

Fragenprogramm - Fragebogendesign

Jedem Fragebogenprogramm geht nicht nur ein langwieriger Prozess voraus, sondern folgt auch einer. Erst wird die zentrale Frage für eine Studie gesucht, dann wird diese operationalisiert, die Erhebungsmethode ausgewählt, das Timing und die Kosten ermittelt. Anschließend folgt die Umsetzung in ein Fragenprogramm. Ist das Fragenprogramm verabschiedet, folgen die Organisation der Befragung, die Durchführung und Auswertung.

Das Ergebnis jeder Studie ist sehr stark abhängig von der Güte des Frageprogramms. Damit sind Kosten und Erfolg einer Studie verbunden.

Lassen Sie sich beraten, wir haben Erfahrung, melden Sie sich bitte unter peter.buder@research-profiling.de oder per Telefon 040 – 42936497.

Beim Fragenprogramm muss nicht nur die Zielsetzung berücksichtigt werden, sondern auch die Form der Befragung (schriftlich, telefonisch, online, direkt). Das Fragebogenprogramm soll von den Befragten verstanden werden, die Fragen müssen die „Sprache“ der Zielgruppe sprechen. Kinder, Jugendliche, Senioren unterscheiden sich dabei erheblich.

Bereits die Fragenanordnung und die Einstiegsfrage entscheiden ob ein Interview bis zu Ende durchgeführt bzw. verwertbar ist. Das Ziel einer jeden Befragung ist es, anhand von Antworten einen Erkenntnisgewinn zu erhalten. Der Erkenntnisgewinn steigt mit der Qualität der Fragen. Erkenntnisgewinn bedeutet in diesem Sinne: mehr Wissen, mehr Informationen **nach** einer Befragung zu haben als zuvor. Bereits bei der Erstellung der Fragen gilt es an die Auswertung zu denken, die Kopfgruppen, den Einsatz von multivariaten Verfahren zu berücksichtigen und vieles anderes mehr. Nachträgliche Korrekturen verfälschen das Ergebnis.

Beruflicher Hintergrund

Diplom Sozialwirt, Magister Artium. Studium der Soziologie, Sozialwirtschaft, BWL, VWL, Recht, Informatik und Sportwissenschaften in Hamburg. Stipendiat am Seminar für Publizistikwissenschaften in Zürich. Seit 1990 in der Markt- und Marketingforschung tätig. Mitgründer des Internetforschungsinstituts PopNet Research und Inhaber der Marktforschungsberatung RESEARCH PROFILING Hamburg. Seit 2005 Lehrveranstaltungen an der FH NORDAKADEMIE, Europäischen Medien- und Business Akademie, am Baltic College Güstrow und der FH für Ökonomie & Management. Unternehmer-Gründerberater bei Merkur-Startup.