

Danksagung	6
Einleitung	7
Ausgangspunkt der Arbeit.....	7
Fragestellung.....	8
Bedeutung der Telefonbefragung in der empirischen Markt- und Meinungsforschung.....	9
Standardisiertes Interview und Kritik	14
Aufbau der Arbeit.....	17
Teil I: Entwurf einer Theorie der Telefonbefragung	19
1. Erste Annäherung: Computergestützte Telefonbefragung	19
1.1 Kommunikationssituation ‚Telefon‘.....	19
1.2 Computerstützung des Interviews	25
Zusammenfassung Kapitel 1.....	30
2. Die Telefonbefragung als Kommunikative Gattung	31
2.1 Kommunikationsmodell.....	32
2.2 Die ‚natürliche Einstellung des Alltags‘	39
2.3 Kommunikative Gattungen.....	44
2.4 Die Kommunikative Gattung Telefonbefragung	48
Zusammenfassung Kapitel 2.....	59
3. Die Frage/Antwort-Struktur: Fragetypen, Frageinhalte, Frageaspekte	61
3.1 Offene versus geschlossene Fragen	62
3.2 Fragetypen	68
3.3 Anwendung der Fragetypen je nach Kombination von Frageinhalt und Frageaspekt.....	75
3.4 Schwerpunkte für die weitere Besprechung.....	97
Zusammenfassung Kapitel 3.....	98
Teil II: Praxis	99
4. Interviewführung	99
4.1 Klassische Diskussion um Gesprächsstile	100
4.2 Aufhebung der Dichotomisierung: Der Doppelcharakter des Interviews	101
4.3 Regeln für die Interviewer	105
Zusammenfassung Kapitel 4.....	122

5. Protokollierung von Antworten und Auswertung offener Fragen.....	123
5.1 Einleitung	123
5.2 Grundsätzliche Möglichkeiten der Aufzeichnung.....	125
5.3 Interviewnotizen und ihr Status	127
5.4 Protokollierung bei den fokussierten Fragetypen	131
5.5 Ausblick auf die Auswertung: Wahl eines inhaltsanalytischen Verfahrens.....	133
Zusammenfassung Kapitel 5	140
6. Techniken der Telefonbefragung	141
6.1 Verhinderung von Non-Response	141
6.2 Das Anschreiben.....	143
6.3 Die Einleitung	144
6.4 Rückfragen und Motivationsargumente.....	148
6.5 Techniken der Frageformulierung in Telefoninterviews.....	151
Zusammenfassung Kapitel 6	153
7. Rekrutierung, Schulung, Supervision	155
7.1 Rekrutierung von Interviewern	155
7.2 Schulung von Interviewern	157
7.3 Supervision und Feedback.....	170
Zusammenfassung Kapitel 7	173
Teil III: Illustrationen	175
8. Einrichtung der CATI-Infrastruktur.....	176
8.1 Übersicht	176
8.2 Raum und PCs	176
8.3 Telefoneinrichtung.....	179
8.4 Software	182
9. Die Beispielbefragungen: Überblick und Organisation.....	183
9.1 ‚Musik-Befragung‘ und ‚SNS-Befragung‘ im Überblick	183
9.2 Rekrutierung, Schulung und Pretest	186
9.3 Anschreiben	189
9.4 Organisation von Supervision und Feedback.....	190
9.5 Codierung der Antwortprotokolle	190

10. Illustration der Schwerpunkte.....	193
10.1 Anpassung von Fragetexten	193
10.2 Rückfragen	196
10.3 Schätzungen bei Fragen nach einer Anzahl („implizit intern“ formuliert).....	197
10.4 Schätzungen bei Verhaltenshäufigkeiten (mit externen Antwortkategorien).....	199
10.5 Offene Fragen mit absichtlich eingeschränktem Referenzsystem („offen, eindimensional“)	201
10.6 Fragen mit offenem Referenzsystem („offen, mehrdimensional“).....	203
10.7 Abschlussfrage.....	204
10.8 Motiv-Fragen	206
10.9 Mehrfachnennungen.....	207
11. Das Forschungsbeispiel ‚Musikgeschmack‘	209
11.1 Forschungsstand ‚Musikgeschmack‘	209
11.2 Auswertungsfragen	223
11.3 Erhebung.....	224
11.4 Auswertung.....	228
Zusammenfassung Teil III.....	248
Schluss	249
Literaturverzeichnis	253