

Leitfaden zur Erstellung eines Fragebogens mit Blick auf wissenschaftliche Auswertbarkeit

1. Zieldefinition und Hypothesenformulierung

- Klärung der Forschungsfrage und Zielsetzung
- Ableitung klarer Hypothesen oder Untersuchungsziele (Kompatibilität zur Auswertungsmethode beachten!)
- Festlegung, welche Informationen benötigt werden

2. Zielgruppe analysieren

- Soziodemografische Merkmale erfassen (z. B. Alter, Bildung, Beruf) → Die Validität der Ergebnisse kann besser geprüft werden.
- Sprache und Begriffe an Zielgruppe anpassen
- Befragungskontext beachten (z. B. Online vs. Papier)

3. Fragetypen gezielt auswählen

- Geschlossene Fragen (z.B. Ja/Nein, Skalen) für einfache Auswertung
- Offene Fragen für tiefergehende Einsichten (aber aufwändiger zu analysieren)
- Hybridformen (z. B. Multiple Choice mit "Andere: ____")

4. Frageformulierung

- Klar, eindeutig und präzise
- Keine suggestiven oder wertenden Formulierungen
- Doppelfragen vermeiden ("Wie oft und warum ...")
- Zeitangaben konkretisieren ("in den letzten 7 Tagen" statt "kürzlich")
- Verwendung einfacher Sprache
- Emotionale und kontroverse Fragen nicht am Anfang stellen (Rattray and Jones, 2007)

5. Aufbau und Reihenfolge

- Einleitung mit Ziel und Dauer der Befragung
- Erst leichte und allgemeine Fragen, dann sensible oder schwierigere Themen
- Logischer Fragenfluss
- Demografische Angaben am Ende

6. Skalen richtig verwenden

- Konsistente Richtung (z. B. 1 = stimme gar nicht zu bis 5 = stimme voll zu)
- Ausgewogene Antwortmöglichkeiten
- Neutralen Mittelwert bewusst einsetzen oder vermeiden
- Skalenniveaus beachten (Ordinal vs. Intervall)

7. Pretest durchführen

- Test mit kleiner Stichprobe (Porst, 2014)
- Feedback zu Verständlichkeit, Länge und technischen Aspekten
- Anpassung basierend auf Pretest-Erkenntnissen

8. Häufige Fehlerquellen

- Zu viele Fragen / zu langer Fragebogen (Abbruchrisiko)
- Unklare Begriffe oder Fachjargon
- Mangelhafte oder widersprüchliche Antwortskalen
- **Nichtbeachtung von sozialen Erwünschtheitseffekten:** Befragte neigen dazu, so zu antworten, wie es gesellschaftlich akzeptiert ist, nicht unbedingt ehrlich. Besonders betroffen: Themen wie Gesundheit, Umweltverhalten, Vorurteile, Sexualität oder Gesetzestreue. **Gegenmaßnahmen:**
 - Anonymität betonen
 - Neutrale Formulierungen verwenden
 - Indirekte Fragen stellen
 - Antwortmöglichkeiten normalisieren
- **Fehlende Randomisierung bei Antwortoptionen:** Wenn die Reihenfolge der Antwortmöglichkeiten immer gleich ist, wählen viele Befragte aus Gewohnheit die erste oder letzte Option (Positionseffekt). **Gegenmaßnahme:** Die Reihenfolge der Antwortoptionen sollte bei verschiedenen Teilnehmenden zufällig variiert werden.
- Keine Berücksichtigung technischer Aspekte bei Online-Befragungen (z.B. Optimierung für Mobilgeräte)

9. Datenschutz und Ethik

- Anonymität und Vertraulichkeit gewährleisten
- Einwilligung zur Teilnahme einholen
- Klare Informationen über Verwendung der Daten

10. Wissenschaftliche Auswertung vorbereiten

- Fragen auf Auswertbarkeit prüfen
- Operationalisierung prüfen: Welche Variablen werden erzeugt?

- Berücksichtigung von Messniveaus (nominal, ordinal, intervall)
- Eindeutige Kodierung der Antworten
- Plausibilitätsprüfungen einplanen

Literatur

Braun, E. *et al.* (2012) 'Self-rated competences questionnaires from a design perspective', *Educational Research Review*, 7(1), pp. 1–18. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2011.11.005>.

Porst, R. (2014) *Fragebogen: Ein Arbeitsbuch*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Available at: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02118-4>.

Rattray, J. and Jones, M.C. (2007) 'Essential elements of questionnaire design and development', *Journal of Clinical Nursing*, 16(2), pp. 234–243. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2006.01573.x>.

Rowley, J. (2014) 'Designing and using research questionnaires', *Management Research Review*, 37(3), pp. 308–330. Available at: <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2013-0027>.

Thomander, S.D. and Krosnick, J.A. (2024) 'Question and Questionnaire Design', in J.E. Edlund and A.L. Nichols (eds) *The Cambridge Handbook of Research Methods and Statistics for the Social and Behavioral Sciences*. 1st edn. Cambridge University Press, pp. 352–370. Available at: <https://doi.org/10.1017/9781009000796.017>.