

Adressenaktualisierung und Feldverlauf einer Studie über Gründung und Erfolg von Kleinbetrieben

Preisendörfer, Peter; Ziegler, Rolf

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Preisendörfer, P., & Ziegler, R. (1991). Adressenaktualisierung und Feldverlauf einer Studie über Gründung und Erfolg von Kleinbetrieben. *ZUMA Nachrichten*, 14(27), 93-108. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-209870>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Adressenaktualisierung und Feldverlauf einer Studie über Gründung und Erfolg von Kleinbetrieben

Von Peter Preisendörfer und Rolf Ziegler

Der Beitrag gibt einen Erfahrungsbericht der Vorbereitung und des Ablaufs einer Studie, in der 1.849 Unternehmensgründer im Raum München und Oberbayern in knapp einstündigen Interview befragt wurden. Nach einer kurzen Erläuterung von Anliegen und Design der "Münchner Gründerstudie" soll zunächst das Vorgehen im Zuge der Adressenrecherchen näher beschrieben werden. Sodann werden der eigentliche Feldverlauf und unser Vorgehen im Zuge der Feldsteuerung genauer dokumentiert. Sowohl für die Adressenaktualisierung als auch für die Feldsteuerung haben wir Routinen erprobt und entwickelt, deren Einsatz auch in anderen Forschungsprojekten möglich ist. Zumindest dürften unsere Ergebnisse nützliche Hinweise für all diejenigen enthalten, die mit der Vorbereitung und Durchführung ähnlicher Projekte betraut sind. Speziell für die Feldsteuerung schlagen wir ein Verfahren vor, das sich generell für von Universitätsinstituten getragenen Befragungsstudien empfehlen dürfte.

1. Anliegen und Design der Münchner Gründerstudie

Das Forschungsanliegen der Münchner Gründerstudie läßt sich mit den beiden Fragestellungen kennzeichnen: "Wer gründet neue Betriebe und weshalb?" und "Von welchen Faktoren hängt der Erfolg neugegründeter Kleinbetriebe ab?". Im Hintergrund der Studie stehen u.a. die beobachtbaren Tendenzen zu vermehrter Selbständigkeit, die damit verbundenen Anzeichen einer Verschiebung der Betriebsgrößenstrukturen hin zu Kleinbetrieben, die Diskussion um das Potential neugegründeter Betriebe zur Schaffung von Arbeitsplätzen und die mitunter romantisierenden Vorstellungen über die Arbeitsplatz- und Beschäftigungsbedingungen in Kleinbetrieben (statt vieler Granovetter 1984; Birch 1987; Bögenhold 1987; Cramer 1987; Fritsch/Hull 1987).

Als Grundgesamtheit für unsere Untersuchung wurden alle Gewerbeanmeldungen der Jahre 1985 und 1986 im Raum München und Oberbayern gewählt. Dies sind mehr als 30.000 Meldedefälle. Wer einen neuen Betrieb eröffnen will, ist bekanntlich per Gesetz zu einer Gewerbeanmeldung verpflichtet. Zusätzlich ist für bestimmte Betriebe eine ergänzende Handelsregistereintragung vorgeschrieben. Die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern bringt die im Zuge der

Gewerbeanmeldung von den Gründern gegebenen Informationen (Anschrift des Betriebes, Rechtsform, Wirtschaftszweig, Anmeldedatum u.ä.) auf EDV; wird ein Betrieb später wieder abgemeldet, vermerkt die IHK zusätzlich einige Abmeldeinformationen (Abmeldedatum, Abmeldegrund u.ä.). Diese Informationen wurde uns Anfang 1989 von der örtlichen IHK auf Datenband übermittelt.

Nach Aufbereitung, Bereinigung und Kontrolle dieser prozeßproduzierten Daten wurde aus der Grundgesamtheit, die sich durch den Ausschluß von Fällen mit fehlenden und/oder inkonsistenten Angaben auf $N = 28.442$ reduzierte, eine nach drei Kriterien geschichtete Zufallsstichprobe gezogen. Erstes und wichtigstes Schichtungskriterium war, ob ein Betrieb noch besteht oder aber bereits wieder abgemeldet ist. Die meisten Studien der Gründungsforschung, die sich z.B. mit der Arbeitsplatzdynamik in Kleinbetrieben beschäftigen, beschränken sich auf sogenannte Survivor-Einheiten, d.h. auf Betriebe, die zum Erhebungszeitpunkt noch bestehen (vgl. z.B. Weitzel 1986; Picot et al. 1989). Hierdurch wird in der Regel ein viel zu positives Bild der Realität gezeichnet. Ein spezielles Anliegen unserer Studie bestand darin, auch und gerade die "gescheiterten" Betriebe in die Untersuchung einzubeziehen. Aufgrund der zu erwartenden höheren Ausfallquote bei den abgemeldeten Betrieben wurden diese in der Stichprobe deutlich übergewichtet. Ein zweites Schichtungskriterium differenziert auf der Basis der Rechtsform zwischen Kleingewerbebetrieben (Firmen, für die keine zusätzliche Eintragung ins Handelsregister erforderlich ist) und Handelsregisterfirmen, wobei letztere überrepräsentiert wurden. Schließlich wurde nach der Wirtschaftszweigzugehörigkeit grob unterschieden zwischen Betrieben im Dienstleistungssektor (Handwerksbetriebe fallen nicht in den Zuständigkeitsbereich der IHK und sind daher in unserer Untersuchung nicht enthalten). Aufgrund der Dominanz von Betrieben im Handel und im Dienstleistungssektor wurden Betriebe des verarbeitenden Gewerbes/Baugewerbes übergewichtet.

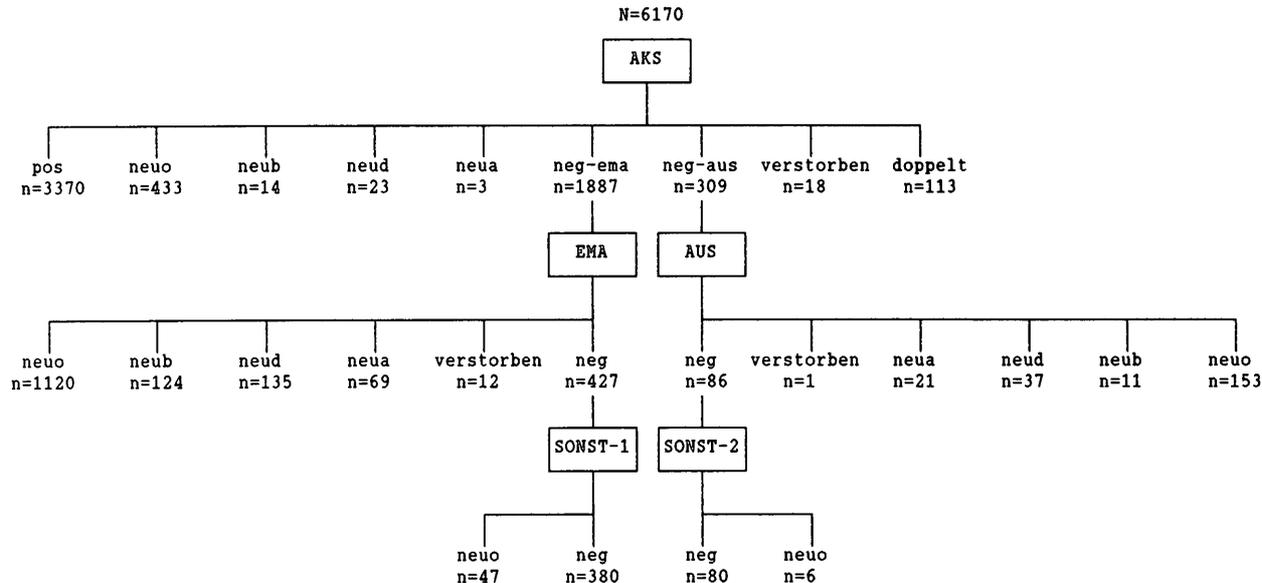
Die Kombination dieser drei Schichtungskriterien liefert eine Tabelle mit zwölf Zellen. Aus jeder dieser zwölf Zellen wurde eine Zufallsstichprobe gezogen; anschließend wurden die Teilstichproben zu einer Gesamtstichprobe ($N = 6.170$) zusammengefaßt. Die konkreten Zahlenwerte für die Grundgesamtheit und die Stichprobe in den einzelnen Zellen sind in Tabelle 1 ausgewiesen (dabei bedeuten GG-Grundgesamtheit, ST=Stichprobe; AA und RI werden später erläutert). Aus Tabelle 1 ist ersichtlich, daß aufgrund geringer Besetzungszahlen die Teilstichproben in einigen Zellen eine Vollerhebung waren.

Tabelle 1: Grundgesamtheit (GG), Stichprobe (ST), aktualisierte Adressen (AA) und realisierte Interviews (RI) in der Münchner Gründerstudie

	Noch gemeldete Betriebe	Abgemeldete Betriebe
Kleingewerbetreibende im verarbeitenden Gewerbe/Bau	GG: 323 ST: 323 AA: 316 RI: 146	GG: 250 ST: 250 AA: 189 RI: 59
Kleingewerbetreibende im Handel	GG: 5341 ST: 400 AA: 393 RI: 166	GG: 4550 ST: 1600 AA: 1253 RI: 363
Kleingewerbetreibende im Dienstleistungssektor	GG: 7348 ST: 400 AA: 383 RI: 174	GG: 5778 ST: 1600 AA: 1236 RI: 351
Handelsregisterfirmen im verarbeitenden Gewerbe/Bau	GG: 609 ST: 400 AA: 379 RI: 185	GG: 40 ST: 40 AA: 23 RI: 6
Handelsregisterfirmen im Handel	GG: 1540 ST: 400 AA: 375 RI: 178	GG: 156 ST: 156 AA: 98 RI: 32
Handelsregisterfirmen im Dienstleistungssektor	GG: 2306 ST: 400 AA: 352 RI: 156	GG: 201 ST: 201 AA: 132 RI: 33

Insgesamt: GG mit 28.442, ST mit 6.170, AA mit 5.129, RI mit 1.849.

Abbildung 1: Ablauf der Adressenaktualisierung in der Münchner Gründerstudie



Erläuterung: AKS = Recherche über Adressenkontrollservice der Post; EMA = Recherche über Einwohnermeldeämter; AUS = Recherche über Auskunftstei; SONST = sonstige Recherchen; pos = Anschrift vom AKS positiv bestätigt; neo = neue Anschrift in Oberbayern; Neub = neue Anschrift in Bayern (nicht Oberbayern); neud = neue Anschrift in Bundesrepublik (nicht Bayern); neua = neue Anschrift im Ausland; neg-ema = negative Rückmeldung vom AKS und Anschrift soll in EMA-Recherche gehen; neg-aus = negative Rückmeldung vom AKS und Anschrift soll in AUS-Recherche gehen; verstorben = Gründer verstorben; doppelt = Person/Betrieb ist zwei- oder mehrmals enthalten.

2. Adressenaktualisierung

Bei den 6.170 Adressen unserer Stichprobe handelte es sich um Anschriften aus den Jahren 1985/86 (Anschriften, die die Gründer bei ihrer Gewerbeanmeldung gegeben hatten). Mithin mußte davon ausgegangen werden, daß zahlreiche Adressen - und speziell solche von Betrieben, die inzwischen wieder abgemeldet waren - nicht mehr aktuell waren. Eine Aktualisierung der Anschriften war daher unumgänglich. Für die Bewältigung dieses Arbeitsschrittes konnte auf schriftlich niedergelegte Erfahrungen aus früheren Projekten zurückgegriffen werden, wobei sich vor allem die Berichte von Wiese (1984) und Meulemann et al. (1987) als hilfreich erwiesen. Dennoch bleiben diese Berichte in einigen Punkten zu allgemein bzw. mit den vorgeschlagenen Routinen zum Teil zu spezialisiert, was einen Transfer auf andere Projekte erschwert. Das von uns im folgenden skizzierte Vorgehen läßt sich u.E. problemlos auf andere Projekte übertragen. Zudem kann es mit jedem beliebigen Datenbanksystem (wir selbst verwendeten DBASE) über PC gesteuert werden.

Abbildung 1 enthält das Schema, mit dem unser Verfahren der Adressenaktualisierung abgewickelt wurde und weist gleichzeitig für alle Einzelschritte die Ergebnisse aus. Die Kästchen in Abbildung 1 geben die Variablen der Datenbank an, die nicht-eingerahmten Angaben sind die Ausprägungen der Variablen. Es empfiehlt sich, Abbildung 1 parallel mit den folgenden Ausführungen zu lesen.

Im ersten Schritt wurden alle Adressen in den *Adressenkontrollservice der Deutschen Bundespost* (AKS) gegeben. Dies bedeutet: 6.170 "Postkarten zur Anschriftenprüfung" wurden von uns mit Aufklebern der zu überprüfenden Adressen versehen, die Postkarten wurden verschickt, die jeweiligen Postboten überprüften die Gültigkeit der Adressen, und das Ergebnis der zurücklaufenden Karten wurde von uns in die Datenbank eingetragen. Hat man für einen Ort mehr als zehn Postkarten, kann man diese in ein Kuvert geben und das Ganze als sogenannte Sammelanfrage an das zuständige Postamt schicken, was den Preis pro Anfrage (im Normalfall eine Postkartengebühr) mehr als halbiert. Mit folgenden Problemen bzw. Überraschungen muß man in dieser Phase rechnen: Bei derartigen Massensendungen treten stets gewisse Verluste (etwa 5%) auf, so daß man nach etwa 14 Tagen mit einer Zweitaussendung für die noch ausstehenden Fälle beginnen sollte. Etliche Postboten, vor allem in kleineren Orten (Oberbayerns und wohl auch anderswo), wissen mit den Kontrollkarten nichts anzufangen und im ungünstigsten Fall werfen sie diese in den Briefkasten der zu überprüfenden. Mehr oder weniger freundliche Rückmeldungen der Betroffenen können die Folge sein. Als Gegenreaktion empfiehlt sich ein Anruf beim zuständigen

Postamt. Weiterhin reagieren einige Postämter auf die Sammelanfragen nicht, was man wiederum am besten durch einen oder mehrere Anrufe angehen sollte. Bei entsprechender Hartnäckigkeit, die auch für alle folgenden Schritte zu fordern ist, läßt sich jede AKS-Aktion in einem Zeitraum von fünf Wochen abschließen, so daß für alle Adressen in der Datenbank ein erstes Ergebnis registriert werden kann. Aus Abbildung 1 geht hervor, daß sich in unserem Fall rund 55% der Anschriften als noch gültig (pos) erwiesen. Bei knapp 8% lieferten die Postboten eine neue Anschrift. Für die verbleibenden "negativen Fälle" mußten - mit Ausnahme von zwei Ausprägungen (Person verstorben, Mehrfachgründer) - weitere Recherchen angesetzt werden.

Sofern es sich bei den negativen Fällen um eine Personenanschrift handelte, wurden die Anschriften in einem zweiten Durchgang an die zuständigen *Einwohnermeldeämter* (EMA) mit der Bitte um Auskunft verschickt. Ein erstes Problem hierbei besteht stets darin, die Einwohnermeldeämter zum Verzicht auf die normalerweise erhobenen Auskunftsgebühren zu bewegen. Dies gelingt in der Regel bei mehr als 90% der Ämter durch ein entsprechend formuliertes Begleitschreiben, das den wissenschaftlichen Charakter der Untersuchung betont. Einwohnermeldeämter, die man stärker zu belasten gedenkt (in unserem Fall z.B. kamen allein auf das Einwohnermeldeamt der Stadt München rund 800 Anfragen zu), sollte man vor der Versendung der Unterlagen anrufen, um einem Überraschungseffekt vorzubeugen und ein positives Eingangsklima herzustellen. Bei Anfragen an Einwohnermeldeämter erweist es sich als vorteilhaft, wenn man den Ämtern auch das Geburtsdatum der Personen mitteilen kann, was das Auffinden der Betroffenen erheblich erleichtert und die Erfolgsquote erhöht (in unserem Fall hatten wir die Information des Geburtsdatums für die große Gruppe der Kleingewerbetreibenden). Wiederum ist mit einigen "säumigen" Ämtern zu rechnen, die sich jedoch bei telefonischen Nachfragen zumeist als kooperativ erweisen. Hatte man nur eine kleine Zahl von Anfragen, kann man dabei in einigen Fällen sogar eine direkte Auskunft über Telefon bekommen. Insgesamt muß man für eine EMA-Aktion einen Zeitraum von etwa sechs Wochen einplanen. Dabei sollte stets als *Leitlinie* gelten, daß Handeln (d.h. Anrufen oder in Ausnahmefällen auch Schreiben) besser ist als Warten. Im Rahmen unserer Studie wurden knapp 1.900 Einzelanfragen an etwa 200 Einwohnermeldeämter in Oberbayern gerichtet. Für rund drei Viertel der Adressen lieferten die Einwohnermeldeämter eine neue Anschrift.

Für die bei unserer Postüberprüfung negativen Fälle, bei denen eine reine Betriebsanschrift (ohne Personenangabe) vorlag, mußte ein etwas komplizierterer Weg beschritten werden. (Bei den üblichen Personenumfragen entfällt dieser Schritt natürlich.) Die Adressen wurden an eine mit uns

kooperierende *Wirtschaftsauskunftei* (AUS) weitergegeben mit der Bitte, aus den Auskunfteiakten die aktuelle Betriebsadresse herauszufinden bzw. Informationen darüber zu liefern, an welche Person man sich für eine Befragung wenden könnte. Das Material, das uns die Auskunftei (für ein geringes Entgelt pro recherchiertem Fall) übergab, war sehr heterogen. Zum Teil gab es in der Auskunftei keine Unterlagen über die Betriebe, zum Teil wurde eine neue Betriebsanschrift geliefert, und zum Teil erfolgten mehr oder weniger vollständig Angaben über Anschriften von (früheren) Geschäftsführern, Gesellschaftern u.ä. Durch eine erneute Einschaltung des Adressenkontrollservice der Bundespost und der Einwohnermeldeämter wurde das Material soweit wie möglich bearbeitet und vervollständigt. Die Zahl der Adressen, die auf dem Weg über die Auskunftei recherchiert wurden, belief sich auf mehr als 300 Fälle. Für rund 70% der Fälle war der Ausgang positiv, d.h. das Verfahren führte auf eine als gültig angesehene Anschrift.

Für all diejenigen Adressen, die trotz Bundespost, Einwohnermeldeamt und Auskunftei negativ geblieben waren, wurden im dritten Schritt schließlich *spezielle Nachrecherchen* (SONST) durchgeführt. Als nützlichstes Hilfsmittel erwiesen sich dabei die aktuellen Telefonbücher. Spezielle Adreßbücher, Branchenbücher u.ä. hingegen waren wenig hilfreich. Im Rahmen des Vertretbaren erfolgten auch unmittelbar Recherchen vor Ort (Gespräche mit Nachbarn, Hausmeistern etc.), was sehr zeitaufwendig und nervenaufreibend und zudem mit nur geringem Ertrag verbunden ist. Aus Abbildung 1 ist ersichtlich, daß unsere Nachrecherche-Aktion mit 12% lokalisierten Adressen insgesamt nicht sehr erfolgreich war.

Im Endeffekt konnten durch das ganze Verfahren für die 6.170 Startadressen folgende *Ergebnisse* erzielt werden: (1) 5.129 (83%) gültige Adressen, die in Oberbayern angesiedelt sind (pos und neuo in Abbildung 1), (2) 437 (7%) gültige Adressen außerhalb von Oberbayern (neub, neud, neua), (3) 460 (7%) negative Fälle (neg), und (4) 144 (2%) sonstige Ausfälle (verstorben, doppelt). Dabei ist hinzuzufügen, daß Adressen, die von der Post, den Einwohnermeldeämtern oder Auskunftei korrigiert wurden, als gültige Adressen gezählt sind. Natürlich wäre es möglich gewesen, diese Adressen nochmals in den Adressenkontrollservice zu schicken und gegebenenfalls erneut die Einwohnermeldeämter und die Auskunftei einzuschalten. Hierauf wurde jedoch aus Zeit- und Kostengründen verzichtet (die Folge war, daß rund 7% unserer späteren Anschreiben ihren Empfänger nicht erreichten). Da sich unsere Studie auf die Region Oberbayern beschränkte, wurde für alles weitere von den 5.129 gültigen Adressen in Oberbayern ausgegangen. Wie sich diese 5.129 aktualisierten Adressen auf die zwölf Zellen unserer

Grundgesamtheit bzw. Stichprobe verteilen, ist in Tabelle 1 (unter AA-aktualisierte Adressen) festgehalten. Erwartungsgemäß waren die Aktualisierungsbemühungen für die noch bestehenden Betriebe deutlich erfolgreicher als für die abgemeldeten Betriebe (95% versus 76%).

Der endgültige letzte Schritt im Zuge unserer Adressenrecherchen bestand dann darin, daß für die 5.129 gültigen Adressen in Oberbayern noch die Telefonnummern aus den Telefonbüchern herausgesucht und in die Datenbank eingetragen werden mußten. Hier wäre es zwar möglich gewesen, auf einen Postservice zurückzugreifen (man übergibt die Adressen der Telefonauskunft; die Bearbeitung wird nach dem Stundenaufwand in Rechnung gestellt). Dieser Service jedoch ist zum einen relativ teuer, zum anderen werden Problemfälle (Beispiel: das Telefon lautet auf den Namen der Ehefrau) vermutlich nicht befriedigend bearbeitet. Aus diesem Grund wurde der Arbeitsschritt von den Mitgliedern der Projektgruppe besorgt. Dies mit dem Ergebnis, daß für rund 80% der Adressen eine aktuelle Telefonnummer ausfindig gemacht werden konnte.

Für das gesamte beschriebene Verfahren unserer Adressenaktualisierung war ein *Zettaufwand* von vier Monaten notwendig, wobei in dieser Zeit ein wissenschaftlicher Mitarbeiter (ganztags) mit rund 50% seiner Arbeitszeit, ein wissenschaftlicher Mitarbeiter (halbtags) mit ebenfalls rund 50% sowie zwei studentische Hilfskräfte (19 Stunden pro Woche) mit 100% beschäftigt waren. Beschränken sich in einem Projekt die Adressenrecherchen auf eine AKS- und EMA-Aktion, sollte, was relativ unabhängig von der Zahl der zu überprüfenden Adressen ist, ein Zeitraum von drei Monaten vorgesehen werden. Werden zusätzliche Rücklaufschleifen für erforderlich gehalten (z.B. durch EMA korrigierte Anschriften sollen nochmals in den AKS gehen), erscheint ein Zeitbedarf von fünf Monaten realistisch.

3. Feldsteuerung und Feldverlauf

Bei der Vorbereitung unserer Studie hatten wir uns für folgende Ablaufplanung entschieden: Der erste Kontakt zu den Gründern sollte durch ein erstes Anschreiben hergestellt werden. Dieses Schreiben bittet um die Teilnahme an der mündlichen Befragung und enthält gleichzeitig ein Antwortblatt (mit frankiertem Kuvert), durch dessen Rücksendung uns die Angeschriebenen ihre Bereitschaft zur Mitwirkung an der Befragung signalisieren sollten. Genau 14 Tage nach dem ersten Anschreiben sollte ein zweites Anschreiben folgen, in dem erneut um Mitwirkung gebeten wird. Eineinhalb Wochen nach dem zweiten Anschreiben schließlich beginnt die "Telefonphase", d.h. durch zusätzliche Anrufe sollte nochmals versucht

werden, zu einer Teilnahme an der Befragung zu motivieren. Nach diesem Ablaufplan wurde dann auch tatsächlich vorgegangen. Zur Entzerrung des Feldes erfolgte eine Abwicklung in zwei Schritten: Zuerst (beginnend Mitte Januar 1990) wurden lediglich die Münchner Gründer kontraktiert, anschließend (beginnend Anfang März 1990) wurden die Gründer im übrigen Oberbayern angegangen. Zahlenmäßig verteilten sich die Gründer annähernd gleich auf die beiden Gruppen (2.485 erste Anschreiben in München und 2.644 in Oberbayern).

Geht man davon aus, daß bei größeren Befragungsstudien normalerweise so vorgegangen wird, daß die Zieladressen "außer Haus" gegeben und dann nach einer bestimmten Zeit die Daten im Empfang genommen werden, unterscheidet sich unser Vorgehen sehr deutlich von dem üblichen Verfahren. Bereits alle Anschreiben wurden von uns in eigener Regie erstellt. Dabei wurden für alle Zielpersonen standardmäßig beide Anschreiben gedruckt. Die zweiten Anschreiben wurden so gekennzeichnet und geordnet, daß sie im Falle einer Antwort auf das erste Anschreiben problemlos aussortiert werden konnten. Nach Versendung der ersten Anschreiben gingen die Antwortblätter und Telefonanrufe bei uns ein. Die Ergebnisse des Rücklaufs wurden täglich in die Datenbank eingetragen, so daß zu jeder Zeit ein Überblick über den Stand der Dinge möglich war. Erst eineinhalb Wochen nach der Aussendung des ersten Anschreibens traten die Interviewer eines professionellen Umfrageinstituts, in unserem Fall die Interviewer von Foerster & Thelen (Bochum), in Aktion. Den Interviewern, die zuvor eine Schulung an unserem Institut zu durchlaufen hatten, wurden ausschließlich befragungsbereite Adressen übergeben. Dies mit der Anweisung, mit den betroffenen Personen möglichst bald Kontakt aufzunehmen, einen Interviewtermin zu vereinbaren und das Interview innerhalb der nächsten zwei Wochen durchzuführen. Auch der von Foerster & Thelen gestellte Koordinator des Interviewerstabes war direkt an unserem Institut angesiedelt. Dadurch war sichergestellt, daß wir stets über den unmittelbaren Feldverlauf informiert waren. Mit den täglich ein- und ausgehenden Interviewern konnten zahlreiche Gespräche geführt werden, die uns auf Problemstellen des Fragebogens aufmerksam machten und uns einen guten Einblick in die "Beschaffenheit der angezielten Realität" vermittelten. Der Ablauf nach Aussendung des zweiten Anschreibens gestaltete sich analog zum ersten Durchlauf (zurückkommende Antwortblätter, eingehende Anrufe, Vercodung in der Datenbank, Übermittlung der befragungsbereiten Adressen an die Interviewer). Auch die gesamte Telefonphase (nach den beiden Anschreiben) wurde von uns in eigener Regie bewältigt. War das Ergebnis eines unserer Anrufe positiv, wurde ein Antwortblatt angelegt, eine Eintragung in die Datenbank vorgenommen und das Antwortblatt an die Interviewer weitergeleitet.

Was sind nun die Vorteile unseres soeben skizzierten Vorgehens im Vergleich zum üblichen Verfahren? Der erste und wichtigste Vorteil dürfte im Voranstehenden schon angeklungen sein. Wir sind davon überzeugt, daß unser Vorgehen im Endeffekt validere Daten liefert. Wer die Arbeitspraktiken der professionellen Umfrageinstitute (die hier nicht pauschal diskreditiert werden sollen) kennt, wird sich dieser unserer Überzeugung vermutlich ohne weiteres anschließen.

Möglichst weitgehende eigene Steuerung und Kontrolle dürfte sich für wissenschaftliche Projekte generell empfehlen. Ein zweiter Vorteil ist, daß unser Vorgehen kostengünstiger ist. Durch die Lieferung von bereits befragungsbereiten Adressen können die Kosten pro Interview deutlich gesenkt werden. Ein positiver Nebeneffekt besteht schließlich darin, daß ein Forschungsprojekt in hohem Maße mit Ausbildungsfunktionen verknüpft werden kann (Einsatz zahlreicher studentischer Hilfskräfte für die verschiedenen Arbeitsschritte).

So kann denn auch der *tatsächliche Feldverlauf* unserer Studie im folgenden etwas genauer als sonst üblich dokumentiert werden. Zur Vereinfachung der Darstellung synchronisieren wir die beiden Erhebungswellen (München und Oberbayern), d.h. die unterschiedlichen Kalenderzeiten der beiden Wellen bleiben außer acht. Ausgangspunkt sind mithin 5.129 erste Anschreiben, abgeschickt an einem Mittwoch.

Abbildung 2 zeigt zunächst die Telefonfrequenz-Kurve, d.h. die Zahl der täglich (zwischen 8 und 20 Uhr) infolge der Anschreiben bei uns eingegangenen Anrufe seitens der Angeschrriebenen. A1 und A2 in der Graphik stehen für die beiden Anschreiben; die gestrichelten senkrechten Linien zeigen die Wochenendunterbrechungen an. Man sieht, daß die Maxima jeweils bereits am ersten Tag nach den Anschreiben liegen. Anschließend fällt die Kurve sehr schnell ab, so daß nach einer Woche nur noch sporadisch Anrufe eingehen. Die Zahl der Anrufe am Tag nach dem zweiten Anschreiben war rund doppelt so hoch wie die nach dem ersten Anschreiben. Einen sehr deutlichen Unterschied der Anruhfähigkeiten gab es zwischen München (Anrufe zum Ortstarif) und Oberbayern. Mit zunehmender Entfernung sinkt die Neigung zum Anruf.

Abbildung 2

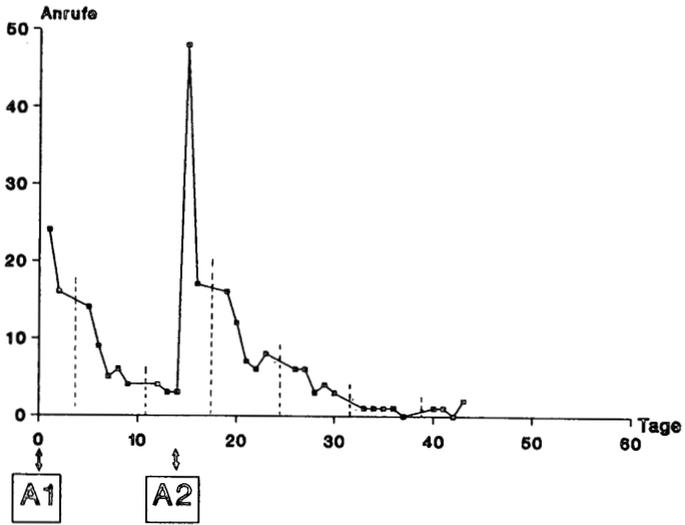


Abbildung 3

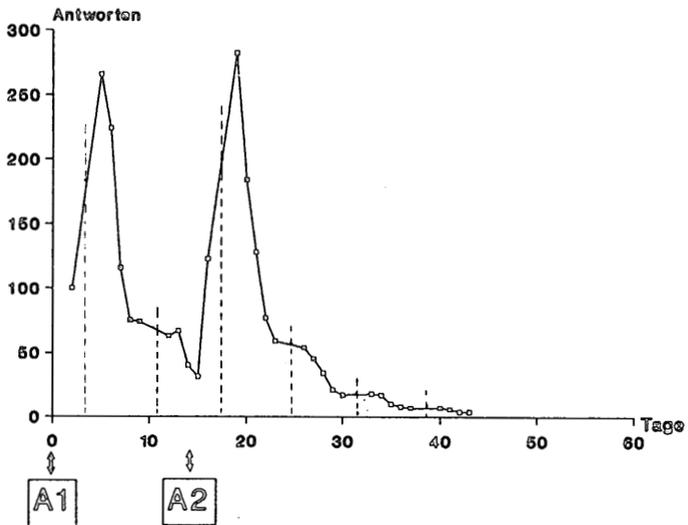


Abbildung 3 hält die Zahl der über die Post zurücklaufenden Antwortblätter fest. Hier liegen die Maxima nicht am ersten möglichen Tag (Freitag), sondern erst nach der Wochenendpause am Montag. Wiederum fällt die Kurve danach sehr rasch ab. Zweifellos überraschend ist, daß die Zahl der zurückgeschickten Antwortblätter auf das zweite Anschreiben hin sogar etwas höher war als auf das erste Anschreiben. Gliedert man allerdings die Antworten nach positiv und negativ (befragungsbereit oder nicht) auf, ergibt sich, daß die Quote der negativen Rückmeldungen auf das zweite Anschreiben hin deutlich höher liegt (41% negative Antworten beim zweiten gegenüber 30 % beim ersten Anschreiben).

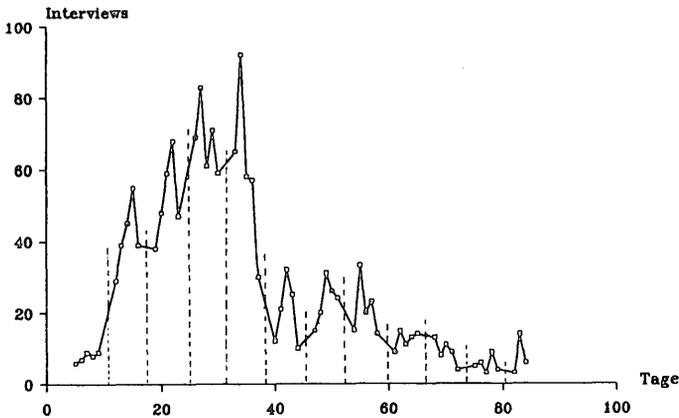
Einige Bemerkungen zum Ablauf unserer Telefonaktion erscheinen an dieser Stelle noch angebracht. Insgesamt 1.377 Gründer wurden, nachdem die beiden Anschreiben erfolglos geblieben waren, von uns noch zusätzlich telefonisch zu kontaktieren versucht. Nur in sehr wenigen Fällen gab es (pessimistischen Erwartungen zum Trotz) tatsächlich schroff ablehnende Reaktionen seitens der Angerufenen. Mehr als 400 Personen konnten erst auf dem Weg über das Telefon zur Teilnahme an unserer Befragung motiviert werden. Das Hauptproblem der Telefonaktion bestand darin, daß die Zielpersonen trotz wiederholter Versuche nicht erreicht wurden. Obwohl bei jeder Person mindestens vier Anrufversuche (zu verschiedenen Zeiten) gestartet wurden, konnten knapp 500 der 1.377 avisierten Gründer nicht erreicht werden. Die verbleibenden knapp 500 Gründer lehnten eine Mitwirkung an der Befragung aus verschiedenen Gründen ab, erwiesen sich nicht als zu unserer Zielgruppe gehörig u.ä. Erwähnenswert erscheint noch, daß die Erfolgsquote unserer vier Telefonisten sehr unterschiedlich war. Eine gründliche Schulung und/oder Telefonerfahrung (einer unserer studentischen Telefonisten war z.B. professioneller Weinverkäufer über Telefon) erscheinen hier notwendig.

Der Zeitverlauf für die Realisierung unserer Interviews ist in Abbildung 4 ausgewiesen. Der Abbildung läßt sich entnehmen, daß man die eigentliche Feldphase problemlos erst eineinhalb Wochen nach der Versendung des ersten Anschreibens starten kann. In den ersten eineinhalb Wochen (Phase bis zur ersten gestrichelten Linie in Abbildung 4) kann man die zurückkommenden Antwortblätter zunächst "auflaufen" lassen; man benötigt lediglich ein bis zwei Interviewer für besonders eilige Fälle. Auch in der ersten Woche der eigentlichen Feldphase (Abschnitt zwischen der ersten und zweiten gestrichelten Linie in Abbildung 4) werden dann nicht sogleich Spitzenwerte an realisierten Interviews erreicht. Die Interviewer müssen zunächst Termine vereinbaren; zudem erweisen sich einige Interviewer als nicht besonders motiviert bzw. zuverlässig. Die höchsten Werte der von Montag bis Freitag realisierten Interviews liegen in der dritten und vierten Feldwoche, wobei sich

am Ende der vierten Woche bereits sehr deutlich die Auslaufphase bemerkbar macht. Diese unsere Befunde sollten für andere Forscher hilfreich sein, wenn sie ihren Interviewerbedarf planen. Im Prinzip läßt sich eine Befragungsaktion unseres Umfangs mit einem Stab von 10-15 Interviewern, die zum Teil nicht einmal als "Full-Timer" arbeiten, abwickeln. Wie nun steht es mit der in der Regel die Aufmerksamkeit auf sich ziehenden *Rücklaufquote* in unserer Gründerstudie? 1.849 realisierte Interviews bei 5.129 angeschriebenen Personen (36%) erscheint, wenn man normale Betriebsbefragungen als Vergleichsmaßstab nimmt, eine im Rahmen des Üblichen liegende Quote. Vergleicht man aber mit Studien, die wie wir - zusätzlich jedoch unter Beschränkung auf noch bestehende Betriebe - Gewerbemeldungen als Ausgangsbasis wählten (z.B. Meyerhöfer 1982; Weitzel 1986) und Rücklaufquoten von 10-20 Prozent erzielten, ergibt sich schon ein positiveres Bild. Gleichzeitig können wir einige Angaben darüber machen, weshalb Studien, die von Gewerbemeldungen ausgehen, in der Regel mit einer geringen Rücklaufquote rechnen müssen. Im einzelnen gestaltete sich das Rücklaufgeschehen in unserer Studie wie folgt:

- Von 5.129 angeschriebenen Personen/Betrieben konnten, wie schon erwähnt, 1.849 (36%) befragt werden. Wie sich die Befragten auf die zwölf Zellen unserer Grundgesamtheit bzw. Stichprobe verteilen, ist in Tabelle 1 (unter RI-realisierte Interviews) festgehalten. Während von den Gründern noch bestehender Betriebe 46% befragt werden konnten, sind es bei den abgemeldeten Betrieben nur 29%. Mithin haben wir, nach dem Selektionseffekt bei der Adressenaktualisierung, einen zweiten sehr klaren Filter zu Ungunsten der abgemeldeten Betriebe bei der Befragung.
- Für 2.079 Fälle (41%) wissen wir nicht, weshalb sie sich nicht an unserer Befragung beteiligten. Diese Zahl ergibt sich aus zahlreichen Einzelpositionen unseres sehr detaillierten Rücklaufschemas, das hier nicht im einzelnen vorgestellt werden kann (drei Beispiele: Anschreiben hat Empfänger wegen falscher Adresse nicht erreicht und fehlende Telefonnummer; zwei erfolglose Anschreiben und am Telefon wurde Zielperson zu keinem Zeitpunkt erreicht; negatives Antwortblatt ohne Kommentar).

Abbildung 4



- Für die verbleibenden 1.201 negativen Fälle können wir eine Angabe über den Ausfallgrund machen. Die zahlenmäßig vier größten Posten waren: (1) 368 Fälle (31% von 1.201) erwiesen sich als nicht zur Zielgruppe unserer Befragung gehörig. (2) In 263 Fällen (22%) spielten Krankheit bzw. längere Abwesenheit (Urlaub, Auslandsaufenthalt) eine Rolle. (3) 222 Personen (18%) bekundeten kein Interesse. (4) 201 Personen (17%) nannten Zeitmangel als Begründung für ihre Nichtteilnahme. Der zuletzt genannte Posten verweist darauf, daß viele Kleinbetriebsgründer beruflich in hohem Maße engagiert und eingebunden sind, so daß sie sich für eine Befragung nur ungern zur Verfügung stellen (die starke berufliche Einbindung zeigt sich z.B. auch an den Arbeitszeitangaben unserer Befragten). Am stärksten wiegt jedoch, daß Gewerbeanmeldungen in vielen Fällen keine Neugründung eines Betriebes darstellen (z.B. formale Ummeldung eines alteingesessenen Betriebes), keinerlei Betriebsaktivitäten nach sich ziehen (z.B. Scheinanmeldungen) und häufig von einer juristischen Person (z.B. von einem anderen Betrieb) getragen werden. Dies sind die 31% Fälle, die oben als nicht zu unserer Zielgruppe gehörig bezeichnet wurden. Geht man (was sicher eine sehr vorsichtige Schätzung ist) davon aus, daß auch 31% der 2.079 Einheiten, deren Nichtteilnahmegrund wir nicht kennen, ebenfalls nicht zur Zielgruppe unserer Befragung gehörten, erhält man insgesamt etwa 1.000 Fälle (ca. 20% von 5.129), die aus unserer Zielgruppe herausfallen. Mithin läßt sich schlußfolgern, daß Gewerbeanmeldungen viel "Überschußmaterial" enthalten (vermutlich mindestens 20%) und sich daher nur bedingt als Datenquelle für die

Untersuchung von "tatsächlichen Kleingründern" eignen. Freilich haben auch alle anderen Datenquellen, auf die man in der Bundesrepublik zur Stichprobenziehung zurückgreifen könnte, ihre spezifischen Mängel und Probleme (dazu z.B. Dahremöller 1987).

Abschließend sei noch darauf verwiesen, daß unsere Studie deutlich belegt, daß die im Endeffekt erzielte Rücklaufquote einer Befragung stets das Ergebnis einer Aufwands-Ertrags-Kalkulation ist. Veranlaßt durch die Erfahrungen früherer Befragungen, die sich auf Gewerbemeldungen (mit Survivor-Einheiten) stützten, begannen wir mit einem hohen Satz von Startadressen. Schon die Ergebnisse der Adressenaktualisierung übertrofen unsere Erwartungen. Auch die Zahl der realisierten Interviews hätte gesteigert werden können. Nachdem der schriftliche Rücklauf aus Oberbayern höher als erwartet ausgefallen war, mußte die Telefonaktion für Oberbayern nach einer bestimmten Phase (bei noch rund 300 ausstehenden Telefonpartnern) gestoppt werden, da die Zahl der befragungsbereiten Personen unseren Finanzierungsrahmen, der von 1.500 realisierten Interviews ausging, bereits erheblich überschritten hatte. Weiterhin hätten die Telefonbemühungen für diejenigen, die in vier Versuchen zu keinem Zeitpunkt erreicht wurden, fortgeführt werden können (z.B. Erhöhung der Zahl der Versuche auf zehn). Schließlich wäre es noch möglich gewesen, die Ausschöpfungsquote bei den befragungsbereiten Adressen zu steigern. Tatsächlich waren in unserer Datenbank knapp 2.150 Fälle als befragungsbereit registriert. 1.849 Interviews wurden realisiert, was eine Ausschöpfung von 86% bedeutet. 5% der "Befragungsbereiten" lehnten trotz vorheriger (schriftlicher oder telefonischer) Zusage eine Befragung aus verschiedenen Gründen (Krankheit, Zeitmangel usw.) im Endeffekt doch ab; 2% konnten nicht bzw. nicht im vorgesehen Zeitraum erreicht werden. Vor allem bei dieser letztgenannten Gruppe (rund 150 Fälle) hätten, bei entsprechendem Aufwand, mit Sicherheit weitere Interviews realisiert werden können. In einer bestimmten Bandbreite also läßt sich vermutlich in jeder Befragungsstudie der Rücklauf nach eigenem Gutdünken steuern.

4. Schlußbemerkung

Wir haben in diesem Beitrag versucht, die Phase der Adressenaktualisierung und den Feldverlauf unserer Münchner Gründerstudie möglichst anwendungsbezogen zu dokumentieren. Dies in der Erwartung, daß sowohl unser Vorgehen der Adressenrecherche als auch unser Vorschlag einer eigengelenkten Feldphase für andere hilfreich sein könnten. Trotz der hohen (und systematischen) Ausfallquote bei der Befragung haben wir in unserer Studie immerhin den Vorteil, daß aufgrund der Informationen, die die

Gründer bei ihrer Gewerbeanmeldung gegeben haben, auch für die Ausfälle einige Basismerkmale bekannt sind. Neben den Gewerbeanmelde- und Befragungsdaten wird unsere Studie ergänzt durch einen dritten Datensatz, der die in einer Wirtschaftsauskunftei über die befragten Gründer gespeicherten Informationen aufbereitet.

Der Beitrag entstand im Rahmen des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Forschungsprojekts "Berufserfahrung und Erfolgchancen von Unternehmensgründern". Das Projekt wurde bei ZUMA von Hans-Jürgen Hippler, Rolf Porst und Michael Schneid betreut.

Anschrift der Autoren:

Institut für Soziologie
Ludwig-Maximilians-Universität München
Konradstraße 6

8000 München 40

Literatur

- Birch, D.L., 1987: Job Creation in America. New York: Free Press.
- Bögenhold, D., 1987: Der Gründerboom. Realität und Mythos der neuen Selbständigkeit. Frankfurt: Campus.
- Cramer, U., 1987: Klein- und Mittelbetriebe: Hoffnungsträger der Beschäftigungspolitik? Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung 20: 15-29.
- Dahremöller, A., 1987: Existenzgründungsstatistik - Nutzung amtlicher Datenquellen zur Erfassung des Gründungsgeschehens. Stuttgart: Peoschel.
- Fritsch, M./Hull, Ch. (Hg.), 1987: Arbeitsplatzdynamik und Regionalentwicklung. Berlin: Edition Sigma.
- Granovetter, M., 1984: Small is Bountiful - Labor Markets and Establishment Size. American Sociological Review 49: 323-334.
- Meulemann, H./Hummell, H.-J./Wieken-Mayser, M./Ziegler, R., 1987: Lebensplanung und Lebenserfolg in privilegierten Lebensläufen, Teil I: Arbeitsbericht. Köln: Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung.
- Meyhöfer, W., 1982: Hemmnisse und Hilfen für Existenz- und Unternehmensgründungen aus der Sicht privater und gewerblicher Gründer. München: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung.
- Picot, A./Laub, U.-C./Schneider, D., 1989: Innovative Unternehmensgründungen. Berlin: Springer.
- Weitzel, G., 1986: Beschäftigungswirkungen von Existenzgründungen. München: Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung.
- Wiese, W., 1984: Die Adressenlokalisierung bei einer Wiederbefragung nach 10 bzw. 13 Jahren. ZA-Information 14: 7-20.