

Reinhard Bachleitner
Martin Weichbold
Wolfgang Aschauer

Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit

Beiträge zu einer prozessorientierten
Theorie der Umfrageforschung

ARBEIT GRENZEN POLITIK HANDLUNG METHODEN GEWALT SPRACHE WISSEN
SCHAFT DISKURS SCHICHT MOBILITÄT SYSTEM INDIVIDUUM KONTROLLE
ZEIT ELITE KOMMUNIKATION WIRTSCHAFT GERECHTIGKEIT STADT WERTE
RISIKO ERZIEHUNG GESELLSCHAFT RELIGION UMWELT SOZIALISATION
RATIONALITÄT VERANTWORTUNG MACHT PROZESS LEBENSSTIL DELIN
QUENZ KUNST UNGLEICHHEIT ORGANISATION NORMEN REGULIERUNG
IDENTITÄT HERRSCHAFT VERGLEICH SOZIALSTRUKTUR BIOGRAFIE KRITIK
WISSEN MASSEN MEDIEN EXKLUSION GENERATION THEORIE HIERARCHIE
GESUNDHEIT NETZWERK LEBENS LAUF KONSUM FREIHEIT BETEILIGUNG
GEMEINSCHAFT INFORMATION WANDEL DIFFERENZ WOHLFAHRTSSTAAT
ETHNIE BERUF RITUAL KÖRPER MODERNISIERUNG GESCHLECHT DEMOKRA
TIE EVOLUTION INTEGRATION KAPITAL REALITÄT KRIEG BILDUNG ALLTAG
KULTUR VERTRAUEN LIEBE WERBUNG GLOBALISIERUNG BEOBSACHTUNG
RECHT EXTREMISMUS STATISTIK INTERAKTION KRIMINALITÄT ZUKUNFT
ALTER ERKENNTNIS MORAL RAUM KLASSE STEUERUNG GELD ZIVILISATION
EMPIRIE AUFKLÄRUNG ARMUT ENTSCHEIDUNG TECHNIK MIGRATION ÖFFENT

Reinhard Bachleitner · Martin Weichbold
Wolfgang Aschauer

Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit

Reinhard Bachleitner
Martin Weichbold
Wolfgang Aschauer

Die Befragung im Kontext von Raum, Zeit und Befindlichkeit

Beiträge zu einer prozessorientierten
Theorie der Umfrageforschung



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Die Drucklegung der Publikation wurde durch die Stiftungs- und Förderungsgesellschaft
der Paris-Lodron-Universität-Salzburg finanziell unterstützt.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Dorothee Koch / Tanja Köhler

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-16881-4

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1 Einleitung: Problemstellung und Zielperspektiven	11
2 Zum aktuellen Stand der Theoriebildung in der Umfrageforschung	17
2.1 Theorieansätze zur Teilnahmbereitschaft	18
2.2 Theorieansätze zur Erklärung der Antwortfindung/ -entscheidung	20
2.3 Übergreifende Ansätze	21
3 Defizite bisheriger Theoriebildung	23
3.1 Die Relevanz von Raum und Zeit für den Umfrageprozess	23
3.2 Befindlichkeit als Determinante des Befragtenverhaltens	24
3.3 Die Befragung als soziale Situation und ihre Interpretation	26
4 Befragung als Prozess – eine ablauforientierte Theorie der Befragung	29
4.1 Konzeptionsphase	30
4.2 Selektionsphase	32
4.3 Reaktionsphase	36
4.3.1 Das Modell der Frame-Selection und seine Anwendung auf die Befragung	38
4.3.2 Elemente der Situation der Befragung	39
4.3.3 Der Antwortprozess	40
4.4 Aggregations- und Interpretationsphase	42
4.5 Übersicht: Analyseraster zur Bestimmung von Effekten	44

5	Raum, Zeit und Befindlichkeit und ihre methodologische Relevanz für die Umfrageforschung	47
5.1	Raum	47
5.1.1	Soziologische Bestimmung von Raum und Ort	47
5.1.2	Zur Relevanz von Raum in der Umfrageforschung	52
5.2	Zeit	60
5.2.1	Soziologische Bestimmung von Zeit	60
5.2.2	Zur Relevanz von Zeit in der Umfrageforschung	62
5.3	Befindlichkeit	69
5.3.1	Soziologische Bestimmung von Befindlichkeit	69
5.3.2	Zur Relevanz von Befindlichkeit in der Umfrageforschung	72
5.4	Überblick	75
6	Empirische Befunde zu Raum-, Zeit- und Befindlichkeitseffekten bei Umfragen	77
6.1	R-Z-B-Effekte innerhalb der Konzeptionsphase	79
6.1.1	Konzeptionsphase: Raum (Feld 1)	79
6.1.2	Konzeptionsphase: Zeit (Feld 2)	82
6.1.3	Konzeptionsphase: Befindlichkeit (Feld 3)	85
6.2	R-Z-B-Effekte innerhalb der Selektionsphase	89
6.2.1	Selektionsphase: Raum (Feld 4)	89
6.2.2	Selektionsphase: Zeit (Feld 5)	92
6.2.3	Selektionsphase: Befindlichkeit (Feld 6)	95
6.3	Effekte auf der Reaktionsebene	97
6.3.1	Reaktionsphase Raum: Feld 7	97
6.3.2	Reaktionsphase: Zeit (Feld 8)	100
6.3.3	Reaktionsphase: Befindlichkeit (Feld 9)	103
6.3.3.1	Sekundäranalysen zu situationsspezifischen Einflussgrößen der Befragung	105
6.3.3.2	Hypothesen zum Einfluss der Befindlichkeit auf das Befragtenverhalten	107
6.3.3.3	Untersuchungsdesign und Operationalisierung	108
6.3.3.4	Ergebnisse der Untersuchung	110
6.3.3.5	Relevanz der Ergebnisse	118
6.4	Aggregationsphase	119
6.4.1	Aggregationsphase: Raum (Feld 10)	120
6.4.2	Aggregationsphase: Zeit (Feld 11)	125
6.4.3	Aggregationsphase: Befindlichkeit (Feld 12)	131

7	Konturen, Konklusion und Perspektiven für eine Theorie der Umfrageforschung.....	137
7.1	Konturen einer Theorie der Befragung.....	138
7.2	Die Theorieelemente der Befragung.....	138
7.3	Die Determinationen im Einzelnen	139
7.4	Die Theorieelemente im Phasenverlauf der Befragung	141
7.5	Die Theorieelemente und ihre Paradigmenbezüge	142
7.5.1	Der Modus und die Wirklichkeitsvorstellungen bzw. Paradigmen der Realität	143
7.5.2	Das Erhebungsinstrument und kognitionspsychologische Paradigmen.....	144
7.5.3	Die Befragungssituation und das Situationsparadigma	146
7.5.4	Der Befragte, Persönlichkeitsparadigmen (Menschenbilder) sowie akteurszentrierte Paradigmen	147
7.6	Theorie der Befragung als Kurzformel und in Kurzform	149
8	Qualitätssicherung in der Umfrageforschung und die Bedeutung von Raum, Zeit und Befindlichkeit.....	151
8.1	Qualitätsstandards in der Umfrageforschung: Ein Überblick.....	151
8.2	Qualitätskontrolle als Prozesskontrolle	155
8.3	Der Umgang mit raum-, zeit- und befindlichkeitsspezifischen Effekten in der Umfrageforschung	157
8.4	Umsetzungsperspektiven für die künftige Umfrageforschung	160
9	Exkurs: Umfrageforschung und Willensfreiheit. Zum Konzept der Entscheidungs- und Wahlfreiheit im Licht der neurophysiologischen Forschung	
	<i>Manfred Gabriel.....</i>	163
9.1	Ausgangslage	163
9.2	Determinismus.....	165
9.3	Subjektivität und Naturalismus	166
9.4	Soziale Reifung des Gehirns	168
9.5	Umfrageforschung und Willensfreiheit	170
9.6	Situation und Mittelwahl	171
9.7	Fazit.....	173

10	Anhang	175
10.1	Abbildungsverzeichnis	175
10.2	Tabellenverzeichnis	177
10.3	Beschreibung der verwendeten Studien	178
10.3.1	Studentische Praktika	178
10.3.2	Tourismuswissenschaftliche Umfragen	180
10.3.3	Kulturvergleichende Umfragen	182
11	Literatur	183

Vorwort

Die Umfrageforschung zählt nach wie vor zu den am meisten eingesetzten Datenerfassungsmethoden in den Sozialwissenschaften, aus denen ein Wissensgewinn und Erkenntnisfortschritt erwartet wird.

Wenngleich sich die Methoden heute stark ausdifferenzieren und die Modi diversifizieren, fehlt es immer noch an Grundlagenforschung in diesem Bereich.

Das vorliegende Buch soll einen weiteren Ansatz darstellen, die grundlegenden Elemente der Befragung sowie ihre Einbettung im prozessorientierten Ablauf der Umfrage zu strukturieren. Dabei interessieren vor allem Raum-, Zeit- und Befindlichkeitsaspekte und ihre jeweiligen Effekte.

Es wird wohl noch intensiver weiterer Forschung, aber auch Überzeugungsarbeit bedürfen, um die Umfrageforschung von ihrem eingespielten und angeblich so sicheren Weg zu neuen methodischen Perspektiven zu bringen, die eine weitere Annäherung an Wahrheits- und Wirklichkeitsvorstellungen in Aussicht stellen.

Reinhard Bachleitner
Martin Weichbold
Wolfgang Aschauer

Salzburg, Jänner 2010

1 Einleitung: Problemstellung und Zielperspektiven

Die Befragung ist hinsichtlich der Häufigkeit ihrer Anwendung mehr denn je die bedeutendste Methode der empirischen Sozialforschung. Die von René König (1952: 27) gewagte Prophezeiung, dass „das Interview in seinen verschiedenen Formen doch immer der Königsweg der praktischen Sozialforschung bleiben“ werde, hat auch nach über einem halben Jahrhundert nichts von ihrer Gültigkeit verloren. Mehr denn je füllt auch die Literatur über die Befragung unzählige Druckseiten. Dies gilt zum einen für Lehrbücher. Neben allgemeinen Werken über empirische Sozialforschung, wo sich neben älteren und jüngeren Klassikern¹ auch neu konzipierte Einführungen² am Markt zu etablieren versuchen, sind in letzter Zeit auch einige Bücher erschienen, die sich ausschließlich auf die Befragung beschränken.³ Dies gilt aber auch für die methodologische Literatur, was auf rege Aktivitäten im Bereich der Methodenforschung hinweist (vgl. zusammenfassend Weichbold/Bacher/Wolf 2009).

Trotz umfangreicher Forschungen und einer Unmenge an publizierten Ergebnissen zu Methodenfragen sucht man eine ausgearbeitete ‚Theorie der Befragung‘, die als Grundlage für die unterschiedlichen Formen, Phasen und Artefakte dienen könnte vergeblich. Häder (2006: 191) spricht im Plural von „Theorien der Befragung“ und zeigt, dass es eine Reihe von Ansätzen gibt, die jeweils unterschiedliche Aspekte behandeln (etwa die Frage der Interviewteilnahme oder die Frage, warum eine bestimmte Antwort gewählt wird). Diese Ansätze (siehe Kap. 2 in diesem Buch) bringen interessante Problemeinsichten und erscheinen durchaus miteinander kompatibel, werden aber in der Regel nicht miteinander verknüpft. Eine einheitliche, konsistente Theorie der Befragung fehlt auch am Beginn des 21. Jahrhunderts.

Dieses Defizit ist insofern bemerkenswert, als in den Sozialwissenschaften ein ausgeprägter Theorienpluralismus den Alltag in Lehre und Forschung beherrscht. Auch innerhalb der qualitativen Sozialforschung tritt die angesprochene Theorieabstinenz nicht so deutlich auf; hier erfolgte immer schon eine konkrete

1 Z. B. Atteslander [1. Aufl. 1973, 12. Aufl. 2008]; Friedrichs [1. Aufl. 1973, 14. Aufl. 1990]; Kromrey [1. Aufl. 1980, 11. Aufl. 2006]; Bortz/Döring [1. Aufl. 1984, 4. Aufl. 2006]; Schnell/Hill/Esner [1. Aufl. 1988, 8. Aufl. 2008]; Diekmann [1. Aufl. 1995, 19. Aufl. 2008].

2 Z. B. Häder, 1. Aufl. 2006; Weischer, 1. Aufl. 2007.

3 Z. B. Scholl 2003; Porst 2008.

Anbindung von Methoden an soziologische Theorien bzw. Theoriepositionen, insbesondere an jene des Symbolischen Interaktionismus, der Ethnomethodologie, des Strukturalismus, des Konstruktivismus, der Grounded Theory und jüngst an die Diskurstheorie und deren unterschiedliche Positionen (vgl. etwa Keller 2007). So meinen auch Flick u. a.: „Qualitative Forschung lässt sich nicht auf Erhebungs- und Auswertungsverfahren, methodologische Prinzipien oder auf exotische Beschreibungen von Lebenswelten reduzieren. Methoden und Methodologie sind ihr kein Selbstzweck. Sie beruhen auf theoretischen Überlegungen und sollen ihrerseits der Theoriebildung dienen.“ (Flick/Kardorff/Steinke 2005: 106). Damit ist die qualitative Forschung zwar stärker an Theorien angebunden, durch den Theorienpluralismus innerhalb des interpretativen Paradigmas aber ebenfalls von einer einheitlichen, umfassenden und konsistenten Theorie entfernt.

Die vorliegende Arbeit stellt den Versuch dar, einen Beitrag zu einer prozessorientierten Theorie der Umfrageforschung in Form einer methodischen Reflexion über sämtliche Schritte und Phasen der Befragung zu leisten, wobei Artefaktminimierung ein zentrales Anliegen darstellt. Unter Umfrageforschung verstehen wir dabei jene Bereiche empirischer Sozialforschung, in denen mit Hilfe standardisierter oder zumindest teilweise standardisierter Erhebungsinstrumente (Fragebögen) in unterschiedlichen Befragungsformen Einsichten in „gesellschaftliche Verhältnisse als Lebens- und Handlungsbedingungen von Akteuren“ (Rohwer/Pötter 2002: 30) gesucht werden.

Die Formulierung einer umfassenden Theorie ist ein zugegebenermaßen hoher Anspruch, zumal versucht werden soll, vorhandene Zugänge und Erkenntnisse zu integrieren und diese mit besonderem Augenmerk auf die Situation der Befragung zu erweitern. Wichtige Quellen aus der Methodenforschung sind für dieses Unterfangen dabei insbesondere:

- Die Betonung des Prozesscharakters der Befragung, das heißt die Vorstellung von zahlreichen, nicht unbedingt linear und in immer gleicher Reihenfolge nacheinander ablaufenden, aber stets aufeinander bezogenen Entscheidungen und Handlungen der involvierten Akteure (vgl. z. B. Czaja/Blair 1996; Weichbold 2005: 120).
- Die zahlreichen Erkenntnisse der Artefaktforschung (vgl. insgesamt Hilgers 1997) und die Ansätze im Bereich der Triangulation, die zeigen, dass jede Methode ihre spezifischen Wirklichkeitsausschnitte der Befragten liefert (vgl. Flick 2007), wenngleich die Triangulation noch selten umgesetzt wird (vgl. die Übersicht bei Allesch/Keul 1999: 699).
- Das analytische Konzept des Total Survey Error, das einen gesamthaften Rahmen für die Befragung und für potentielle Fehlerquellen bietet (vgl. Weisberg 2005), wobei Ansätze zur Quantifizierung der einzelnen Komponenten des Gesamtfehlers hier ausgespart werden sollen (vgl. Biemer/Lyberg 2003: 60f).

- Die Erkenntnisse, die durch die Kognitionsforschung – Petersen (2002: 92) spricht von der „kognitiven Revolution“ – gewonnen wurden (z. B. Sudman/Bradburn 1982; Sudman/Bradburn/Schwarz 1996) und die wesentlich dazu beigetragen haben, die Befragung von einer ‚Kunstlehre‘ zu einer fundierten Methode zu entwickeln.

Für eine Integration dieser unterschiedlichen Ansätze ist es notwendig, auch auf Elemente allgemeiner soziologischer Theoriebildung zurückzugreifen. Eine verbindende theoretische Klammer sehen wir in Essers Frame-Selection-Theory (vgl. Esser 2006). Diese stellt eine Spezifizierung einer allgemeinen Handlungstheorie dar, insofern die handelnden Akteure (hier insbesondere die Befragten) zunächst für sich die Situation (also ‚Interview‘) definieren, die in der Folge als Interpretations- und Bezugsrahmen für die darin ablaufenden Handlungen (das Antwortverhalten) dient.

Trotz der vielfältigen Anknüpfungspunkte wurden in der Methodenforschung und ihrer Theoriebildung einige Bereiche bisher nicht in ausreichendem Maß berücksichtigt. Sie sollen integriert und im Rahmen dieser Arbeit besonders thematisiert werden. Damit sind zunächst die Bedingungen Raum und Zeit gemeint, die notwendigerweise den Rahmen für jede Handlung und somit auch für jede Befragung bilden:

- *Raumbedingung*
Alle sozialen Vorgänge ereignen sich und vollziehen sich im Raum. Raum ist somit Grundvoraussetzung des Sozialen (vgl. Simmel 1995; Giddens 1999; Schroer 2005). Raum verortet unsere Handlungen und unser Bewusstsein und fließt somit in den gesamten Befragungsprozess ein.
- *Zeitbedingung*
Alle Handlungen unterliegen einer Zeitstruktur und vollziehen sich in der Zeit (z. B. Elias 1988; Fürstenberg 1986; Simsa 1996; Nowotny 1995). Zeit gilt als symbolische Konstruktion des Verknüpfens von Ereignissen und Handlungen; kurz: Zeit koordiniert und strukturiert unseren Alltag. Zeit bestimmt somit auch den Ablauf und Inhalt des Befragungsprozesses.

Hinzu kommt, dass im Rahmen der Artefaktforschung eine – nach unserer Ansicht wesentliche – Dimension der beteiligten Personen (insbesondere der Befragten) außer Acht gelassen wurde:

- *Emotionsbedingung*
Bei allen Handlungen sind Emotionen mit beteiligt. Sie sind vorrangiger Zugang zur Realität, sie bestimmen Wahrnehmungen, Bewertungen und Urteile (z. B. Abele/Brehm 1994; Abele/Petzold 1996; Bachleitner/Weichbold 2007; Schwarz/Clore 2003; Storbeck/Clore 2005). Insbesondere die Befindlichkeit

der Befragten kann den Antwortprozess beeinflussen, da Emotionen evaluativen Charakter haben.

Diese drei Bedingungen definieren die soziale Situation, in der ein Interview abläuft. In die Situationslogik (‚Definition der Situation‘) fließen diese Aspekte ein und äußern sich in den subjektiven Interpretationen der Situation, in der sich die Befragten oder Antwort gebenden Personen befinden (vgl. Esser 1993: 94; und zusammenfassend Vanberg 1975: 116-120; Stachura 2006; Braun 2006; Patry 2001. Dies beeinflusst weiters – so unsere zentrale Annahme – insgesamt die Antwortwahl bzw. Antwortvergabe und zuvor bereits die Bereitschaft, an einer Befragung überhaupt teilzunehmen.

Diese Abhängigkeiten von räumlichen und zeitlichen Rahmenbedingungen sowie von den emotionalen Dispositionen der Befragten sollen in ihrer Relevanz im Befragungsprozess analysiert werden. Jede Umfrage hat ihre räumlichen, zeitlichen, personenspezifischen und damit situativen Bedingungen, welche in das Handeln der Akteure mit eingehen und so die klassischen Fragen neu beleben: Wer nimmt an einer Befragung teil und sind die Antworten tatsächlich Resultat der unterschiedlichen Meinungen der Befragten oder Resultat der situativen Bedingungen, hier insbesondere bedingt durch Raum-, Zeit- und Befindlichkeitseffekte? Oder anders: Wenn eine raum-, zeit- und emotionslose Befragung und somit situationsunabhängige Antwortvergabe nicht existiert, ist zu klären, welche Effekte auf die Antwortvergabe einwirken.

Hier lässt sich wieder die Brücke zur soziologischen Theoriebildung schlagen. In den aktuellen sozialwissenschaftlichen Diskursen haben die Bedingungen von Raum, Zeit und Emotion (Befindlichkeit) in Form sogenannter ‚turns‘ bereits Eingang gefunden. Beispielsweise spricht Schützeichel (2006) vom „emotional-turn“ und Schroer (2006) von einem „spatial-turn“ in der Soziologie.

In Kapitel 2 sollen zunächst die aktuellen theoretischen Ansätze, die mit der Umfrageforschung in Verbindung gebracht werden, kurz resümiert werden, ehe in Kapitel 3 die aus unserer Sicht bestehenden Defizite erläutert werden. Diese liegen in der Vernachlässigung von Raum- und Zeitaspekten, in der Nichtberücksichtigung der Befindlichkeit der Befragten und schließlich in einer zu kurz gefassten Konzeption der ‚sozialen Situation‘ des Interviews.

Kapitel 4 skizziert eine ablauforientierte Theorie der Befragung mit vier Hauptphasen, die weiter differenziert werden können. Bereits in diesem Kapitel werden die Einflüsse der als Defizite bisheriger Theoriebildung erkannten Faktoren Raum, Zeit und Befindlichkeit deutlich. In Kapitel 5 werden sie schließlich ausführlich, zunächst jeweils in ihrer soziologischen Bestimmung, dann in ihrer methodologischen Relevanz diskutiert. Kapitel 6 ist dann der empirischen Prüfung der unterschiedlichen Effekte gewidmet. Dazu werden anhand eines

zuvor entwickelten Rasters Beispiele aus unterschiedlichen Umfragedaten präsentiert und diskutiert.

Kapitel 7 fasst schließlich unsere wesentlichen Ansätze nochmals zusammen und stellt Perspektiven und Konturen für eine Theorie der Befragung vor. Nachdem sich jede Theorie auch an ihrer praktischen Umsetzbarkeit misst, werden in Kapitel 8 die Konsequenzen aus den vorangegangenen Überlegungen in Richtung konkreter Empfehlungen und Umsetzungsperspektiven für die künftige Umfrageforschung vorgestellt.

Ein Exkurs von Manfred Gabriel ergänzt schließlich die entwickelte Theorie im Lichte der aktuellen neurobiologischen Diskussionen und zeigt, dass dieses Modell der Befragung auch in diese Richtung anschlussfähig ist.

2 Zum aktuellen Stand der Theoriebildung in der Umfrageforschung

Bereits in der Einleitung wurde auf das Fehlen einer umfassenden Theorie der Befragung hingewiesen. Die Betonung liegt dabei klar auf dem Wort *umfassend*: Tatsächlich nimmt die Methodologie bei zahlreichen Disziplinen und Theorien Anleihen (eine Übersicht bei Häder 2006: 191ff). Einen möglichen Grund für das Fehlen einer umfassenden Theorie der Befragung formulierte Esser bereits 1975: „Da die Entwicklung einer solchen Instrumententheorie jedoch [...] sowohl liebgewordene methodische Selbstverständlichkeiten (und nicht zuletzt: ökonomisch scheinende Erhebungsverfahren und bestimmte Auswertungstechniken) gefährdet, wie zweitens auch gewisse Revisionen von inhaltlich-theoretischen Aussagen nach sich ziehen würde, wird der – verdeckte und offene – Widerstand gegen eine nähere theoretische Befassung mit der Befragung verständlich“ (Esser 1975: 7).

Tatsächlich ergab sich aus der Praxis heraus zunächst offenbar keine Notwendigkeit, ein funktionierendes Unternehmen kritisch zu hinterfragen. Bis in die 1970er Jahre war die Umfrageforschung durch ein starkes Wachstum und eine weitgehend problemfreie Anwendung in den verschiedensten Bereichen gekennzeichnet (vgl. De Heer/De Leeuw/Van den Zouwen 1999: 30f; Weischer 2004: 235ff). Sofern die Methoden empirischer Sozialforschung überhaupt Gegenstand der Betrachtungen waren, ging es darum, sie zu perfektionieren und nicht, sie zu hinterfragen. In dem von René König herausgegebenen ‚Handbuch der Empirischen Sozialforschung‘ hatte sich Erwin Scheuch (1967) unter anderem mit dem Interview beschäftigt und in dem Kapitel ‚Die Lehre von der Frage‘ zahlreiche Hinweise zur Frageformulierung gegeben. Für die dritte Auflage (1973) fügte er einen Abschnitt über jüngere Entwicklungen hinzu, mochte darin die Ergiebigkeit einer Theorie des Interviews außer bei interkulturell vergleichenden Studien aber nicht erkennen: „Es ist fraglich, ob eine solche Theorie für die Erhebungen [...] und die [...] bestehenden Kunstlehren des Vorgehens relevant ist“ (76).

Diese Vorbehalte wurden zu dieser Zeit jedoch nicht mehr von allen geteilt. Nach der Phase der starken Expansion gab es ab den 1970er Jahren erste Krisen und Kritik. Es waren Ermüdungserscheinungen bei den Befragten festzustellen, was nicht nur auf die stark gestiegene Anzahl der Befragungen zurückzuführen ist, sondern auch auf gesellschaftliche Veränderungen, in deren Folge der

Zweck von Fragen von den Befragten thematisiert wurde, die nicht mehr bereit waren, alles und jedes zu beantworten. Daher konstatierten De Heer/De Leeuw in den 1970er Jahren, „Survey nonresponse was becoming an issue“ (1999: 33).

Die aufkommenden Probleme bestimmten somit zunehmend die methodologische Diskussion. Kurt Holm (1975) bezog sich auf die ‚Kunstlehre‘ Scheuchs und wollte sie über praktische Anweisungen hinaus theoretisch fundieren. Nach seiner ‚Theorie der Frage‘ beinhaltet eine gegebene Antwort nicht nur die interessierende Zieldimension (den wahren Wert), sondern wird durch Fremddimensionen wie die soziale Erwünschtheit verfälscht. Dieser von ihm selbst ‚faktorenanalytisch‘ genannte Ansatz ermöglichte die Erklärung zahlreicher Artefakte, die durch den Befragten, den Interviewer oder die Situation verursacht werden. Wird eine Variable durch mehrere Items operationalisiert, kann durch statistische Analyse zudem versucht werden, den wahren Wert zu bestimmen. Atteslander/Kneubühler (1975) integrierten eine Reihe von Einflussgrößen auf das Antwortverhalten in ein Modell des Interviewablaufs bzw. der Interviewsituation. Verschiedene Reize (Frage, Interviewer, Umgebung) werden vom Befragten aufgenommen, in seinem Normenbezug gedeutet und veranlassen ihn schließlich zu einer Reaktion (in der Regel eine bestimmte Antwort). Mit den Modellen von Holm und Atteslander/Kneubühler war es nun möglich, eine Reihe von Verzerrungen, die die Befragungsergebnisse beeinflussen können, zu erklären.

Somit entwickelten sich zwei Problembereiche, die bis heute auch getrennt und mit unterschiedlichen theoretischen Rückgriffen behandelt werden (vgl. Häder 2006: 192): die Frage, warum jemand an einer Befragung (nicht) teilnimmt, und die Frage, wie eine gestellte Frage beantwortet wird.

2.1 Theorieansätze zur Teilnahmebereitschaft

Esser (1986) erklärt die Teilnahmebereitschaft an einer Befragung als rationales Entscheidungsverhalten, dessen Grundmodell auf Kosten- und Nutzenabwägungen basiert. Kritisch ist hier anzufügen, dass dieses rationale Entscheidungsmodell auf dem Hintergrund von damals dominanten Face-to-face Befragungen mit standardisierten Interaktionen entwickelt worden ist, während heute zahlreiche computerbasierte Varianten mit zunehmender sozialer Neutralisierung entstanden sind. Die angeführten Motive einer Nutzensteigerung bei einer Teilnahme dürften vor allem bei CASI Methoden wesentlich an Determinationskraft verloren haben, was Esser selbst einräumt. Insgesamt kommt dem spontan und emotional handelnden Befragten im Modell der rationalen Entscheidungen wenig Bedeutung zu. Neuere Entwicklungen (vgl. Esser 2006) zeigen hier auf der affektuellen Ebene der Handelnden wesentliche Ergänzungen.

Daneben können mehrere Richtungen identifiziert werden (vgl. Häder 2006: 193; Bosnjak 2002: 58):

- *Teilnahme als heuristische Entscheidung*: Ausgehend von der Annahme, dass die Menschen einer Befragungsteilnahme in der Regel neutral (also weder mit besonderem Interesse noch mit grundlegender Ablehnung) gegenüberstehen, wird die Teilnahme hier als Ergebnis allgemeiner pragmatischer Entscheidungsheuristiken der Befragten erklärt, die in ähnlichen Situationen bereits angewandt wurden und daher mit geringem kognitivem Aufwand eingesetzt werden können (vgl. Groves/Cialdini/Couper 1992).
- *Teilnahme als Ergebnis eines sozialen Austausches*: Die ausgehend von Blau und Homans formulierte Austauschtheorie geht davon aus, dass Handlungsentscheidungen sich an Nutzen- und Belohnungsaspekten (Incentives) orientieren, die an sozialen Austausch gebunden sind und sich nicht in erster Linie an individuellen, ökonomischen Nutzenaspekten ausrichten (vgl. Dillman 2007).
- *Komplexe handlungs- und einstellungstheoretische Modelle zur Teilnahmebereitschaft* wie die Theory of Planned Behavior (vgl. Ajzen 1991) verbinden Handlungsabsichten mit verhaltensbezogenen Einstellungen und Normen.

Gleichgültig, ob man die Befragungsteilnahme eher in einer Kosten-/Nutzen-Abwägung, in sozial orientierten Gegenseitigkeitsvorstellungen, in einer normativen Handlungsorientierung oder in routinisierter Einwilligung begründet sieht, zeigt sich, dass die Teilnahmebereitschaft an Umfragen von zahlreichen Faktoren abhängig ist (vgl. z. B. Groves et al. 1992, Stoop 2005; Bosnjak 2002: 30):

- allgemeine kulturelle und gesellschaftliche Aspekte (Anzahl und Stellenwert von Umfragen in der Gesellschaft, Nachfrage und Image von Umfragewissen etc.)
- Merkmale der Befragung (des Instruments, der Ankündigung/Implementierung der Befragung, des Befragungsthemas)
- Merkmale und Eigenschaften des Interviewers bzw. der Befragten (soziodemografische Merkmale, Persönlichkeitsmerkmale, Fähigkeiten und Fertigkeiten, befragungsbezogene Einstellungen) einschließlich der Formen der Interaktion zwischen Interviewer und Interviewten

Die Heranziehung von Rational Choice-Theorien ist der am weitesten reichende Ansatz einer Theorie des Interviews und hat den Vorteil, keine eigene Spezialtheorie entwerfen zu müssen, sondern eine allgemein eingeführte ‚grand theory‘ anwenden zu können. Zudem können, wie Schnell (Schnell/Hill/Esser 2008: 157f) betont, die meisten Ansätze und empirischen Befunde in eine auf Rational Choice basierende, allgemeine Theorie des Teilnahmeverhaltens integriert werden.

2.2 Theorieansätze zur Erklärung der Antwortfindung/-entscheidung

In diesen Ansätzen geht es vorwiegend darum zu erklären, wie der Prozess der Antwortfindung beim Einzelnen abläuft und wie letztlich die Entscheidung für eine Antwort entsteht. Rational-Choice-Modelle spielen hier eine untergeordnete Rolle, weil sie eher auf die Analyse motivationaler Aspekte (z. B. sozial erwünschte Antworten) des Befragten abzielen. Zur Erklärung der Antwortentstehung und Antwortwahl werden kognitionspsychologisch ausgerichtete Phasenmodelle herangezogen, mit deren Hilfe die Entscheidungsfindungsprozesse abgebildet werden sollen (vgl. dazu Sudmann/Bradburn/Schwarz 1996, Strack 1994, Tourangeau/Rips/Rasinski 2000).

Umfrageforscher und Kognitionspsychologen haben in den 1990er Jahren ein vier Phasen-Modell der Antwortfindung etabliert.

- Der erste Schritt besteht in der Verstehensleistung der Frage („comprehension“). Das Verstehen setzt sich aus einem semantischen Verstehen (Bedeutung der Frage) und einem pragmatischen Verstehen (intendiertes Interesse des Forschers) zusammen. Dabei werden von den Befragten alle zur Verfügung stehenden Informationen für die Interpretation des Frageinhalts herangezogen. Verzerrungen können in dieser Phase am ehesten durch Kontexteffekte entstehen, weil die Frage in Relation zu vorangegangenen Items betrachtet wird und auch nonverbale Einflüsse (z. B. Umfeld des Befragten) auf das pragmatische Verstehen einwirken können.
- In weiterer Folge erfolgt der Abruf der relevanten Informationen aus dem Gedächtnis („retrieval“). Die Genauigkeit der Antwort des Befragten hängt von den verfügbaren Gedächtnisinhalten ab. Eine kritische Rolle spielt in dieser Phase das Priming der Befragten, weil bestimmte Informationen durch vorher gestellte Fragen aktiviert werden. Nach dem Inklusions-Exklusionsmodell von Sudman et al. (1996) ist denkbar, dass spezifische Gedächtnisinhalte durch Priming entweder vernachlässigt oder überbewertet werden, indem die Befragten bereits verfügbare Informationen ausblenden.
- Basierend auf den abgerufenen Informationen erfolgt schließlich die Urteilsbildung („judgment“). Die Urteile der Befragten können nicht als wahre Werte interpretiert werden, weil sie je nach Reflexion über den Frageinhalt spezifisch gebildet werden. Dies erklärt auch die Instabilität der Antworten bei Meinungsumfragen, weil bei ähnlichen Fragen jeweils neue Informationen aus dem Gedächtnis die Urteilsbildung beeinflussen.
- Die abschließende Editierung der Antwort („response“) betrifft die Einbettung des Urteils in vorgegebene Antwortkategorien. Auch hier können bekanntlich Verzerrungen entstehen, weil das Editing nach Konsistenz (z. B.

Ja-Sage-Tendenz), Höflichkeitskriterien (z. B. Vermeiden extremer Ausprägungen) oder sozialer Erwünschtheit unterschiedlich ausfallen kann.

Insgesamt erscheint es unrealistisch, dass bei jeder Frage sämtliche Stufen, wie sie im kognitionspsychologischen Modell angenommen werden, auch tatsächlich bewusst durchlaufen werden. Konzepte paralleler Verarbeitungsprozesse im Antwortverhalten gehen daher davon aus, dass die Reaktion auf das Verständnis von Fragen ein zweifacher Pfad sein kann: entweder der Ablauf des vollständigen Modells oder der Abruf eines fertigen Urteils und die unmittelbare Abgabe einer Antwort (vgl. Strack/Martin/Schwarz 1988: 125). Bedenkt man die Kürze der Antwortzeit bei Meinungsfragen, so müssen heuristische Strategien (wie beispielsweise die Schema- oder Skriptaktivierung) bei der Antwortvergabe in Betracht gezogen werden. Schemata bewirken beispielsweise für die Befragten eine Entlastung des kognitiven Systems, weil sie die Wahrnehmung des Frageinhalts und die Interpretation der Frage erleichtern. Skripte beziehen sich spezifischer auf die typische Abfolge von sozialen Ereignissen (z. B. eine Befragung) und ermöglichen der Untersuchungsperson eine einfache und schnelle Orientierung. Die Informationsverarbeitung wird erleichtert, indem die Fragen durch die Linse des eigenen Glaubens-, Gefühls- und Wissensvorrates interpretiert werden (vgl. Braun 2006: 37f).

Krosnick & Alwin (1987) unterscheiden deshalb idealtypisch zwischen zwei Gruppen von Befragten. Satisficer begegnen einer Befragung in der Regel mit einer niedrigeren Motivation und einer geringeren kognitiven Kompetenz und sind anfälliger für schema- und skriptkonsistente Antworten sowie auch Neutralkategorien und Item Nonresponse, während „Optimizer“ versuchen, das gesamte Phasenmodell der Antwortfindung mit hohem kognitivem Aufwand zu durchlaufen.

2.3 Übergreifende Ansätze

Die für die Erklärung der Teilnahmebereitschaft und der Antwortentstehung genannten Ansätze erheben teilweise den Anspruch, den gesamten Befragungsprozess erklären zu können, haben in der Praxis aber nur für den berichteten Bereich Relevanz. Dies gilt auch für den Rational-Choice-Ansatz (vgl. Esser 1975 und 1986), aus dem letztlich aber bislang noch keine umfassende Theorie der Befragung ausgearbeitet wurde. Wie berichtet, spielen RC-Theorien bei der Frage der Interviewteilnahme eine größere Rolle als bei der Frage der Antwortwahl, wo sie nur wenig rezipiert wurden.

Zu nennen ist in diesem Zusammenhang der Ansatz von Don A. Dillman mit seinem 1978 erschienenen Buch *Mail and Telephone Surveys: The Total Design*