



Hinweise zu Online Umfragen

Standardisierte Befragungen online durchzuführen ist in der quantitativen Sozialforschung mittlerweile verbreitet. Es gibt mehrere Möglichkeiten, einen digitalen Fragebogen zu erstellen und zu verbreiten.¹ Wir fokussieren uns hier vor allem auf die Vor- und Nachteile der Nutzung von Online-Umfrage-Anbietern wie *LimeSurvey* oder *Umfrageonline*. Im Folgenden wollen wir keine fertigen Lösungen liefern, Diskussionen zu Ende führen oder gar Verbote aussprechen. Stattdessen haben wir einige Aspekte ausgewählt, über die Sie sich im Vorhinein Gedanken machen *können*.²

Die Vorteile der Online-Befragung können sich über den gesamten Forschungsprozess ziehen (Wagner-Schelewsky & Hering, 2019, S. 788–789; Döring & Bortz, 2016, S. 414–415):

- *Fragebogenkonstruktion*: neue technische Möglichkeiten wie automatische Filterführung, Randomisierung der Fragen, große Auswahl an Frage- und Antwortformaten oder die Einbindung von Bildern und Videos.
- *Organisation der Datenerhebung*: zeitliche und räumliche Unabhängigkeit zwischen Forschenden, Befragten und ggf. Mittelspersonen (z.B. Lehrer*innen einer Schule bei Schülerbefragungen); Fragebogen ist immer abrufbar und kann zu jeder Zeit und an jedem Ort beantwortet werden; Papier wird gespart.
- *Stichprobenziehung*: Der Verzicht auf räumliche Nähe und das Sparen weiterer Ressourcen gestatten es u.U., eine größere Stichprobe aus der Zielpopulation zu ziehen, als es bei persönlichen Befragungen möglich ist.
- *Datenverarbeitung*: Erhöhung der Datenqualität durch automatische Prüfung schon während des Ausfüllens und durch die automatische Speicherung der ausgefüllten Fragebögen; vereinfachte und im Vergleich zur manuellen Vorgehensweise weniger fehlerbehafteten Datenaufbereitung durch Export-Funktion in verschiedene Dateitypen und Import in bekannte Statistik-Programme.
- *Datenqualität und -interpretation*: keine Interviewereffekte zu erwarten; mglw. Enthemmungseffekte durch computervermittelte Kommunikation und dadurch Verringerung des Effekts sozialer Erwünschtheit.

¹ z.B. das Erstellen von Fragebögen als pdf-Formular

² Generell muss *jede* von Ihnen getroffene Entscheidung im Forschungsdesign von Ihnen kritisch diskutiert werden. Die folgenden Diskussionspunkte sind daher mehr als Denkanstöße zu verstehen.



Hinter jedem dieser Punkte lässt sich ein großes „ABER“ setzen, da die Entscheidung für Online-Befragungen spezifische Konsequenzen im gesamten Forschungsprozess haben *kann*. Gehen Sie Ihr eigenes Forschungskonzept daher Schritt für Schritt durch und notieren Sie sich – u.a. vor dem Hintergrund der Gütekriterien – mögliche Fallstricke und Lösungswege. Hier nur ein paar Denkanstöße (zusammenfassend s. Döring & Bortz, 2016, S. 415–416) inkl. weiterführender Literaturtipps:

- *Zielgruppe und Stichprobenziehung*: Überlegen Sie sich genau, wie Sie die Zielgruppe am besten erreichen, welche Form der Stichprobenziehung möglich und sinnvoll ist und welche Folgen die gewählte Form der Kontaktaufnahme auf die Stichprobenszusammensetzung haben kann (Wagner-Schelewsky & Hering, 2019, S. 790-793; Kuckartz, Ebert, Rädiker & Stefer, 2009, S. 51-53).
- *Beeinflussung des Antwortverhaltens*: Wie bei jeder Entscheidung zum Untersuchungsdesign ist zu bedenken, dass der gewählte Befragungsmodus Einfluss auf Antwortverhalten haben kann – so auch bei Online-Umfragen (bspw. durch erhöhte Ablenkungsgefahr). Beschäftigen Sie sich daher frühzeitig damit, welche Messfehler oder Verzerrungen auftreten können, welche sie davon wie kontrollieren oder minimieren können und welchen Einfluss diese auf die Gesamtauswertung haben können (Döring & Bortz, 2016, S. 383–386; Bühner, 2006, S. 20-44)
- *Abbruchquoten und Nonresponse*: im Allgemeinen ist zu erwarten, dass Befragungen eher abgebrochen oder gar nicht erst begonnen werden, bspw. wenn die Interviewer*innen nicht anwesend sind oder technische Probleme auftreten. Denken Sie frühzeitig an Lösungswege, bspw. durch eine möglichst kurze Befragung oder erhöhte Usability (Wagner-Schelewsky & Hering, 2019, S. 793; Weiß, Silber, Struminskaya & Durrant, 2019, S. 805).
- *Umgang mit automatischer Datenauswertung*: Bewerten Sie die Statistiken, die viele Online-Umfrage-Anbieter automatisch erstellen, kritisch! Nutzen Sie einen Anbieter, der eine Export-Funktion für gewonnene Datensätze anbietet, und führen Sie Ihre Auswertung selbstständig durch. Das bedeutet auch: Setzen Sie sich frühzeitig mit einer Statistiksoftware (wie *Excel*, *SPSS*) auseinander.



Nützliche Literaturhinweise³:

- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (Hrsg.). (2001). *Standards zur Qualitätssicherung für Online-Befragungen*. Zugriff am 26.03.2020. Verfügbar unter <https://www.adm-ev.de/wp-content/uploads/2018/07/Standards-zur-Qualit%C3%A4tssicherung-bei-Online-Befragungen.pdf>
- Bühner, M. (2006). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion (Leseprobe)* (PS Psychologie, 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage). München u.a.: Pearson Studium. Zugriff am 31.03.2020. Verfügbar unter https://www.pearson.ch/download/media/9783827371935_SP.pdf
- Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>, S. 414-417.
- Jackob, N., Schoen, H. & Zerback, T. (2009). *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung* (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91791-7>
- Kuckartz, U., Ebert, T., Rädiker, S. & Stefer, C. (2009). *Evaluation online. Internetgestützte Befragung in der Praxis* (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91317-9>
- Schiek, D. & Ullrich, C. (2016). Online-Erhebungen. *Soziologie - Forum der Deutschen Gesellschaft für Soziologie*, (2), 161–181. Verfügbar unter <http://publikationen.sozioogie.de/index.php/soziologie/article/view/860>
- Wagner-Schelewsky, P. & Hering, L. (2019). Online-Befragung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (Bd. 72, S. 787–800). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_54
- Weiß, B., Silber, H., Struminskaya, B. & Durrant, G. (2019). Mobile Befragungen. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (Bd. 81, S. 801–812). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_55



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz.

³ online verfügbar; darunter Literatur, die veraltet ist oder sich auf interpretative Sozialforschung bezieht, da manche der dort aufgeführten Diskussionen auch heutzutage relevant sein können.