

Was ist Experience Management? > Marktforschung > Marktanalyse > Likert-Skala



# Likert-Skala: Definition, Beispiel und Vorteile

## Lesezeit: 10 Minuten

Die Likert-Skala ist ein Erhebungsverfahren, mit dem in Fragebögen die persönliche Meinung von Kunden oder Mitarbeitern in Erfahrung gebracht wird. Dabei lesen die Umfrageteilnehmer eine vorformulierte Aussage zu einem Thema. Auf einer mehrstufigen Skala geben sie dann an, wie stark die Aussage ihrer Meinung nach zutrifft.

---

In diesem Ratgeber erfahren Sie mehr darüber, wann eine Befragung mit einer Likert-Skala sinnvoll ist und wie sie aufgebaut sein sollte. Zudem finden Sie ein Beispiel für eine typische **5-stufige Likert-Skala**.

## Was ist eine Likert-Skala?

Die Likert-Skala ist eine **graduelle Antwortskala**, auf der die Befragten ihre Einstellung zu einem bestimmten Thema preisgeben. Sie findet überwiegend in Unternehmensumfragen Anwendung und ist nach dem amerikanischen Sozialforscher Rensis Likert benannt. Folgende Begriffe sind für die Definition der Likert-Skala relevant:

- + **Merkmal:** Das Merkmal ist das übergeordnete Thema, das es mit der Likert-Skala zu untersuchen gilt, z. B. die Mitarbeiterzufriedenheit. Oft kommen mehrere Merkmale in einem Likert-Skalen-Fragebogen vor.
- + **Item:** Ein Item ist eine vorformulierte Aussage, die einen positiven oder negativen Sachverhalt bzgl. des Merkmals beschreibt. Zum Merkmal "[Mitarbeiterzufriedenheit](#)" können Arbeitgeber beispielsweise die Aussage "Ich fühle mich in meinem Team wohl" formulieren. Anhand der Likert-Skala bewerten die Angestellten subjektiv, inwieweit dieser Satz auf sie zutrifft.
- + **Merkmalsausprägung:** Eine Merkmalsausprägung entspricht der Bewertung des jeweiligen Items auf einer Skala. Üblicherweise besteht das Skalenniveau der Likert-Skala aus fünf, sieben oder elf Merkmalsausprägungen. Zum genannten Beispiel eignen sich Abstufungen von "Ich stimme überhaupt nicht zu" bis "Ich stimme voll und ganz zu".

# Wann ist ein Fragebogen mit Likert-Skala sinnvoll?

Eine Likert-Skalierung eignet sich grundsätzlich für jede Befragung, bei der es um die persönliche Meinung der Befragten geht. Insbesondere wenn ein Thema detailliert ausgewertet werden soll, sind Likert-Skalen-Fragebögen sinnvoll. Sie lassen nuancierte Antwortoptionen zu und sind trotzdem schnell auszufüllen sowie auszuwerten. Unternehmen können mit einer Likert-Skala z. B. Folgendes messen:

- + [Mitarbeiterengagement](#)
- + Meinung der Mitarbeiter zu Umstrukturierungen im Team
- + Kundenreaktion auf ein neues Produkt
- + Kundenmeinung zum [Kundenservice](#)
- + Erfolg einer öffentlichen Veranstaltung aus Sicht der Teilnehmer

---

Probieren Sie Qualtrics kostenlos aus

KOSTENLOSES KONTO

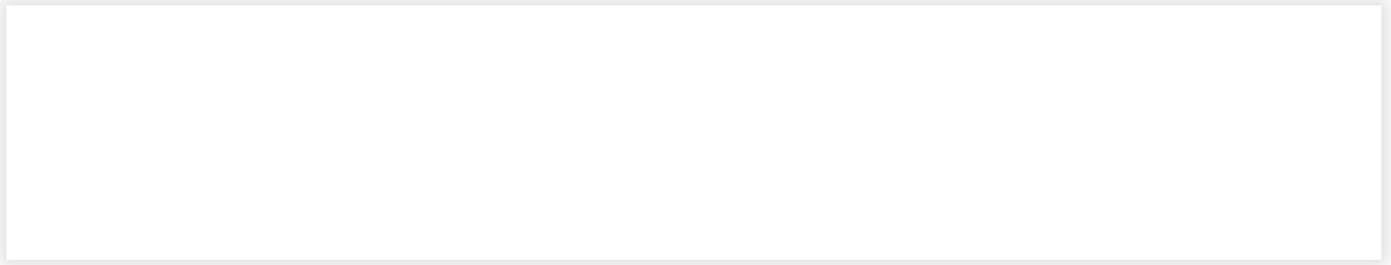
---

## Likert-Skala: Beispiel

Ein typischer Fragebogen mit Likert-Skala erhebt mehrere Merkmale. Das bedeutet, er geht auf verschiedene Themen ein. Jedes neue Thema beginnt zunächst mit dem allgemein formulierten Item. Dabei kann es sich sowohl um eine Frage als auch um eine Aussage handeln. Es ist jedoch zu beachten, dass unterschiedliche Formulierungsweisen auch verschiedene Antwortmöglichkeiten auf der Likert-Skala erfordern.

Die anschließenden Fragen bzw. Aussagen sollten sich auf spezifische Aspekte des übergeordneten Merkmals beziehen. So kann die anschließende Auswertung sofort mögliche Problemfelder eines

Themas aufzeigen. Die folgende Abbildung zeigt ein Beispiel für eine 5-stufige Likert-Skala zum Merkmal "Kundenservice".



Die Merkmalsausprägungen können auch durch Zahlenwerte ersetzt werden. In diesem Fall könnte 1 für „Stimme überhaupt nicht zu“ und 5 für „Stimme voll und ganz zu“ stehen. In der Praxis ist dieses Vorgehen jedoch nicht zu empfehlen. Die Teilnehmer müssen sich während der gesamten Befragung merken, welche Einstellung dem höchstem und welche dem niedrigsten Zahlenwert entspricht. Dies führt zu häufigen Fehlern und zu einem verfälschten Ergebnis.



## Likert-Skalen-Fragebogen richtig erstellen

Unternehmen können weitestgehend selbst entscheiden, wie ihr Likert-Skalen-Fragebogen aussehen soll. Um eine gute [Rücklaufquote](#) sowie möglichst aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen, ist es aber hilfreich, die folgenden Tipps zu beachten.

# Themenbereiche abstecken

Es ist sinnvoll, die Fragen bzw. Aussagen in der Umfrage bestimmten Themengebieten zuzuordnen. Zum einen erfolgt die Beantwortung der Fragen schneller, da die Teilnehmer sich nicht in jeden Sachverhalt neu hineindenken müssen. Sobald ein Thema eröffnet wird, können sie sich zügig eine Meinung zu den einzelnen Aspekten bilden, wodurch die Ergebnisse deutlich konsistenter ausfallen. Zum anderen erleichtern gruppierte Fragen die Auswertung zu einem Gebiet. **Umfragetools können das Antwortverhalten anschaulich darstellen und zu aussagekräftigen Ergebnissen zusammenfassen.**

## Genaue Formulierungen

Die Items der Umfrage sollten möglichst genau und unmissverständlich formuliert sein. Nur so können sich die Teilnehmer eine klare Meinung bilden und die Likert-Skala effektiv nutzen. Bei ungenauen Formulierungen besteht die Gefahr, dass die Befragten vermehrt auf das mittlere Skalenniveau ausweichen, das gleichbedeutend mit "Weiß nicht", "Neutral" oder Ähnlichem ist. Dadurch ergibt sich kein eindeutiges Ergebnis für das Unternehmen.

## Unipolare statt bipolare Likert-Skala

Die Merkmalsausprägungen auf einer Likert-Skala lassen sich auf zwei Arten darstellen:

- + **Bipolar:** Die Endpunkte einer bipolaren Likert-Skala stellen zwei konträre Meinungen dar. Sie reicht z. B. von "schlecht" bis "gut".
- + **Unipolar:** Bei einer unipolaren Likert-Skala bewerten Teilnehmer lediglich eine Emotion in unterschiedlicher Ausprägung – vom maximalen Vorhandensein "sehr gut" bis hin zur geringsten Ausprägung "nicht gut".

Grundsätzlich sind beide Darstellungsweisen möglich. Häufig wird die unipolare Likert-Skalierung empfohlen, da hier stärker von einem metrischen Skalenniveau auszugehen ist. Das bedeutet, Teilnehmer empfinden die Abstände zwischen den anzukreuzenden Werten eher als gleichrangig und sind sich sicher, dass das eine Ende der Skala das genaue Gegenteil des anderen Endpunktes ist. Bei antonymen (gegensätzlichen) Adjektivpaaren, wie zum Beispiel „gut“ und „schlecht“, kann es zu subjektiven Auslegungen der Bedeutung kommen, die das Ergebnis ggf. verfälschen.

## Gerade oder ungerade Likert-Skala

Eine Likert-Skala lässt sich mit einer geraden oder mit einer ungeraden Anzahl von Werten gestalten:

- + Eine **ungerade** Likert-Skalierung besitzt einen Mittelwert, den Teilnehmer wählen können, wenn sie einem Thema neutral gegenüberstehen.

- + Bei einer **geraden** Likert-Skala müssen die Befragten stets eine Tendenz für eine positive oder negative Meinung angeben.

Beide Optionen haben Vor- und Nachteile. Meist entscheiden sich Unternehmen für eine ungerade Antwortzahl. Einerseits bietet die mittlere Skala-Bewertung den Teilnehmern eine bessere Orientierung und sie können sich notfalls enthalten. Andererseits wählen Teilnehmer die neutrale Position oft bei geringer Entscheidungsfreude, wodurch der Fragebogen an Aussagekraft verlieren kann.

## 5- oder 7-stufige Likert-Skala

In der Praxis hat sich die **Likert-Skala mit fünf oder sieben Merkmalsausprägungen durchgesetzt**. Bei weiteren Abstufungen haben Befragte oftmals größere Schwierigkeiten, sich zu entscheiden, und wählen ihre Antworten verstärkt nach dem Zufallsprinzip. In diesem Fall sind die Ergebnisse unbrauchbar. Weniger Merkmalsausprägungen, z. B. nur drei, bilden dagegen zu wenige Gefühlsausprägungen ab. Teilnehmer möchten sich in der Regel nicht ausschließlich zwischen den absoluten Optionen "gut", "nicht gut" und "neutral" entscheiden. Auch für das Unternehmen ergibt sich hierdurch eine zu geringe Aussagekraft. Entscheiden sich Teilnehmer für "eher gut", können Führungskräfte trotz der positiven Kritik weiterhin einen Handlungsspielraum für Verbesserungen erkennen.

## Fragebogenlogik verwenden

Um den Fragebogen für die Teilnehmer so zeitsparend wie möglich zu gestalten, ist es sinnvoll, die Verzweigungslogik in Umfragetools zu nutzen. So werden sie etwa direkt auf für sie relevante Fragen weitergeleitet, z. B. bei Fragen eine spezifische Abteilung betreffend, und nur dann um Vorschläge für Verbesserungen gebeten, wenn sie angeben, dass sie mit einer Leistung unzufrieden waren.

# Vorteile von Befragungen mit Likert-Skala

Likert-Skalen sind in Fragebögen ein beliebtes Mittel, um die **Meinung von Kunden und Mitarbeitern zu erheben**. Unternehmen profitieren dadurch unter anderem von den folgenden Vorteilen:

- + **Aussagekräftig:** Vor allem im Gegensatz zu Binärfragen, die immer nur zwei Antwortmöglichkeiten zulassen, sorgt die Erhebung mit einer Likert-Skala für detaillierte Einblicke in die Gefühlswelt und die Meinungen der Befragten.
- + **Vielseitig:** Unternehmen können für ihre Likert-Skala das Skalenniveau an die jeweilige Fragestellung anpassen. Ob unipolar oder bipolar, mit Zahlenwerten oder in Worten, 5-stufig

oder 7-stufig – die Likert-Skala eignet sich somit für nahezu alle Umfragearten.

- + **Gezielt:** Negative Bewertungen lassen sich direkt bestimmten Gegebenheiten zuordnen. Unternehmen können daher zeitnah an entsprechender Stelle handeln.
- + **Zeitsparend:** Die einzelnen Abstufungen zu spezifischen Themen zeigen Problemfelder und Optimierungsbedarf auf, ohne dass die Teilnehmer ihr Feedback selbstständig formulieren müssen. Bei einer vorgegebenen Skala können sich Befragte schneller auf eine Meinung festlegen.
- + **Umfangreich:** Da sich Fragebögen mit Likert-Skalen vergleichsweise schnell ausfüllen lassen, können sie mehrere Themengebiete beinhalten. So erheben Unternehmen in nur einer Umfrage etwa die Kundenmeinung zu ihren Produkten, dem Kundenservice sowie dem Onlineshop.
- + **Analytisch:** Von den Befragten eigenständig verfasstes Feedback sorgt für individuelle Einblicke. Die Erhebung mit der Likert-Skala ermöglicht jedoch messbare Antworten. Diese lassen sich leichter auswerten und führen direkt zu Handlungsempfehlungen.

# Einfacher Likert-Skalen-Fragebogen mit Qualtrics

Das **Qualtrics Umfragetool** ermöglicht Unternehmen eine schnelle und einfache Erstellung von [Onlineumfragen](#). Fertigen Sie individuelle Likert-Skalen an und nutzen Sie die Umfragelogik für noch aussagekräftigere Ergebnisse. Qualtrics [Core XM](#) bietet Ihnen zahlreiche Vorteile. Profitieren Sie unter anderem von:

- + **Erstellung per Drag and Drop:** Die verschiedenen Features für die Likert-Skala lassen sich mit einem Mausklick in die Umfragevorlage ziehen. So können Sie vielschichtige Fragebögen aufbauen, logische Frageabfolgen einbinden und thematische Gruppierungen bilden.
- + **Anschauliche Auswertung:** Wählen Sie aus mehr als 30 Diagrammtypen, um die Antworten aus der Likert-Skala zu visualisieren. So sehen Sie die gewonnenen Informationen auf einen Blick, können sie online zur Verfügung stellen oder direkt in Ihre Präsentation einbinden.
- + **KI-basiertes Feedback:** Erhöhen Sie die Rücklaufquote mit dem KI-Feature ExpertReview. Diese Funktion bietet Ihnen basierend auf Erfahrungswerten Vorschläge, wie Sie das Umfragedesign Ihrer Likert-Skala verbessern. Liegen die Ergebnisse vor, analysiert die iQ-Technologie die Daten und führt Sie direkt zu den gewünschten Erkenntnissen und Handlungsempfehlungen.
- + **Höchster Datenschutz:** ISO 27001-zertifizierte Umfragetools, Datenverschlüsselung, kontinuierliche Netzwerküberwachung, Single Sign-on (SSO) – mit Qualtrics erstellen Sie Umfragen nach den aktuellen Datenschutzbestimmungen. Zudem wählen Sie über das Berechtigungsmanagement, wer auf die Likert-Skalen-Auswertung zugreifen kann.

Mit Qualtrics XM erhalten Sie viele hilfreiche Tools an die Hand und kombinieren Kunden-, Mitarbeiter-, Marken- sowie Produkterkenntnisse in nur einer Software miteinander. Fordern Sie jetzt Ihre **kostenlose Demoversion** an. Lernen Sie die zahlreichen Funktionen kennen: So können Sie noch heute Ihre passende Umfrage mit einer Likert-Skala erstellen.

## Probieren Sie Qualtrics kostenlos aus

KOSTENLOSES KONTO

## Ähnliche Beiträge

SURVEY

### MaxDiff

Lesezeit: 4 Minuten

SURVEY

### Suggestivfrage

Lesezeit: 9 Minuten

SURVEY

### Standardisierter Fragebogen

Lesezeit: 3 Minuten



SURVEY

## Offene Fragen

Lesezeit: 5 Minuten

MEHR ANZEIGEN



MaxDiff

### BELIEBTE TOP-FALLBEISPIELE

NPS-Software  
Digitale CX  
Software für Kundenumfragen  
Software fürs Mitarbeiterengagement  
360-Grad-Mitarbeiter-Feedback  
Pulse für Mitarbeiterumfragen  
Produktpreis-Recherche  
Marktsegmentierung  
Produktnamen-Recherche  
Software zum Marken-Tracking  
Ad-Testing  
Software für Online-Umfragen  
Berichte und Dashboards  
Conjoint-Analyse

### SUPPORT

Ticket abschicken  
Online-Hilfe  
Qualtrics-Community (EN)  
Produkt-Updates (EN)  
Professional Services  
Status (EN)

## **UNTERNEHMEN**

[Über uns](#)

[Karriere \(EN\)](#)

[Partnerschaften \(EN\)](#)

[Kontakt](#)

## **RESSOURCEN**

[Kunden](#)

[Integrationen \(EN\)](#)

[Blog \(EN\)](#)

[Events](#)

[Zertifizierung \(EN\)](#)

[Bibliothek](#)

---

© 2021 Qualtrics®

[Nutzungsbedingungen](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Sicherheitserklärung](#)

[Impressum](#)

[Cookie-Präferenzen](#)

