



AM PULS DER ZEIT

Online-Befragungen im Vormarsch

Im Zeitalter der Digitalisierung haben Online-Befragungen an Beliebtheit gewonnen – das gilt auch für Verbände. Die Nachfrage unserer Kunden an Online-Umfragen¹ hat sich in den letzten Jahren vervielfacht. Viele Verbände haben in der Vergangenheit Befragungen in Form von Telefoninterviews (CATI) durchgeführt und stehen vor der Überlegung, nun die Befragungsmethode zu wechseln. Aber sind Online-Umfragen tatsächlich den klassischen Befragungsmethoden überlegen? Welche Herausforderungen bringt ein Methodenwechsel mit sich? Welche Vor- und Nachteile sind mit einem solchen Wechsel verbunden?

Lars Funk und Katharina Tillmann

Die Vorteile von Online-Befragungen sind vielfältiger, als man zunächst einmal vermuten könnte:

- Der finanzielle Aufwand ist deutlich niedriger als bei anderen Methoden und zudem weitgehend unabhängig von der Anzahl der Teilnehmer.
- Bei einer Online-Befragung können alle Mitglieder eines Verbandes einbezogen und somit an der Entwicklung des Verbandes beteiligt werden. Damit kann die Online-Umfrage auch als Marketing-Instrument eingesetzt werden, um die Mitglieder über die Verbandsleistungen zu informieren.
- Die Bereitschaft zur Teilnahme ist höher als bei Telefoninterviews, nicht zuletzt, weil die Teilnehmer selbst entscheiden können, wann und wo sie die Fragen beantworten.
- Mit Online-Umfragen lassen sich ohne Mehrkosten große Datensätze generieren, sodass Untergruppenauswertungen und Segmentierungen beispielsweise nach Region oder Alter möglich werden.
- Die in den offenen Fragen genannten Punkte sind häufig viel umfangreicher als bei Telefonbefragungen. Damit liefern Online-Umfragen über die Statistik hinaus wertvolle Informationen über die Stimmungslage im Verband.

– In der Regel sind die Ergebnisse deutlich schneller verfügbar. Häufig sind schon während der Befragung direkte Zugriffe auf Resultate möglich. Dadurch kann nicht zuletzt auch das Befragungsmarketing während der Befragungsphase gezielt eingesetzt werden.

Trotz dieser Vorteile haben in der Vergangenheit viele Verbände telefonische Befragungen bevorzugt, häufig sogar aus gutem Grund. Online-Umfragen hatten den Makel, in Bezug auf Qualität und Repräsentativität der Ergebnisse nicht mit Telefonbefragungen mithalten zu können. Ein Grund dafür lag darin, dass nicht alle Altersgruppen gleich gut erreicht werden konnten. Das hat sich mittlerweile geändert. Die Datenqualität ist bei Online-Umfragen grundsätzlich als sehr gut zu bezeichnen. Das zeigen auch unsere Erfahrungen.

Telefonbefragungen bieten nach wie vor Vorteile bei komplexen und erklärungsbedürftigen Fragestellungen, da hier z. B. die Möglichkeit der Nachfrage beim Interviewer besteht. Ebenso hat der Interviewer die Möglichkeit, unmittelbar auf Missverständnisse zu reagieren und diese aufzuklären. Telefonbefragungen führen in der Regel in solchen Fällen qualitativ zu besseren Ergebnissen als Online-Befragungen, die bei zu komplexen Fragestellungen keine validen Ergebnisse liefern oder sogar abgebrochen werden.

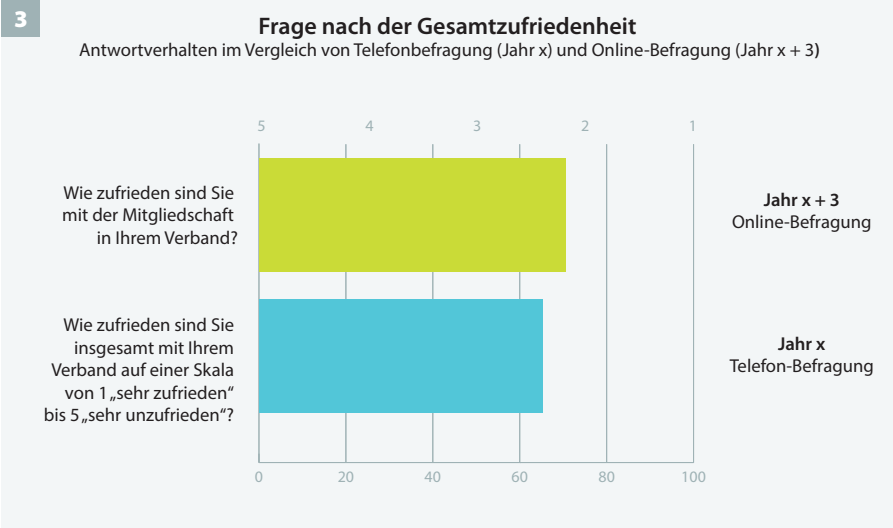
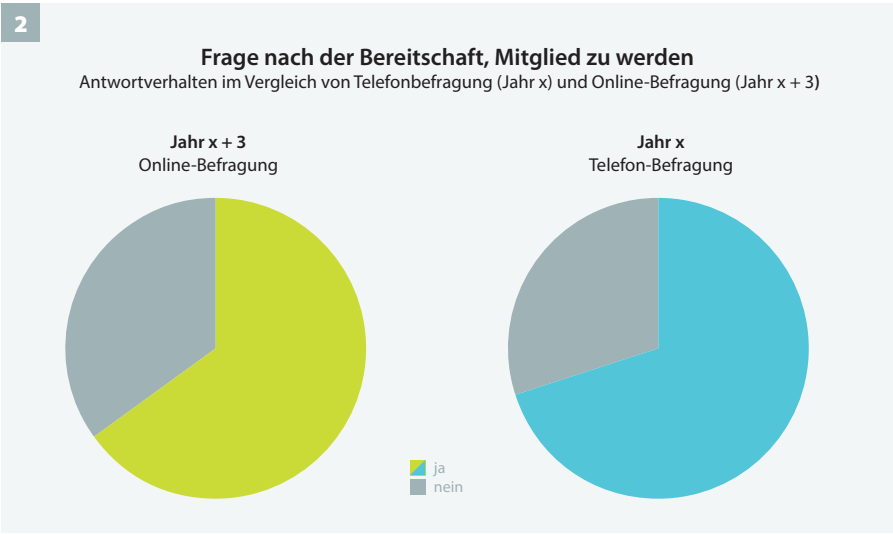
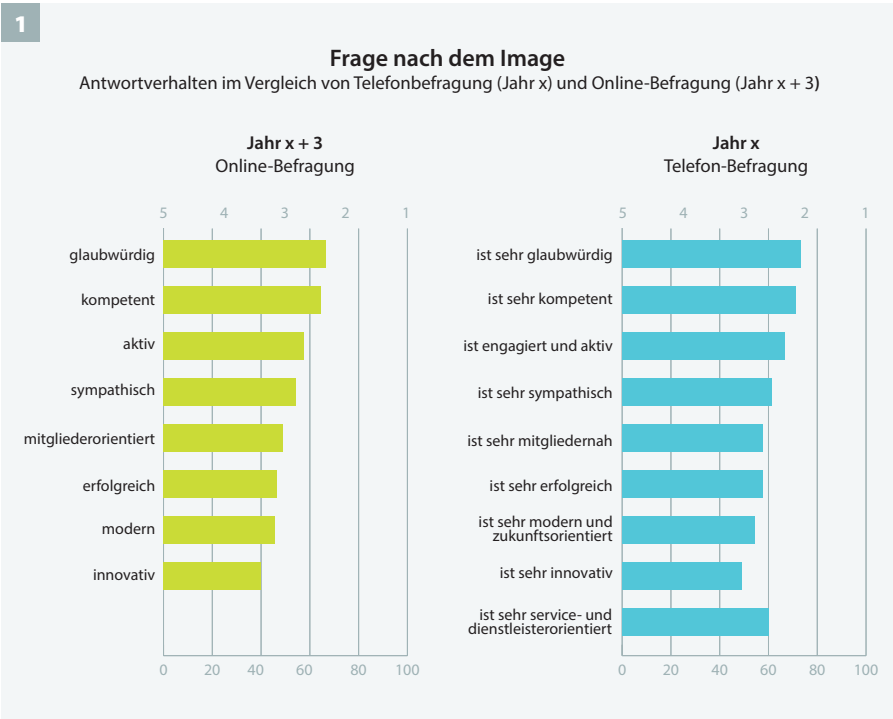
WECHSEL DER BEFRAGUNGSMETHODE

Aufgrund der eingangs beschriebenen Vorteile von Online-Umfragen und der erfahrenen Nachteile von Telefonbefragungen in der Vergangenheit stehen viele Verbände nun vor der Überlegung, die Befragungsmethode zu wechseln. Sie stellen sich berechtigterweise die Frage, welche Auswirkungen ein Methodenwechsel mit sich bringt.

Will man Befragungsergebnisse über einen längeren Zeitraum in Form von Zeitreihen vergleichen, so ist ein Wechsel der Befragungsmethode in der Tat mit gewissen Herausforderungen verbunden. Denn auch bei identischer Fragestellung unterscheiden sich die Rückmeldungen durch die Art der sozialen Interaktion in Telefon- und Online-Befragungen. Die Ergebnisse sind somit nicht 1:1 vergleichbar, was die Aussagekraft von Zeitreihen einschränkt.

Die Forschung zeigt:²

- Telefon- und Online-Befragte haben eine unterschiedliche Affinität zu bestimmten Themen.
- Die Wahl der Erhebungsmethode hat Einfluss auf die Tendenz zu Extremantworten. Im Vergleich zu Telefonbefragungen fördern Online-Umfragen dieses Verhalten sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht.



- Bei persönlichen Fragestellungen liefern Online-Umfragen häufig die ehrlicheren Antworten. Telefoninterviews fördern eher ein Antwortverhalten, das an sozialen Normen ausgerichtet ist. Durch die Distanz zwischen Befragtem und Interviewer ist der Befragte weniger an einer positiven Darstellung interessiert.

- Die Reihenfolge der Antwortvorgaben hat einen Einfluss auf das Antwortverhalten. Bei Online-Befragungen tendieren Teilnehmende zu den zuerst genannten Antworten (Primäreffekt), bei Telefon-Befragungen zu den zuletzt genannten (Rezenzeffekt).

Verdeutlichen möchten wir das veränderte Antwortverhalten anhand eines konkreten Praxisbeispiels. Ein großer Berufsverband mit einer hohen fünfstelligen Zahl an persönlichen Mitgliedern hat im Abstand von jeweils drei bis vier Jahren drei Befragungen durchgeführt, die ersten beiden telefonisch, die letzte als Online-Befragung.

Wir haben das Antwortverhalten der Teilnehmenden der letzten zwei Befragungen miteinander verglichen.³

Insbesondere haben wir uns das Antwortverhalten auf die Frage zum Image des Verbandes angesehen. Diese Frage wurde in der Telefonbefragung regelmäßig besser beantwortet und das Ranking ist gleich geblieben, siehe Abbildung 1.

Auch beim Vergleich der Ergebnisse zur Frage nach der Bereitschaft, Mitglied zu werden, fallen die telefonischen Antworten etwas positiver aus als die online gegebenen Antworten, siehe Abbildung 2.

Dass Online-Befragungen allerdings nicht regelmäßig zu schlechteren Werten führen, zeigt der Vergleich der Ergebnisse zur Frage nach der Gesamtzufriedenheit in Abbildung 3. Bei beiden Fragen ist allerdings grundsätzlich eine ähnliche Tendenz erkennbar.

Der Vergleich zeigt, dass Unterschiede im Antwortverhalten bestehen und diese abhängig von der jeweiligen



Frage sind. Da in der Gesamtbetrachtung Grundtendenzen erkennbar sind und etwa Reihenfolgen bestehen bleiben, ist ein Vergleich – wenn auch nur eingeschränkt – möglich.

FAZIT

Wie jede Befragungsmethode hat auch die Online-Befragung Vor- und Nachteile: Als Vorteile sind insbesondere die im Vergleich geringen Kosten sowie die größere Reichweite und die damit verbundene Möglichkeit zu mehr Untergruppenauswertungen zu nennen. Auch die Einsatzmöglichkeit als Marketinginstrument sollte nicht unterschätzt werden. Vielmehr ist die Qualität der erhobenen Daten in der Regel als sehr gut zu bezeichnen. Le-

diglich bei komplexen und erklärungsbedürftigen Fragestellungen liefern Telefoninterviews qualitativ bessere Befragungsergebnisse.

Ein Wechsel der Befragungsmethode ist mit gewissen Herausforderungen verbunden. Das Antwortverhalten unterscheidet sich aufgrund der unterschiedlichen sozialen Interaktion während der Erhebungssituation und die Ergebnisse sind somit nicht 1:1 vergleichbar, was die Aussagekraft von Zeitreihen einschränkt. Anhand des konkreten Praxisbeispiels konnten wir jedoch aufzeigen, dass Grundtendenzen erkennbar sind und beispielsweise durch den Vergleich von Rangfolgen eine aussagekräftige Interpretation möglich ist.

Insgesamt überwiegen bei den meisten Fragestellungen die Vorteile der Online-Befragung deutlich. Dies auch dann, wenn man die Effekte eines Wechsels der Befragungsmethode mit in Betrachtung zieht. ■

AUTOREN

LARS FUNK



ist Berater bei B'VM mit Spezialisierung auf Strategie, Organisationsentwicklung und Marketing.

→ lars.funk@bvmberatung.net

KATHARINA TILLMANN



ist Beraterin bei B'VM mit Spezialisierung auf Analysen im Schwerpunkt auf Mitgliederbefragungen, Meinungsumfragen und wirkungsorientierte Evaluation.

→ katharina.tillmann@bvmberatung.net

Quellen:

1. Der Begriffszusatz Online meint in diesem Artikel, dass Befragungen auf dem Server eines Providers gespeichert und online ausgefüllt werden.
2. Bogner, Kathrin und Landrock, Uta (2015): Antworttendenzen in standardisierten Umfragen. Mannheim, GESIS – Leibniz Institut für Sozialwissenschaften (GESIS Survey Guidelines). DOI: 10.15465/gesis-sg_01.
3. Bei diesem Vergleich ist zu beachten, dass die Fragen bzw. Antwortvorgaben zwar sehr ähnlich, aber nicht in jedem Fall identisch sind.