

Blitzbefragung

Autor/-innen: Block, von Unger, Wright Dateiname: Blitzbefragung_Qualitaet_Aidshilfe_11252.pdf

Eine Blitzbefragung ist eine kurze themenspezifische Erhebung, die vor allem durch Methoden aus der Entwicklungszusammenarbeit (Rapid Rural Appraisal bzw. Rapid Assessment) und die Marktforschung bekannt wurde. Die Befragung kann mündlich oder schriftlich durchgeführt werden. Sie sollte maximal zehn Minuten in Anspruch nehmen. Die Stärke einer Blitzbefragung ist, dass sie sich wegen ihres geringen Umfangs in die aufsuchende praktische Arbeit integrieren lässt und dadurch viele Personen erreichen kann, die sonst nicht an Befragungen teilnehmen.

Voraussetzungen

Ein Anliegen

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in der Durchführung der Befragung geschult sind

Anwendungsbereiche

Feststellung des Bedarfs einer Zielgruppe

Testen eines Projektkonzepts

Entwicklung neuer Ideen für die Projektarbeit

Überprüfung der Akzeptanz eines Angebots

Untersuchung der Wirkung eines Angebots

Arbeitsschritte im Überblick

1. Festlegen eines Themas für die Befragung
2. Entwicklung der Fragen
3. Festlegung der Art der Befragung
4. Einführung der Durchführenden der Befragung
5. Auswertung der Ergebnisse

Aufwand

Zeit

Die Vorbereitungszeit der Blitzbefragung kann variieren (Arbeitsschritte 1-3). Das Einführen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Durchführung der Befragung kann im Rahmen einer Teamsitzung geschehen. Die Befragung der einzelnen Personen dauert maximal zehn Minuten. Die Dauer der Auswertung hängt von der Fragestellung sowie von den Ansprüchen der Einrichtung ab.

Personal

Die Befragung kann von einer Person entwickelt werden. Empfehlenswert ist die Absprache der Inhalte und der geplanten Art der Befragung mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die direkten Kontakt zur Zielgruppe haben, um die Handhabbarkeit und Praxistauglichkeit im Voraus zu überprüfen. Wie viele Mitarbeiter/-innen an einer Blitzbefragung beteiligt sind, ist vom Umsetzungsbereich abhängig.

Material

Die Fragestellung soll allen, die die Befragung durchführen sollen, in schriftlicher Form vorliegen. Wenn die Zielgruppe die Befragung in Form von gedruckten Bögen ausfüllen soll, muss die entsprechende Anzahl an Bögen bereitgestellt werden.

Andere Kosten

Keine.

Arbeitsschritte im Einzelnen

1. Festlegen eines Themas für die Befragung

Was - Wer - Wo - Wie?

Ein klar definiertes Thema ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg einer Blitzbefragung. Das Thema soll in einer leicht verständlichen Frage (Leitfrage) zusammengefasst werden können.

2. Entwicklung der Fragen

Die Fragen sollen dazu dienen, die Leitfrage zu beantworten und sollten klar formuliert und schnell zu beantworten sein. Sie müssen sprachlich an die Zielgruppe angepasst, eindeutig und verständlich sein. Ebenfalls muss festgelegt werden, ob es vorformulierte Antwortkategorien gibt oder die Antworten frei gegeben werden können.

3. Festlegung der Art der Befragung

Die Befragung ist so durchzuführen, dass möglichst viele Personen aus der Zielgruppe erreicht werden. Hier sind Zielgruppenverständnis und Kreativität erforderlich. Kurze Befragungen bieten die Möglichkeit, die Fragestellung in diverse laufende Arbeitsprozesse zu integrieren (s. unten "Weitere Tipps").

4. Einführung in die Durchführung der Befragung

Alle an der Erhebung Beteiligten werden in die Durchführung der Befragung eingeführt. Hierbei wird erklärt, wo und wie die Befragung stattfinden soll, wie die Informationen festgehalten werden und wie eine maximale Beteiligung der Zielgruppe an der Befragung gefördert werden kann.

5. Auswertung der Ergebnisse

Die Auswertung der Ergebnisse ist von der Art der Fragestellung abhängig. Bei einfachen Fragen (z.B. mit der Antwort ja oder nein) kann die Aussage eindeutig sein, wenn es lediglich darum geht, die Mehrheitsmeinung zu bestimmen. Bei vielen Fragestellungen ist jedoch das Erkenntnisinteresse der Einrichtung differenzierter. Dadurch entstehen bei der Auswertung der Ergebnisse viele Unsicherheiten, vor allem in Bezug darauf, wie die Antworten zu den einzelnen Fragen zusammenhängen. In diesem Fall ist es ratsam, die Hilfe einer Person mit wissenschaftlichem Hintergrund und Erfahrung in der Auswertung von Fragebögen in Anspruch zu nehmen.

Achtung !

Die Blitzbefragung kann wegen ihres eingeschränkten Umfangs nur eine begrenzte Fragestellung berücksichtigen. Wenn mehrere Themen behandelt werden sollen, kann - unter Berücksichtigung eines aus Sicht der Zielgruppe erträglichen zeitlichen Abstandes - eine Reihe von Blitzbefragungen durchgeführt werden.

Für viele Einrichtungen sind die ersten zwei Arbeitsschritte die allerschwersten. Ein spezifisches Thema festzulegen und angemessene Fragen zu formulieren kann oft eine große Herausforderung darstellen. Es ist ratsam, genug Zeit hierfür einzuplanen.

Weitere Tipps

Die Übersichtlichkeit der Blitzbefragung ermöglicht es, Fragen in praxisübliche Gespräche mit der Zielgruppe zu integrieren ohne den Charakter dieses Gesprächs zu stören. Der Anfang oder das Ende des Gesprächs sind oft die günstigsten Zeitpunkte für die Fragestellung.

Die Blitzbefragung lässt sich in Öffentlichkeits- oder Aufklärungsaktionen gut integrieren - z.B. am Messestand, in Kneipen, in Einkaufsstraßen.

Die Blitzbefragung ist wegen des geringen Umfangs und kurzer Ausfülldauer für Internetseiten gut geeignet.

Wie bei allen Befragungen ist es nützlich, einen Probelauf durchzuführen. Das heißt, Personen aus der Zielgruppe bekommen die Fragen gestellt und werden danach gefragt, wie sie die Fragen und die Art der Befragung beurteilen und ob sie Verbesserungsvorschläge haben.

Aufschlussreich (als Zusatz zu vorformulierten Antworten) kann eine offene Frage sein, z. B. "Was wollen Sie uns sonst noch mitteilen?".

Die Formulierung der Fragen, die Durchführenden, der Ort der Befragung und die Form der Rückmeldung (schriftlich oder mündlich) sollen so ausgewählt werden, dass eine möglichst starke Beteiligung der Zielgruppe erreicht wird. Hier steht die Akzeptanz der Zielgruppe im Mittelpunkt.

Die Erfassung einiger für die Einrichtung bzw. für die Fragestellung wichtiger persönlicher Merkmale (z.B. Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft) ermöglicht eine differenziertere Auswertung,.

Wenn die Blitzbefragung durch Mitglieder der Zielgruppe selbst durchgeführt wird, kann die Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung erhöht werden. Menschen aus der Zielgruppe haben einen direkten Zugang zu wichtigen Orten der Lebenswelt der Gruppe und werden dort auch nicht als "Fremdkörper" wahrgenommen. Dafür müssen Zielgruppenvertreterinnen und -vertreter gewonnen und in die Durchführung der Befragung geschult werden.

Literatur und Links:

Zum Rapid Appraisal:

Beebe, J. (1995). Basic Concepts and Techniques of Rapid Appraisal. Human Organization, Vol. 54, No. 1, pp.42-51.

http://www.rararchives.org/Intro_To_RA.html (Stand 13.3.08)

Anschauliche Präsentation von D. Sarrazin (2004) über Rapid Assessment and Response (http://www.lwl.org/ks-download/downloads/searchII/Doris%20Sarrazin_RAR.pdf) (Stand 07.05.08)

Ressourcen zur Fragebogenentwicklung und Auswertung:

Kostenlose Software zur Erstellung und Auswertung von Fragebögen:

www.grafstat.de Statistiklabor der Freien Universität Berlin:

<http://www.e-learning.fu-berlin.de/werkzeuge/lernsoftware/statistiklabor/index.html> (Stand: 07.05.08)

Fragebogen. http://www.quint-essenz.ch/de/files/Fragebogen_20.pdf (Stand: 07.05.08)

Moser, H (2003). Instrumentenkoffer für den Praxisforscher. Freiburg: Lambertus.