

Inhalt

Kurt Holm: <i>Vorwort</i>	7
Kurt Holm: <i>Zweck und Verlauf einer Befragung</i>	9
1. Zweck einer Befragung	9
1.1 Die Datenmatrix	9
1.2 Meßdimension und Meßobjekt	10
1.3 Deskription und Erklärung	11
2. Schritte der Befragung	12
Kurt Holm: <i>Das Modell des Untersuchungsgegenstandes</i>	14
1. Die Formulierung der Fragestellung	14
2. Auflösung der Fragestellung in ein Modell	15
2.1 Dimensionale Auflösung bei deskriptiver Forschung	15
2.2 Die Definition von Begriffen	19
2.3 Dimensionale Auflösung bei erklärender Forschung	19
Kurt Holm: <i>Kausalität</i>	22
1. Definition	22
2. Die Struktur des Kausalzusammenhangs	23
2.1 Statische und dynamische Kausalität	24
2.2 Das Rückkoppelungssystem	24
2.3 Das allgemeine komplexe Kausalmodell	25
3. Die empirische Erscheinungsform der Kausalität: Statistische und deterministische Kausalität	26
4. Kausalität, Experiment und Befragung	28
5. Experimentelle Anordnung von Befragungen	30
6. Befragung als Quasi-Experiment	30
Kurt Holm: <i>Die Frage</i>	32
1. Klassifizierung der Fragen	32
2. Das Meßniveau der Frage	37
2.1 Die nominale Frage	37
2.2 Die ordinale Frage	38
2.3 Die quantitative Frage	39

2.4	Fragen, die zwischen ordinalem und quantitativem Meßniveau liegen	41
2.5	Die Quantifizierung ordinaler Fragen	44
2.6	Formen quantitativer Fragen	46
2.7	Die Meßeinheit der quantitativen Frage	48
2.8	Die „offenen Enden“ der quantitativen Frage	50
2.9	„Offene oder geschlossene“ Formulierung bei quantitativen Fragen	50
2.10	Auswertungstechnik – in Abhängigkeit vom Meßniveau der Frage	51
3.	Offene und geschlossene Fragen	52
3.1	Definition	52
3.2	Die scheinbar offene Frage	53
3.3	Vor- und Nachteile der offenen und geschlossenen Frage	54
3.4	Präsentation der externen Antwortvorgabe	56
3.5	Die Zahl der Antwortalternativen bei externer Vorgabe	57
3.6	Die Mehrfachnennung	57
3.7	Die Zwischenform	58
3.8	Die Zahl der Extremkategorien	59
4.	Suggestion und Antworthemmung	59
4.1	Suggestive Fragen	59
4.2	Antworthemmung	61
5.	Wie manipuliert wird	63
6.	Die Operationalisierungsliste	65
7.	Dimensionalität der Frage	66
7.1	Die Grundgleichung der Antwortbestimmung	66
7.2	Die Annahmen des Modells	71
7.3	Die Treffgenauigkeit	72
7.4	Die Befragung über „Ersatz“-Dimensionen	75
7.5	Treffgenauigkeit und Gültigkeit	78
7.6	Die Fremdbestimmtheit	79
7.7	Die Soziale Wünschbarkeit	82
7.8	Die „Ja-Sage-Tendenz“	88
7.9	Die Ermittlung der „wahren“ Antwort	90

Andreas von Kirschhofer-Bozenhardt, Gabriele Kaplitza:	
<i>Der Fragebogen</i>	92
1. Dramaturgie des Fragebogens	93
2. Zur Fragekonstruktion gehören mindestens drei	96
3. Leitstudie als erste Erkundung	97
4. Grundregeln des Fragebogens	97
5. Fragetechniken	98
5.1 Offene und geschlossene Fragen	98
5.2 Ausformulierte Alternativen	101
5.3 Dichotomie vs. Ausprägungen	102
5.4 Listen und Kartenspiele	103
5.5 Der Vorteil der „Ja“-Antwort	109
5.6 Bildblattvorlagen	112
5.7 Dialogfragen	114
5.8 Thermometerfragen	116
5.9 Projektive Fragen	118
6. Die heiklen Fragen	119
7. Halbgruppenbefragung	121
8. Die grafische Aufmachung des Fragebogens	123
9. Pre-Tests zur Absicherung	126
Andreas von Kirschhofer-Bozenhardt, Gabriele Kaplitza:	
<i>Das Interviewernetz</i>	127
1. Die Netzorganisation	127
2. Anwerbung	129
3. Schulung	130
4. Anforderungen an einen Befrager	131
5. Die Betreuung des Netzes	132
6. Die notwendigen Kontrollen	133
Gabriele Kaplitza: <i>Die Stichprobe</i>	136
1. Das Gesetz der großen Zahl	136
2. Der Stichprobenfehler	138
3. Vertrauensintervalle	141
4. Stichprobenverzerrungen	143
5. Definition der Zielgruppe	144
6. Die einfache Zufallsstichprobe	145

7. Das systematische Sampling	146
8. Stratifizierung	148
9. Der Fehler im geschichteten Sample	150
10. Wahl der Schichtungsmerkmale	151
11. Das Klumpen- und Mehrstufenverfahren	151
12. Die Flächenstichprobe	154
13. Das Kumulationsverfahren	154
14. Das Mehr-Phasen-Verfahren	157
15. Die Nachteile des Random-Verfahrens	158
16. Das Quota-Verfahren	160
17. Die Rolle des Fragebogens in Quoten-Untersuchungen	164
18. Argumente für und wider das Quota-Verfahren	166
19. Ausschöpfungsquote und Repräsentanznachweis	169
20. Die Stichprobengröße	170
21. Stichprobenprobleme bei Paneluntersuchungen	174
22. Der Stichprobenfehler eines Panels	177
23. Beispiele aus der Praxis	178
Liselotte Wilk: <i>Die postalische Befragung</i>	187
1. Vorteile der postalischen Befragung	187
2. Nachteile der postalischen Befragung	187
3. Möglichkeiten und Bedingungen der Anwendung der postalischen Befragung	188
4. Maßnahmen zur Erhöhung der Rücksendequote	190
5. Möglichkeiten der Erforschung und Korrektur der durch Ausfälle bedingten Verzerrungen	192
6. Ergebnisse einer eigenen Studie	194
6.1 Verteilung nach Studienrichtung	196
6.2 Verteilung nach Geschlecht	196
6.3 Verteilung nach Alter	197
Bibliographie	201
Sachregister	205
Gliederung des Gesamtwerkes	208