

Qualitative Interviews

Mey, Günter; Mruck, Katja

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mey, G., & Mruck, K. (2007). Qualitative Interviews. In G. Naderer, & E. Balzer (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis : Grundlagen, Methoden und Anwendungen* (S. 249-278). Wiesbaden: Gabler. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-2994>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Günter Mey, Katja Mruck

Qualitative Interviews

1	Einführung.....	249
2	Verfahrensüberblick	250
2.1	Typ 1: Narrative Interviews.....	251
2.2	Typ 2: Diskursiv-dialogische Interviews	252
2.3	Typ 3: Experteninterviews (akteursspezifische Interviews)	254
2.4	Zwischenfazit.....	255
3	Interview als Spannungsbogen.....	258
3.1	Kontaktaufnahme/Vorgespräch.....	258
3.2	Warming-up	259
3.3	Intervieweröffnung	260
3.4	Exposition: Nachfragen/Themen einführen.....	260
3.5	Interview-unspezifische Momente	263
3.6	Interviewabschluss und Nachgespräch.....	264
4	Interviewkontext.....	265
4.1	Interviewsetting	265
4.2	Ansprüche an die Interviewenden	267
4.3	Leitfadeneinsatz.....	268
4.4	Allgemeine Anmerkungen zur Leitfadententwicklung.....	269
4.5	Aufzeichnung, Mitschrift, Prä-/Postskript	270
5	Generelle Überlegungen zu Anwendungsbereichen und Zielgruppe.....	271
6	Fazit	273

1 Einführung

Das Interview findet breite Anwendung in vielen Arbeitsfeldern. Es gehört zu den gängigsten Verfahren der qualitativen Sozialforschung und hat auch in der Marktforschung einen hohen Stellenwert.

Im Beitrag werden Überlegungen zur Anwendung von qualitativen Interviews vorgestellt, die kenntlich machen sollen, dass es um Interviews als Verfahren geht *und* um die Personen, die dieses Verfahren anwenden. Die Güte der in einem Interview gewonnenen Daten hängt insoweit nicht alleine davon ab, welche Interviewvariante zum Einsatz kommt, sondern auch davon, *wie* Interviewende das Gespräch gestalten. Es muss also das für die Forschungs-/Untersuchungsfrage „richtige“ Verfahren ausgewählt werden, was Kenntnis über verfügbare Interviewarten voraussetzt, und es muss in dem „sozialen Arrangement“ Interview angemessen gehandelt werden, was voraussetzt, dass die Dynamik eines Interviews erkannt und reflektiert wird. Im Folgenden wird zunächst ein Überblick über wichtige Interviewfamilien gegeben, um dann entlang der Stationen im Interview auf den stattfindenden Kommunikations- und Interaktionsprozess einzugehen.

Häufig wird vom (qualitativen) Interview gesprochen, als ob es sich hierbei um *ein* Verfahren handelt. Dies ist jedoch insoweit bereits verkürzt, als es nicht *die* qualitative Forschung gibt: Qualitative Forschung ist vielmehr ein Sammelbegriff für unterschiedliche Forschungsstile, theoretische Ansätze/Schulen und diesen zugehörige oder zumindest zuordenbare Methoden (eine Synopse zu Methodologie und Methoden qualitativer Sozialforschung findet sich in Mruck/Mey 2005, spezieller bezogen auf die Marktforschungspraxis vgl. Mruck/Mey 2007).

Der Begriff qualitative Interviews bezeichnet eine Gruppe von Verfahren, die entlang unterschiedlicher Dimensionen geordnet werden können. Eine solche Dimension ist die der **Interviewsteuerung**, die im gewählten **Grad der Strukturierung** und Standardisierung zum Ausdruck kommt. Sind Interviews stark strukturiert, so bedeutet dies einen sehr weitgehenden Eingriff durch die Interviewenden; sind sie wenig strukturiert, dann wird den Erzähl- und Darstellungsformen der Interviewten sehr viel Raum eingeräumt. Standardisierung wiederum zielt darauf, ob Frageformulierungen oder Antwortvorgaben (zumeist mittels einer Skala) vorgegeben werden. Für Strukturierung und Standardisierung sind jenseits der jeweiligen Pole viele Mischformen möglich; diese werden dann als halb-, semi- oder partiellstrukturiert/-standardisiert bezeichnet. Sind Interviews sehr deutlich strukturiert/standardisiert, sollte auf das Label „qualitativ“ verzichtet werden, wenn Grundprinzipien und Essentials qualitativer Forschungsmethodologie nicht angemessen beachtet werden. Dass Verfahren irrtümlicherweise als qualitativ bezeichnet werden, ist eine im Zuge der Ausbreitung qualitativer Forschung durchaus häufiger anzutreffende Praxis.

Der Grad der Strukturierung entscheidet über die Art und Weise, in der Interviewende am Interviewgeschehen beteiligt sind, also z. B. als „Narrationsanimateure“ (Bude 1985), als interessiert Zuhörende, als aktive Gesprächspartner, die ein Thema gemeinsam mit den Interviewten erarbeiten oder als der Intention nach neutral Fragende. Die so gewonnenen Daten sind aber gleichwohl immer das Resultat der Interaktion von zwei – oder mehr – konkreten Akteuren in jeweils konkreten sozialen Situationen, eine Tatsache, die oft ignoriert wird, wenn diese dialogisch hergestellten Daten später verkürzt monologisch verstanden und ausgewertet werden.

Interviews können auch nach der **Textsorte** differenziert werden, auf die sie primär zielen: also **Erzählungen** über Erfahrungen und Erlebnisse, **Berichte** als komprimierte und generalisierende Darstellungsform oder Einstellungen, Meinungen, Gründe, Argumentationen, die direkt erfragt und von den Antwortenden, soweit bewusst repräsentiert, benannt werden – und nicht über den (Um-)Weg der Erzählung erschlossen werden müssen. Es ist mit Blick auf die dann für die Auswertung zur Verfügung stehenden Daten ein wichtiger Unterschied, ob Gesprächspartner z. B. gebeten werden, eine (Kauf-)Entscheidung zu *begründen*, ob ein *Bericht* über ein bestimmtes (Kauf-) Ereignis eingeholt werden soll, oder ob zu einer *Erzählung* eingeladen wird – mit all den Episoden und darin ergründbaren Motiven – mit dem Ziel, z. B. eine „Geschichte des Einkaufens“ oder Konsumbiographien rekonstruieren zu wollen.

Als ein erster wichtiger Schritt ist es notwendig, sich zu vergegenwärtigen, dass es verschiedene Interviewformen gibt, die unterschiedliche Frageformen und Vorgehensweisen erfordern und an deren Ende auch sehr unterschiedliche Datensorten verfügbar sind. Deshalb sollen zunächst diese verschiedenen Interviewformen diskutiert werden, bevor dann in Kapitel 3 Hinweise zur praktischen Durchführung qualitativer Interviews gegeben werden.

2 Verfahrensüberblick

Mittlerweile existiert eine Fülle an Interviewvarianten und -bezeichnungen, sodass es schwer möglich ist, diese in einer Übersicht adäquat vorzustellen. In vielen Einführungsartikeln oder Lehrbüchern zu qualitativer Forschung finden sich deshalb eine mehr oder weniger begründete Auswahl und zusätzlich einige Überschneidungen, die auf einen scheinbar kanonisierten Grundbestand qualitativer Interviews verweisen. Wir werden im Folgenden diesen Grundbestand anhand von drei Typen vorstellen: den narrativen Interviews (Typ 1), den diskursiv-dialogischen Interviews (Typ 2) sowie den Experteninterviews (Typ 3). In Kapitel 2.4 geben wir mit Abbildung 2-1 zusätzlich eine synoptische Übersicht.

2.1 Typ 1: Narrative Interviews

In diese Gruppe der *offenen und auf Erzählung zielenden Verfahren* fällt zuvorderst das **narrative Interview** von Fritz Schütze. Entwickelt in den 1970er Jahren (zunächst für die Erhebung politischer Entscheidungsstrukturen), avancierte es als narrativ-biographisches Interview (Schütze 1983) zu der zentralen Interviewtechnik innerhalb der Biographieforschung (zusammenfassend Nohl 2006 und ausführlich dazu Lucius-Hoene/Deppermann 2002; Wengraf 2001; das narrativ-biographische Interview sollte nicht mit dem biographischen Interview verwechselt werden, das in den 1950er Jahren von Hans Thoma [1952] in der Psychologie als leitfadenbasiertes und halbstrukturiertes Interview eingeführt wurde). Diese Interviewvariante – in der Regel ohne Leitfaden eingesetzt und in drei Phasen (Eröffnung, Nachfrageteil, Bilanzierung) unterteilbar – vertraut ganz auf die „Zugzwänge“ des Erzählens: Nach Schütze sind die Interviewten „gezwungen“, subjektiv Bedeutsames zum einen hervorzuheben und zu raffen (Relevanzsetzung und Kondensierung), dieses aber zum anderen so detailliert und ausführlich darzustellen, dass es für Zuhörende verständlich wird (Detaillierung), und sie sind „gezwungen“, ihre (Lebens-)Geschichte vom durch die Interviewenden gesetzten Beginn bis zum Ende zu erzählen, damit diese nachvollziehbar wird (Gestaltschließung).

Bei der Anwendung des narrativen Interviews wird sehr viel Wert auf die **erzählgenerierende Eröffnungsfrage** gelegt, die eine Stegreiferzählung hervorrufen soll. Auch im Nachfrageteil sollen durch sogenannte **immanente Nachfragen** weitere Erzählungen generiert werden. Erst der dritte Teil des Interviews zielt auf eine abstraktere Darstellung und auf andere Textsorten (insbesondere Argumentationen und Begründungen statt Erzählung). Die Rolle der Interviewenden besteht zunächst darin, interessiert zuzuhören und das Erzählverhalten durch eine wohlwollende Haltung und mittels nonverbaler Signale zu fördern. Im Interviewverlauf können sie dann zu interessiert Nachfragenden werden, und erst zum Schluss (Bilanzierung) sollen sie aktiver in die Gesprächsgestaltung eingreifen.

Eine dem narrativen Interview ähnliche, allerdings nicht erzähltheoretisch fundierte Variante schlug Gerhard Kleining (1995) vor dem Hintergrund seines heuristischen Ansatzes mit dem **rezeptiven Interview** vor: In dieser explizit einseitig konzipierten Kommunikation sind Interviewende fast ausschließlich Zuhörer in unmittelbar sozialen Situationen. Hier deutet sich die Nähe zur Feldforschung und zum **ethnographischen Interview** (Spradley 1979) an, in deren Tradition auch das **ero-epische Gespräch** steht. Anders als Kleining zielt Roland Girtler (2002) mit dieser Variante aber auf die gleichberechtigte Kommunikation zwischen Forschenden und Forschungsobjekten, mit der die künstliche Interviewsituation (für Girtler trifft dies auch auf das narrative Interview zu) zugunsten der Nähe zum Alltag aufgegeben werden soll.

Bereits diese drei der Gruppe der narrativen Interviews zuzuordnenden Verfahren zeichnen sich also durch Gemeinsamkeiten – weitgehende Offenheit und Verzicht auf

einen vorstrukturierenden Leitfaden – und durch Trennendes – Grad der Alltagsnähe und die (Nicht-)Reziprozität von Interaktionen – aus.

2.2 Typ 2: Diskursiv-dialogische Interviews

Wie das narrative Interview in der Biographieforschung, so ist das **problemzentrierte Interview** von Andreas Witzel (1982, 2000) in den Sozialwissenschaften sehr weit verbreitet. Das problemzentrierte Interview gründet u. a. auf ethnomethodologischen Überlegungen und auf der Vorarbeit Cicourel's (dazu Witzel/Mey 2004) und grenzt sich explizit vom narrativen Interview ab, da die Interviewsituation viel deutlicher als bei Schütze als kommunikatives Geschehen verstanden wird: Während Fragen im narrativen Interview als die Erzählung störend bzw. als Ablenkung der Interviewten vom eigenen Erleben gelten, kommt ihnen nach Witzel eine aktive, das Gespräch mitgestaltende Explorationsfunktion zu. Zu den Fragetypen, durch die das Interview gesteuert und gemeinsam mit den Befragten gestaltet werden kann, gehören insbesondere die **allgemeinen Sondierungen**, die im Dienste der Materialgenerierung stehen (Sachnachfragen und Erzählaufforderungen) und die **spezifischen Sondierungen**, die auf eine diskursive Verständnisgenerierung zielen (Zurückspiegelung, Verständnisfragen und Konfrontation).

Das problemzentrierte Interview hat keinen festen Ablauf, auch wenn ein dem narrativen Interview vergleichbarer Erzählbogen wünschenswert ist, sondern die Interviewenden können schon sehr früh strukturierend und nachfragend in das Gespräch eingreifen, Themen einführen, Kommentare und Bewertungen erbitten oder im Sinne des dialogisch-diskursiven Vorgehens bereits im Interview selbst beginnen, die eigenen Interpretationen kommunikativ zu validieren (für einen detaillierten Vergleich des problemzentrierten und des narrativen Interviews vgl. Mey 2000). Ein für das Interview zu nutzender Leitfaden dient nach Witzel lediglich als Gedächtnisstütze für die Interviewenden (vgl. Kapitel 4.3 und 4.4. zu Leitfadeneinsatz/-entwicklung). Zusätzlich wird ein Kurzfragebogen wahlweise vor oder nach dem Interview eingesetzt, mit dem wesentliche Rahmendaten erhoben und Faktenfragen gestellt werden.

Mittlerweile finden sich einige neuere Varianten, die dem problemzentrierten Interview ähnlich sind, aber mit etwas anderen Akzentuierungen versehen werden, und deren Kenntnisnahme insofern bedeutsam ist, als dass daran ersichtlich wird, wie das Spektrum möglicher Interviewformen expandiert und sich ausdifferenziert. So will Uwe Flick (2002) für das **episodische Interview** eine systematischere Verknüpfung von Textsorten, als es ihm im problemzentrierten Interview gegeben scheint, erreichen, um narrativ-episodisches Wissen über Erzählungen und semantisches Wissen über konkret-zielgerichtete Fragen zugänglich zu machen. Ariane Schorn (2000) zielt mit dem **themenzentrierten Interview** – der tiefenhermeneutischen Perspektive der Autorin verpflichtet und ähnlich dem **szenischen Interview** oder anderen **Tiefeninter-**

views aus dem Umfeld der psychoanalytischen Sozialforschung – über die Erhebung subjektiver und manifester Sinnbezüge hinaus auch auf abgewehrte und latente Sinngehalte (zu psychoanalytischen Interviews zusammenfassend Kvale 1999). Claudia Woelfer (2000) wiederum differenziert für ihr **personenzentriertes Interview** unter Bezug auf die **klientenzentrierte Gesprächsführung** à la Rogers, die auch für Witzel leitend ist, spezifischere Frage- und Interventionsformen (so etwa Symbolisieren, Spiegeln, Differenzieren, Initiativfragen etc.), mit denen das Gespräch gestaltet werden soll. Schorn und Mey (2005) argumentieren ähnlich für den Einbezug von **systemischen und zirkulären Frageformen**, die üblicherweise im Kontext der Familienberatung Anwendung finden (vgl. dazu auch Kapitel 3.4).

Ebenfalls erwähnt werden sollte das **halbstrukturierte Interview** (Groeben/Scheele 2000), ein in seiner Durchführung sehr anspruchsvolles Verfahren: Im ersten Teil, dem eigentlichen halbstrukturierten Interview, werden über offene Fragen explizit verfügbare Annahmen und Bestandteile subjektiver Theorien erfragt, stärker implizite Wissensbestände werden über theoriegeleitete Fragen und schließlich über Konfrontationsfragen eruiert, um die sich entwickelnden subjektiven Theorien selbstkritisch zu prüfen. Im zweiten Teil werden dann mittels der sogenannten **Struktur-Lege-Technik** die Aussagen aus dem ersten Interview gemeinsam strukturiert und kommunikativ validiert. Am Ende steht eine ausgearbeitete subjektive Theorie zu dem untersuchten Themenbereich. Ähnlich – wenn auch nicht dem Anspruch auf Theorie so stark verpflichtet – ist das **Konfrontationsinterview**, das Franz Breuer (1995) im Kontext von Beratungsgesprächen entwickelte. Darin werden den Interviewten i. d. R. per Video aufgezeichnete Interaktions-/Handlungssequenzen vorgeführt mit der Aufforderung, diese hinsichtlich der (erinnerten) „inneren Handlungsanteile“ zu erläutern, um so die subjektive (Mikro-)Perspektive der Akteure zu erfassen. Die Grundidee, ein Interview mit vorgegebenem „Reizmaterial“ zu eröffnen, findet sich bereits beim **fokussierten Interview** (Merton/Kendall 1946/1979), in dem – da in der Medienrezeptionsforschung begründet – zumeist Filme oder Zeitungskommentare genutzt wurden. Sie hat von hier aus Eingang in spätere Interviewformen gefunden, so z. B. in das **Struktur-Dilemma-Interview** der psychologischen Moralforschung (vgl. Kohlberg 1995), in dem Dilemmata (Geschichten) aus miteinander unvereinbaren Werten oder Handlungsoptionen vorgegeben und Gründe für deren Lösung exploriert werden.

Kennzeichnend für diese Verfahrensgruppe ist die – verglichen mit narrativen Interviews – deutlich strukturierendere und aktivere Rolle der Interviewenden, ungeachtet dessen, dass sich Unterschiede z. B. mit Blick auf das jeweilige Erkenntnisziel finden lassen. Die Ähnlichkeiten gehen teilweise so weit, dass einige dieser Interviewvarianten als Spielarten des problemzentrierten Interviews gesehen werden können. So nennt beispielsweise Flick für sein Verfahren als ein wesentliches Charakteristikum, durch die Verwendung von Leitfragen „in das Interview steuernd ein[...]greifen“ zu wollen, damit „die extrem einseitige und künstliche Situation des narrativen Interviews von einem offeneren Dialog abgelöst“ (Flick 2002, S. 165) wird – ein Anspruch, den Witzel mit dem problemzentrierten Interview bereits von Beginn an im Blick hatte

und durch die vorgeschlagenen allgemeinen und speziellen Sondierungen einlöste (Witzel 1982; Mey 1999, Kapitel 4).

2.3 Typ 3: Experteninterviews (akteursspezifische Interviews)

Anders als im Falle der zuvor genannten Interviewformen lässt sich noch ein weiterer Typ von Interviews abgrenzen, bei dem die Namensgebung nicht aus der Erhebungsart/-vorgehensweise, sondern aus der angezielten Untersuchungsgruppe resultiert. Mitunter öffnet dies Tür und Tor für viele Stilblüten, wenn jeder (Akteurs-)Gruppe ein eigenes Verfahren zugeordnet wird. Eine Gruppe, die besonderes Augenmerk verdient, sind Kinder als Interviewte, und das insbesondere dann, wenn es sich um jüngere Kinder handelt (im Überblick Mey 2003 und → Beitrag „Zielgruppe Kinder“ von Maryse Mappes und Manfred Zerzer). Denn die üblicherweise zur Formalisierung von Interviews herangezogenen Standardisierungs-/Strukturierungsgrade sind für Interviews mit Kindern wenig aussagekräftig. Vielversprechender erscheint – wie Burkhard Fuhs (2000) vorschlägt –, die Interviewformen zu der kindlichen Art des Erinnerns in Beziehung zu setzen und Interviews entlang der „Abfolge zunehmender Erinnerungsleistungen“ zu spezifizieren. Doch nochmals: Nicht jede (Akteurs-)Gruppe benötigt ein eigenes Verfahren.

Als der herausgehobene Repräsentant für akteursspezifische Interviews ist das **Experteninterview** zu nennen, das – von Michael Meuser und Ulrike Nagel (1991) eingeführt – in vielen Forschungsfeldern dann als Methode der Wahl gilt, wenn Nicht-Biographisches im Mittelpunkt der Erhebung steht. Dies war zumindest forschungshistorisch ein wesentliches Kriterium für den Einsatz von narrativen oder problemzentrierten Interviewverfahren; heute werden auch diese Varianten breiter/themenoffener – nicht nur für die Erforschung von Biographien – eingesetzt.

Im Experteninterview tritt die Biographie (und damit der/die Interviewte als Person) in den Hintergrund: Die Interviewten werden – die wissenssoziologische Unterscheidung von Laien und Experten sowie von Allgemeinwissen und spezialisiertem Wissen vorausgesetzt – als Akteure in dem von ihnen repräsentierten Funktionskontext angesprochen (vgl. dazu auch die frühen Überlegungen zum **Elite Interviewing**, Dexter 1970/2006). Doch trotz der wissenssoziologischen Fundierung bleibt in der Forschungspraxis recht oft vage, wer als Experte anzusehen ist und wer nicht. Die wenig klaren Kriterien werden noch weiter unterlaufen, wenn die jüngst von Jochen Gläser und Grit Laudel (2004) vorgenommene konzeptionelle Ausdehnung über den „engen“ Expertenbegriff hinaus verfolgt wird. Dadurch dürfte sich zwar die Anwendungshäufigkeit dieser Interviewform nochmals erhöhen, die Trennschärfe zu anderen Verfahren aber noch mehr vermindern. Dabei scheint der Praxis wenig gedient, wenn das

Experteninterview als Methode eingesetzt wird, es aber z. B. lediglich darum geht, dass Konsumenten als „Experten für Konsum“ befragt werden oder genereller Befragte als „Experten für das eigene Leben“ angesprochen werden; damit ist letztlich jeder Experte für alles. Hilfreicher wäre in diesen Fällen die schlichte Angabe „leitfadenbasiertes Interview“, selbst wenn sich dies weniger gut verkauft oder wenig ambitioniert zu klingen scheint.

2.4 Zwischenfazit

Die Fülle an Verfahrensformen – und der darin angedeutete Verfahrensspielraum – ist beeindruckend und würde unter Einbezug einer internationalen Perspektive noch deutlich erweitert (z. B. Denzin 2001 speziell mit dem Akzent auf Postmodern Interviews; für einen allgemeinen Überblick vgl. Kvale 1996, Fontana/Frey 2005; eine umfassende Dokumentation bietet das „Handbook of Interview Research“ von Gubrium/Holstein 2001; mit Bezug zur Marktforschung vgl. die Ausführungen von Chrzanowska 2002).

Die Bezeichnungen für Interviewvarianten sind teilweise recht unscharf, auch weil diese nicht geschützt sind; teilweise werden gleiche Namen für unterschiedliche Verfahren verwendet. Und es gibt neben den genannten Bezeichnungen noch eine Fülle an Namen, mit denen Interviews charakterisiert werden sollen, so z. B. als explorativ oder offen.

Teilweise lassen sich für die konkreten Interviewverfahren auch im Falle der Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Theorietraditionen Gemeinsamkeiten finden, was z. B. vorgeschlagene Fragetypen („Konfrontationsfragen“ beim halbstrukturierten und problemzentrierten Interview) oder die Interviewführung angeht. Mitunter kann – je nach Fragestellung – eine Kombination von Elementen unterschiedlicher Interviewverfahren sinnvoll sein, zumal es im Rahmen eines qualitativen Forschungsstils erforderlich ist, Methoden mit Blick auf die jeweilige Untersuchungsfrage ggf. anzupassen und zu modifizieren. Weniger sinnvoll und eher Verwirrung stiftend erscheint hingegen, wenn zuweilen die kombinierten Verfahrenselemente selbst als neue Methoden benannt werden (vgl. dazu Mey 2005a); eine Vorgehensweise, die sich auch in der Marktforschungspraxis durchaus häufig finden lässt. Zudem werden in der Forschungspraxis – und hier auch besonders in der Marktforschung – trotz des breiten Spektrums an verfügbaren Interviewverfahren, die sehr unterschiedliche Zielsetzungen und Methodiken ausweisen (vgl. dazu die in Abbildung 2-1 erstellte Synopse), die Potenziale der theoretisch wie methodologisch fundierten Verfahren (narrative oder problemzentrierte Interviews) zu wenig ausgereizt, und die Interviewsituation wird zu häufig in Form von Leitfadeninterviews und im Abfragestil gestaltet.

Abbildung 2-1: *Synopse zu Interviewverfahren – Zielsetzung, Methodik, wichtige Repräsentanten, zentrale Referenzen (Auf der Basis von Schorn/Mey 2005, Flick 2002, Lamnek 2005 und von uns neu arrangiert und ergänzt).*

	Interview	Ziel	Methodik	Vertreter / zentrale Referenz
Typ 1: Narrative Interviews	Narratives Interview	Analyse der Entwicklung/des Verlaufs subjektiver Sicht-, Erfahrungs- und Handlungsweisen; Erfassen der Erfahrungsverarbeitung	Offene, erzählgenerierende Frage; Verzicht auf Leitfaden	Schütze 1983
	Rezeptives Interview	Auf Zuhörer bezogene Informationen in unmittelbar sozialen Situationen	Nutzung einseitiger, asymmetrischer Kommunikation, spontaner („im Feld“) angebotener oder provozierten Äußerungen (Ähnlichkeit zu ethnographischen Interviews)	Kleining 1995
	Ero-episches Gespräch ¹	Nahe am Alltag ausgerichtete „wahre“ und relevante Geschichten im Rahmen freier teilnehmender Beobachtungen	Gemäß dem Prinzip der Gleichheit kann jeder Fragen stellen und auf die Fragen des anderen antworten; keine vorhergehende Planung	Girtler 2002
	Ethnographisches Interview/ Feldgespräch	Beschreiben und Verstehen der Lebensweise fremder (Sub-) Kulturen	Aufenthalt im Feld; Kombination von teilnehmender Beobachtung und Interview; Forscher ist Fremder, der lernen u. verstehen möchte	Spradley 1979; Becker/ Geer 1960/1979
Typ 2: Diskursiv-dialogische Interviews	Problemzentriertes Interview	Erfassen subjektiver Sinnbezüge, Sicht-, Erfahrungs- und Handlungsweisen	Offene Fragen mit zunehmend gezielteren Nachfragen und spezifischen Sondierungen; Leitfaden	Witzel 1982, 2000
	Episodisches Interview	Erfassen sozialer Repräsentationen und gruppenspezifischer Unterschiede in der Wahrnehmung/Bewertung sozialer Ereignisse und Prozesse	Situations-/episodenbezogene Erzählaufforderungen; begrifflich-argumentative (Nach-) Fragen; Leitfaden	Flick 2002
	Themenzentriertes Interview	Erschließen des manifesten und latenten Gehalts subjektiver Sichtweisen, Erfahrungen, Konflikte, Gefühle u. Fantasien	Offene, das Gespräch tragende Leitfrage; offene Fragen; szenisches Verstehen	Schorn 2000; Schorn/Mey 2005

¹ altgriech. Erotema: Frage, befragen; Epos: Erzählung

Fortsetzung Abbildung 2-1

Typ 2: Diskursiv-dialogische Interviews	Szenisches Interview	Erschließung subjektiver Sinnstrukturen; unbewusster Konflikte	Leitfadenähnlich angebotene Themenfelder; Förderung szenischer Ausdrucksweisen; übertragungsförderndes Setting	Argelan-der 1970
	Halbstrukturiertes Interview	Erfassen und Rekonstruieren subjektiver Theorien	Theoriegeleitet; offene Fragen und Konfrontationsfragen zur gemeinsamen Erarbeitung des Themas	Groeben/Scheele 2000
	Fokussiertes Interview	Erfassung der subjektiven Erfahrung/Bewertung eines umschriebenen/vorgegebenen Ereignisses	Stimulus (Darbietung via Film, Zeitungsbericht etc.); strukturierte Fragen (Leitfaden) und Fokussierung auf Emotionalität	Merton/Kendall 1946/1979
	Biographisches Interview	Erfassung der Verschiedenartigkeit/Gemeinsamkeit von Lebensläufen; Erfassen des Zusammenhangs zwischen Aspekten des Denkens/Verhaltens und der Lebensgeschichte	Erzählgenerierende Fragen oder Leitfaden; mehrere Interviewtermine	Thomae 1952
	Selbstkonfrontationsinterview	Erfassung der subjektiven (Mikro-)Perspektive der Akteure in Interaktionen	Abschnittsweises Vorführen einer (i. d. R. per Video aufgezeichneten) vorangegangenen Interaktions-/ Handlungssequenz mit der Aufforderung, diese hinsichtlich der (erinnerten) „inneren Handlungsanteile“ zu erläutern	Breuer 1995
Typ 3	Experteninterview	Erfragen/Einholen von Expertenwissen	Leitfaden	Meuser/Nagel 1991; Gläser/Laudel 2004; Dexter 1970/2006

3 Interview als Spannungsbogen

3.1 Kontaktaufnahme/Vorgespräch

Ein **Vorgespräch**, persönlich oder per Telefon, ist sinnvoll, um über die geplante Untersuchung zu informieren, sich über die mit einem Interview verbundenen Anforderungen auszutauschen und Vertrauen aufzubauen. Ein solches Vorgespräch empfiehlt sich auch dann, wenn diejenigen, die potenzielle Interviewpartner rekrutieren, diese Interviews nicht selbst führen.

Da sich Interviews deutlich von Alltagsgesprächen unterscheiden – die Gesprächsgestaltung ist trotz der meist gewünschten Nähe zum Alltagsgespräch i. d. R. asymmetrisch –, ist es wichtig, dass Interviewende *und* Interviewte sich über die Interviewsituation und mit ihr verbundene „Pflichten“ und „Rechte“ verständigen (**Arbeitsbündnis**). Da möglicherweise keine oder nur unspezifische Vorstellungen auf Seiten der Interviewten darüber bestehen, was ein (wissenschaftliches) Interview ist, sollten diese über die **asymmetrische Gesprächssituation** informiert werden – und ggf. im Interview hieran erinnert werden, wenn sie ihrerseits Fragen an die Interviewenden stellen. Hierzu gehören auch spezifische **Rollenzuschreibungen**: Den Interviewenden kommt die Aufgabe zu, Gesprächsthemen vorzugeben, Nachfragen zu stellen, um Explikationen zu erhalten oder Unklarheiten zu klären und das Interview gemäß des gewählten Interviewverfahrens zu gestalten. Die Befragten willigen im Sinne eines solchen Arbeitsbündnisses ein, Fragen aufrichtig und angemessen zu beantworten (nicht zu verwechseln mit wahr: Es geht um die Wahrhaftigkeit im Moment des Erzählens, die aber z. B. externen Überprüfungen nicht unbedingt standhalten muss oder im Widerspruch zur Darstellung anderer Akteure stehen kann).

Zur **Rollenklärung** und zum **Aufbau von Vertrauen** gehört auch, dass bereits im Vorfeld auf mögliche Konsequenzen hingewiesen wird, die aus der Interviewteilnahme erwachsen können („Gefahren“ im/durch das Interview, mögliche Wirkung von Ergebnissen, wenn diese öffentlich zugänglich gemacht werden sollen, usw.). Da die Interviewenden/Rekrutierenden aber nicht alle individuellen Befindlichkeiten und Problemlagen ihrer Gesprächspartner antizipieren können, sollten Interviewte umgekehrt auch auf ihre Selbstsorgepflicht explizit hingewiesen und im Vorfeld des Interviews ermutigt werden, alle für sie bedeutsamen Fragen zu stellen.

Im Vorfeld sollte zudem genügend Zeit darauf verwendet werden, um die gemeinsame **Motivation** auszuloten. Da die Interviewten immer auch ein Interesse am Interview haben (Geld, für die Wissenschaft/Allgemeinheit nützlich sein, sozialer Kontakt usw.; vgl. dezidiert dazu Fuchs-Heinritz 2005, S. 253ff.), ist ein Sondieren dieser Beweggründe sowohl mit Blick auf die spätere Auswertung geboten, aber auch, um sich vor unliebsamen Überraschungen zu schützen und beiden Seiten mögliche Enttäuschungen und Verärgerung zu ersparen. Durchaus empfehlenswert ist es, für den

jeweiligen weiteren Themenkreis der Untersuchung Adressen von Kontaktpersonen, Beratungsstellen sowie Informationsbörsen – ggf. Informationsmaterial – zusammenzustellen, die bei Bedarf den Interviewten als Form der Unterstützung angeboten werden können.

Für das Vor-/Erstgespräch sollte – im Kontext der Marktforschung bislang weniger üblich, deshalb hier angeregt – ein **Informationsblatt** angefertigt werden, das übersichtlich auf maximal zwei Seiten, besser einer Seite, Hinweise zur Studie enthält, insbesondere Name/Adresse der Interviewenden für evtl. Nachfragen, beteiligte Institute bzw. Institution(en), Fragestellung und Zweck der Studie (allgemeinverständlich!) und Verwendungszusammenhang (z. B. Auftragsforschung, Pilotprojekt, Drittmittelprojekt, Qualifikationsarbeit). Häufiger vergessen, aber nicht minder wichtig, sind explizite Gründe für die Auswahl der Interviewten wie z. B. die Frage in welcher Funktion sie angesprochen werden. Zudem sollten Zeit- und Ortsangaben für das Interview angegeben sein oder Vereinbarungsmodalitäten wie „Ort nach Wunsch des Interviewten“. Auf keinen Fall darf vergessen werden mitzuteilen, wenn das Interview aufgezeichnet werden soll, sonst dürften sich die Interviewten später überrumpelt fühlen. Auch sollten Vereinbarungen über den **Datenschutz** dargelegt und getroffen und über Schweigepflicht informiert werden, auch weil von individuellen Schamgrenzen auszugehen ist, z. B. im Hinblick auf finanzielle Lebensumstände, auf ungewöhnliche Lebensgewohnheiten usw. Die Vereinbarungen und Zusagen sind möglicherweise im Interview selbst – z. B. an heiklen Stellen – nochmals explizit in Erinnerung zu rufen und zu erneuern.

Wird aus Zeitgründen auf ein Vorgespräch verzichtet, müssen Informationen zur Studie, zum Datenschutz und zur Anonymisierung usw. unmittelbar vor dem eigentlichen Interview gegeben werden, wodurch die benötigte Zeit für das eigentliche Interview verringert wird; das Reden über Formalia zu Beginn kann zudem das Herstellen einer entspannten Gesprächsatmosphäre erschweren.

3.2 Warming-up

Vor dem Beginn des eigentlichen Interviews sollte genügend Zeit eingeplant werden: Zum einen muss das Aufnahmegerät aufgebaut und getestet werden (bei Interviews in fremden Räumlichkeiten betrifft dies z. B. auch Lautstärke und Störmöglichkeiten), zum andern ist es für Interviewende und Interviewte erforderlich, überhaupt in der Situation anzukommen – es ist häufig zu beobachten, dass gerade Interviewende zu wenig auf ihre Befindlichkeit achten und sich überfordern, mit entsprechenden Konsequenzen für das Interview selbst. In dieser Warming-up-Phase sollte noch nicht gerichtet über das Forschungs-/Untersuchungsthema geredet werden, sondern die Beteiligten nähern sich in einem Small Talk einander an, in dem eher über unverfängliche Themen gesprochen wird, weniger über mögliche Reizthemen wie Politik oder

Moden, bei denen rasch gegenläufige Auffassungen zum Vorschein kommen und sich eine Distanz aufbauen kann statt der gewünschten Entspannung. Aber: Auch vermeintlich unverfängliche Themen wie der Weg zum Interviewort können Sprengstoff enthalten, wenn nämlich darüber Beziehungsaussagen deutlich oder Statusunterschiede transportiert werden. Eine genaue Zeitangabe für das Warming-up ist schwierig zu geben; dies hängt ab von dem Bedürfnis der Beteiligten z. B. nach Vertrautwerden oder von den jeweiligen Zeitbudgets; es gibt nicht wenige Interviewte, die schnell zur Sache kommen wollen.

3.3 Intervieweröffnung

Das eigentliche Interview sollte mit einer in das Thema einführenden Frage eröffnet werden, ohne jedoch direkt die für die Untersuchung zentralen Fragen zu stellen. Diese greifen möglicherweise zu einem so frühen Zeitpunkt noch nicht, werden knapp beantwortet und wären damit verschenkt. Umgekehrt sollte das Interview aber auch nicht zu allgemein eröffnet werden, denn die Befragten wollen und sollen ernst genommen werden mit ihrem Einverständnis, für ein bestimmtes Interview/Thema Zeit aufzubringen, zumal das Warming-up neben dem Vorgespräch bereits für das erste Herstellen eines Arbeitsbündnisses genutzt werden sollte.

Was eine angemessene **Eröffnungsfrage** ist, hängt vom Forschungsthema ab und von der angezielten Datensorte (Erzählung, Bericht etc.). Auf jeden Fall sollte die Frage beantwortbar sein und die Interviewten nicht überfordern: Dies hätte u. U. eine peinliche Pause oder Rückfragen zur Folge oder auf Seiten der Befragten/Interviewenden das Gefühl, zu versagen oder nicht gut vorbereitet zu sein. Außerdem ist der Interviewende dann wieder schneller am Zug als gedacht, was Anfänger stark verunsichern und zu einer unnötigen Fixierung auf den Leitfaden führen kann. Auch sollte das eröffnende Thema weder zu intim/persönlich sein noch direkt auf Problematisches/Krisenhaftes zielen, denn beides setzt eine vertrauensvolle Beziehung voraus, die sich erst im Laufe des Gesprächs sukzessive herausbilden kann.

3.4 Exposition: Nachfragen/Themen einführen

Die Gestaltung der Nachfragen ist davon abhängig, welche Interviewvariante gewählt wird. In narrativen Interviews sollen durch **erzählungsgenerierende Nachfragen** detaillierte Darstellungen hervorgerufen werden. Dies meint zunächst **immanente Fragen**, die an das unmittelbar Vorangegangene anschließen, es vertiefen, oder Belegerzählungen für lediglich summarisch Erwähntes einzuholen versuchen. **Exmanente**

Fragen nach Inhalten, die bis dahin nicht zur Sprache gekommen sind, sind erst sehr spät im Interviewverlauf vorgesehen.

In dialogisch-diskursiven Interviews wie dem problemzentrierten Interview, oder genereller in allen leitfadenbasierten Interviews, strukturieren Interviewende das Gespräch demgegenüber viel deutlicher mittels ihrer Fragen. Strukturieren sollte aber nicht bedeuten, das Gespräch zu stark zu steuern und zu dominieren. Kennlinien des Fragefokus gehen dabei zurück auf die „Urfassung“ aller leitfadenbasierten Interviews, das fokussierte Interview von Merton und Kendall (1946/1979), für das erstmals systematisch Ziellinien, allerdings nicht in Form von Handlungsanleitungen, benannt wurden. Demnach richten sich alle (Nach-)Fragen auf **Spezifität** (Hinausgehen über die Ebene allgemein gehaltener Aussagen), auf die Erfassung der **relevanten Aspekte/Themen** (von den Interviewenden vorgegeben und von den Interviewten eingebracht), auf eine affektive, kognitive und evaluative **Vertiefung** über kürzelhafte Benennungen hinaus und auf eine Exploration des **biographischen Hintergrunds** bzw. des **personalen Kontexts** als Voraussetzung für eine angemessene Interpretation.

Für alle Interviews, in denen den Interviewenden eine strukturierende/aktive/(mit-)gestaltende Rolle zukommt, gilt dennoch allgemein, dass die Fragen offen gestellt werden sollten – sei es im Sinne von **Erzählanstößen** oder zumindest als Einladung für ausführliche Antworten und Schwerpunktsetzungen durch die Interviewten. Geschlossen formulierte Fragen sind immer dann vertretbar, wenn diese als sogenannte Filterfragen – wie von Gläser und Laudel (2004, S. 123) vorgeschlagen – gestellt werden, um zu klären, welche Sachverhalte angesprochen werden sollen/können.

Wichtig ist bei der Frageformulierung immer, sich und dem Interviewten den Grad der angebotenen Offenheit klarzumachen, denn es ist ein Unterschied, ob z. B. nach Assoziationen gefragt wird, die mit einem Thema verbunden sind, oder ob dazu eingeladen wird, eine Geschichte/einen Handlungsablauf ausführlich zu erzählen. Die Antworten sind durch **aktive Zuhörersignale** (Kopfnicken, „hm“) und Bitten zum Weitersprechen zu unterstützen. Auch sollte/kann angeknüpft werden, wenn Auslassungen erkennbar sind (angekündigt z. B. mit „ohne das hier auszubreiten“, „das war es eigentlich“ oder „da gibt es noch viel zu erzählen“). Da aber nicht alle angedeuteten Themen für die Untersuchungsfrage relevant sein müssen und es unmöglich wäre, alles ergiebig zu behandeln, ist zu entscheiden, wann ein Themenstrang aufgenommen wird. Diese Entscheidung ist selbst bei sehr langen, z. B. bis zu drei Stunden dauernden Interviews zu treffen, denn auch dann gibt es letztlich Zeitbegrenzungen, die bei kürzeren Gesprächen, die „nur“ dreißig Minuten beanspruchen, offensichtlicher sind. Werden Auslassungen allerdings öfter nicht aufgegriffen, kann sich bei den Befragten das Gefühl einstellen, die Interviewenden interessierten sich nicht oder seien unsensibel, möglicherweise mit der Folge von Zurückhaltung bei späteren Nachfragen.

Bezüglich der **Nach- und Detaillierungsfragen** gilt es sich zu vergegenwärtigen, dass immer aus einer Fülle an Möglichkeiten ausgewählt werden muss: Dies kann zeitliche oder situationale Momente betreffen, vermutete Einstellungen, eine Bewertung oder

einen Erlebnisinhalt. Insofern lassen sich Interviewverläufe nicht vorhersagen, außer wenn ein Interviewplan sehr strikt abgearbeitet und nur wenig den Darstellungssträngen der Befragten gefolgt wird. Eine solche „Leitfadenbürokratie“ (Hopf 1978) führt zu recht vorhersehbaren, wenig überraschenden Informationen. Eine spezielle Nachfragemöglichkeit besteht darin, dass Interviewende sich zwischenzeitlich versichern, ob ein Thema erschöpfend behandelt wurde. Zudem ist zu reflektieren und in Supervisionssitzungen zu besprechen, ob Interviewende immer wieder ähnliche Fäden aufgreifen, andere vernachlässigen.

Eine besondere Frageform sind provozierende oder sogenannte **Konfrontationsfragen** wie im problemzentrierten Interview, um – insbesondere aus Interviewten, die nur kurz und vage antworten – Statements hervorzulocken. Zusätzlich raten Gläser und Laudel (2004) für Experteninterviews, aus anderen Interviews zu zitieren oder „Außenmeinungen“ zu erwähnen, wenn das Gespräch stockt oder an der Oberfläche bleibt, um die Interviewten dann entsprechend Stellung beziehen zu lassen. Allerdings ist zu bedenken, dass über solche Interventionsformen möglicherweise auch Positionen künstlich hergestellt werden, die Befragten sich vom eigenen Erleben und eigenen Befindlichkeiten entfernen oder ein Streitgespräch entsteht. Auch ist bei solchen Fragen zu überlegen, was überhaupt provoziert bzw. womit genau konfrontiert werden soll. Wenn überhaupt, sollten Konfrontationsfragen eher spät im Interviewverlauf und behutsam gestellt werden, wenn bereits ein Vertrauensverhältnis besteht. Dabei sind die Grenzen der Interviewten zu respektieren, und es sind eventuelle Krisen, die schwer aufzufangen wären, zu vermeiden, zumal Interviewende in der Regel nicht über therapeutische Kompetenzen verfügen. Zu prüfen und in Interviewsupervisionen anzusprechen ist umgekehrt auch, wenn Interviewende zu vorsichtig sind und vorauseilend bestimmte Themen aussparen. Dies kann ebenso unangemessen sein wie bohrende Nachfragen oder das Nichtakzeptieren von (Scham-)Grenzen.

Um differenzierte Darstellungen zu erhalten, können statt provozierender eher **systemische Fragen** genutzt werden, die häufig in der Beratungsarbeit Anwendung finden (vgl. von Schlippe/Schweitzer 1999). Mit systemischen Fragen lassen sich Sachverhalte aus der ersten, zweiten oder dritten Wahrnehmungsposition erfragen: In der ersten Wahrnehmungsposition beschreiben die Interviewten den Sachverhalt aus der eigenen Sicht, in der zweiten wird die Perspektive gewechselt und aus der Sicht vertrauter Anderer beschrieben, in der dritten aus der Vogelperspektive bzw. aus der Perspektive unbeteiligter Dritter. Ähnliche (zirkuläre) Fragetypen sind Klassifikationsfragen („Wer freut sich am meisten darüber, dass ...?“), hypothetische Fragen („Einmal angenommen, es wäre ..., was wäre dann anders?“), Kontextualisierungsfragen („Wie verhält sich ...?“), Fragen nach Visionen oder Utopien („Welches Leben würden Sie führen, wenn ...?“) und Metaphernfragen („Wenn Sie versuchen würden, ein Bild oder eine Überschrift für die beschriebene Situation zu finden, ...“).

So reizvoll der Einsatz verschiedener Fragetypen auch ist – die Antworten darauf eröffnen auch für die Befragten oft neue Einsichten –, so sehr ist – auch bei der Leitfa-

denkonstruktion – zu prüfen, was sie zur Beantwortung der Untersuchungsfrage beitragen. Zum Beispiel sind Gläser und Laudel (2004, S. 140f.) zufolge „hypothetische Fragen [...] nur sinnvoll, wenn die subjektiven Theorien des Gesprächspartners in die Rekonstruktion der sozialen Prozesse einbezogen werden müssen“, Simulationsfragen als Fragen im Konjunktiv, die auf subjektive Stellungnahmen zielen, wenn schwer kommunizierbare Sachverhalte (z. B. informelle Regeln) von Interesse sind.

3.5 Interview-unspezifische Momente

Unabhängig vom gewählten Interviewtyp gibt es im Interviewverlauf wiederkehrende Anforderungen, mit denen umgegangen werden muss: Hierzu gehören Pausen, Missverständnisse, heikle Passagen, Rückfragen an die Interviewenden und Vielrednerei.

Pausen werden häufig von den Interviewenden nicht ausgehalten, u. a. weil sie annehmen, diese seien für die Befragten peinlich. Die Frage dann nochmals mit anderen Worten zu stellen kann irritierend wirken. Wenn neue Fragen gestellt werden, besteht die Gefahr, ein Thema nicht ausreichend zu vertiefen. Deshalb sollten Interviewende lernen, dass Pausen Zeit brauchen und Unterschiedliches bedeuten können. Z. B. kann es sich um das Ende einer Erzählung oder lediglich um eine Unterbrechung der Erzählung handeln.

Eingriffe in die Redebeiträge sind bei (insbesondere narrativen) Interviews zwar zu vermeiden, können aber als **korrigierende Interventionen** sinnvoll sein, wenn die Interviewten eine Frage nicht oder missverstehen oder die Antwort offensichtlich nicht zur Frage passt. Dann wäre auf eine Pause zu warten oder mit dem Hinweis zu unterbrechen, dass die Frage möglicherweise missverständlich gestellt war – es also kein Fehler der Interviewten war –, um diese erneut und präziser zu formulieren. Allerdings gilt es – ähnlich wie bei der Unterscheidung, ob eine Erzählung unterbrochen oder beendet ist – abwarten zu können, ob sich die Antwort nicht doch als der gestellten Frage und dem Thema zugehörig erweist, statt ungeduldig zu unterbrechen und so zu verhindern, dass Interviewte ihre Antworten entwickeln können.

Interventionen im Interview sind auch an **heiklen Stellen** oder bei schwierigen Themen erforderlich, um ein gutes Gesprächsklima herzustellen und aufrechtzuerhalten, wobei von einer vorschnellen Zuschreibung als heikel/schwierig abzuraten ist, da dies die Situation unnötig verkompliziert. Es empfiehlt sich in solchen Momenten besonders, den Interviewten zu signalisieren, dass sie sich ausreichend Zeit nehmen können. Zudem kann auch auf die Möglichkeit hingewiesen werden, die Aufzeichnung zwischenzeitlich zu unterbrechen. Allerdings sollte auch dies nicht vorschnell angeboten werden – es könnte verunsichern –, und das Band ist wieder einzuschalten, wenn die heikle Passage besprochen ist. Der Inhalt der nicht aufgenommenen Passage wird im Postskript (vgl. Kapitel 4.5) festgehalten.

Im Interviewverlauf kann es immer wieder zu **Rückfragen** an die Interviewenden kommen, bzw. diese werden aufgefordert zu erzählen, wie sie sich verhalten oder einen Sachverhalt beurteilen würden, kurzum: Es kommt zu einer Verkehrung der Rollen. Hier empfiehlt es sich – auch um eine mögliche Diskussion zu vermeiden –, die Beantwortung auf das Interviewende/Nachgespräch zu verschieben. Zuweilen ist eine solche Verschiebung jedoch nicht möglich, insbesondere, wenn dadurch ein Abbruch des Interviews droht, dann ist zumindest kurz auf die Bitte nach Antwort einzugehen.

Weniger beachtet als die Fälle, in denen Interviewende als „Narrationsanimatore“ (Bude 1985) schweigsamen Interviewten Antworten zu entlocken versuchen, sind Fälle, in denen Interviewte pausenlos reden. Die Interventionen stehen hier spiegelbildlich zu dem sonstigen Interviewhandeln, also Auslassen von aktiven Zuhörersignalen, Pausen nutzen, um Redebeiträge abzukürzen und das Gespräch zu fokussieren bis hin zur expliziten Bitte, kurz zu antworten. Wichtig ist in diesem speziellen Fall wie bei den meisten anderen Störungen (Missverständnissen, Unsicherheiten usw.), dies explizit anzusprechen und damit aus dem eigentlichen Interview heraus- und in eine Kommunikation über die Kommunikation einzutreten. Eine solche **Metakommunikation** auszulassen führt nicht selten zu unbrauchbaren Daten.

3.6 Interviewabschluss und Nachgespräch

Für den Interviewabschluss wird viel zu selten die Möglichkeit genutzt, Fragen einzubringen, die bilanzierenden Charakter haben. Explizit vorgesehen ist dies etwa in der Schlussphase des narrativen Interviews, bei der auf die „Erklärungs- und Abstraktionsfähigkeit des Informanten als Experte und Theoretiker seiner selbst“ (Schütze 1983, S. 285) abgehoben wird. Im Rahmen biographischer Interviews ist dies relativ einfach umzusetzen, indem gefragt wird, ob man aus aktueller Perspektive das Leben anders planen würde, als es verlaufen ist. Aber auch in themenbezogenen Interviews gibt es sinnvolle **Bilanzierungsfragen**. So wurde in einer eigenen Studie – und in vielen Folgestudien – gefragt: „Wenn ein Film über Sie gedreht würde, wie müsste der aussehen, damit das dort Gezeigte den richtigen Eindruck wiedergibt?“ (Mey 1999, S. 152f.).

Zum Interviewabschluss gehört außerdem die Nachfrage, ob etwas für die Interviewten im Rahmen der Studie besonders Wichtiges noch nicht zur Sprache gekommen ist. Eine solche Nachfrage kann gerade bei neuen Forschungsthemen zusätzlich auf relevante Aspekte aufmerksam machen. Interviewende sollten außerdem zum Interviewabschluss – z. T. auch in der Nachklangphase – nach der Befindlichkeit der Interviewten fragen bzw. danach, wie das Interview erlebt wurde. Auch kann **Feedback** über Frageformen und zu berücksichtigende Themen/Aspekte eingeholt werden, und es können ggf. weitere Interviewpartner ermittelt werden. Neben der Frage nach der Befindlichkeit besteht im Nachklang des Interviews auch die Möglichkeit, ausführlicher die Studie und deren Kontext zu erläutern (insbesondere dann, wenn dies im

Vorgespräch nur knapp ausgeführt wurde, um nicht zu viel an Vorinformationen einfließen zu lassen). Ebenso lassen sich auch jene Rückfragen beantworten, die im Laufe des Gesprächs an die Interviewenden gerichtet und deren Beantwortung auf die Nachphase verschoben wurde. Zusätzlich kann z. B. die Erlaubnis eingeholt werden, bei Unklarheiten ggf. telefonisch Kontakt aufzunehmen.

4 Interviewkontext

4.1 Interviewsetting

Interviews finden traditionellerweise als Gespräche in einer Zweiersituation in einem geschlossenen Raum statt (abgesehen von jenen als „ethnographisch“ bezeichneten Interviews/Gesprächen, die sich „im Feld“ ereignen). Für viele Interviews ist der **Ort** auszuhandeln: Interviews können in den Privat- oder Arbeitsräumen der Interviewten stattfinden, in den Räumlichkeiten der untersuchenden Institution, oder es können eigens Räume in Hotels oder besonderen Lokalitäten angemietet werden. Leitend für die Entscheidung sollte sein, dass die Gespräche ungestört und die Aufnahmemodalitäten gut sind und dass der Aufwand (z. B. Erreichbarkeit für die Interviewten) möglichst gering gehalten wird. Wesentlichstes Kriterium für die Auswahl des Raumes sollte sein, dass sich die Interviewten wohlfühlen. Da dies von individuellen Vorlieben abhängig ist (so bevorzugen einige den „Heimvorteil“, anderen ist gerade eine neue Umgebung wichtig, wieder andere wollen ihr Privatleben nicht preisgeben und sehen sich lieber vor Ort und in der Institution um), sollte – wenn es sich arrangieren lässt – den Interviewten die Wahlmöglichkeit gegeben werden. Diese Freiheit kann schon deshalb gewährt werden, weil im Rahmen qualitativer Sozialforschung eine Vergleichbarkeit im klassisch-experimentellen Sinne sowieso nicht herstellbar und auch nicht intendiert ist. Und es gibt Studien, in denen möglicherweise die Wahl selbst bereits interessante Hinweise für die Untersuchung gibt. Andererseits gibt es auch vielfach Vorgaben, die notwendig machen, dass das Interview an einem bestimmten Ort stattfindet, z. B. in einem Studio mit zusätzlichen Aufzeichnungsmöglichkeiten und mit Coaches oder weiteren Mitarbeitenden im Nebenraum, die die Aufzeichnung betreuen, z. B. über Headsets mit den Interviewenden verbunden sind und z. T. gestaltend in das Interview eingreifen können.

Zur Bestimmung des Interviewsettings gehört auch, dass Interviews zwar in der Regel als Dyade gedacht sind, teilweise können solche Arrangements jedoch auch aufgefächert und zwei Interviewende eingesetzt werden (Hoff 1985). Ein Vorgehen, das auch als **Tandeminterview** bezeichnet wird. Der Terminus „Gruppeninterview“ wird dagegen dann verwandt, wenn zwei oder mehr Interviewte gleichzeitig befragt werden;

wir vermeiden diesen etwas vagen Begriff und sprechen dann – je nach Zusammensetzung sowie den divergierenden methodologischen Rahmungen – von Fokusgruppen, Gruppengesprächen oder Gruppendiskussionen, die aber nicht mehr der Methodengruppe Interview zuzurechnen wären und deshalb in der vorliegenden Darstellung nicht berücksichtigt werden (→ Beitrag „Gruppendiskussionsverfahren“ von Renate Blank). Vorzüge von Tandeminterviews sind insbesondere – vorausgesetzt beide Interviewende harmonieren –, dass mit erhöhter Aufmerksamkeit gearbeitet wird, dass mögliche Auslassungen eher auffallen können oder dass bei Krisen im Gespräch der/die Fragende wechseln kann. Nachteilig wirkt sich aus, wenn durch die Überzahl auf Seiten der Interviewenden Assoziationen zu einem Verhör hervorgerufen oder wenn intimere Details, die eine vertrauensvolle Situation voraussetzen würden, ausgespart werden.

Ebenso wichtig wie die Frage nach dem Interviewort ist die Frage nach dem kleinen räumlichen Arrangement: der **Sitzanordnung**. Mit Ausnahme jener Befragungen, die eine feste Position erforderlich machen (z. B. weil im Rahmen einer Studie eine Webseite, ein Film oder anderes „Reizmaterial“ gemeinsam betrachtet werden soll), ist es gut, wenn das Interview an einem Tisch stattfindet. Ein Gegenübersitzen ohne Tisch provoziert zumeist Beine-Übereinanderschlagen und Arme-vor-der-Brust-Verschränken mit dem Ziel einer Nähe-Distanz-Regulation. Die Stühle sollten dabei nicht frontal gegenüber, sondern leicht versetzt zueinander stehen, denn dann ist es möglich, den Blick auch im Raum kreisen zu lassen, ins Leere zu schauen, ohne dass dies unbedingt als Blickvermeidung erlebt würde. Als Entfernung wird nicht selten – einen Tisch als gemeinsamen Platz vorausgesetzt – ein Abstand von etwas mehr als einem Meter vorgeschlagen; z. T. werden im Gespräch und je nach verhandelten Themen die Distanzen auch nachreguliert, indem die Gesprächspartner näher zusammenrücken oder sehr überraschende Fragen oder persönliche/intime Detailfragen aus etwas vergrößerter räumlicher Distanz beantworten. Solche Bewegungsspielräume sollten möglich sein.

Seit ungefähr einem Jahrzehnt haben neben dem traditionellen Interview als Face-to-Face-Erhebung mit in Raum und Zeit synchroner Kommunikation zusätzlich **nicht-synchrone Interviewformen** stärkere Verbreitung gefunden; insbesondere das Telefoninterview als zeitlich synchrone, aber an verschiedenen Orten stattfindende Kommunikation (vgl. Burke/Miller 2001) oder das E-Mail-Interview, das zeitlich wie örtlich asynchron geführt wird (vgl. Bampton/Cowton 2002). Verglichen damit sind Interviews in synchronen Chatrooms oder via MSN-Messenger noch selten (einen Vergleich bietet Opdenakker 2006; allgemeine Anmerkungen geben auch Cisneros-Puebla et al. 2004; → Beitrag „Qualitative Online-Forschung“ von Timo Gnams und Bernad Batinic).

Die Vorzüge der zeitlich/örtlich versetzten Erhebung sind insbesondere auf der praktischen Seite, nämlich um ohne Zeitverlust große Distanzen zu überwinden und zudem Kosten für Reisen/Hotels usw. zu sparen. Bei E-Mail-Interviews sowie Chats mit Pro-

tokollfunktion entfallen zusätzlich auch noch die Kosten für die Transkription. Zu empfehlen sind diese beiden Formen wohl dann, wenn die mit ihnen einhergehenden Nachteile an Informationsverlust nicht besonders schwer wiegen: Bei Telefoninterviews entfallen visuelle Informationen, bei E-Mail-Interviews zudem Informationen über den situationalen Kontext, und es entfällt das spontane Element.

4.2 Ansprüche an die Interviewenden

Die einzunehmende Haltung des Interviewenden über den gesamten Ablauf des Gesprächs erfordert die Integration sehr unterschiedlicher Ansprüche: Interviewende sollen neugierig, d. h. offen sein, sie müssen aber im gleichen Maße zurückhaltend agieren, die eigene Meinung/Position gilt es zurück- oder verdeckt zu halten. Gleichzeitig sollen die Interviewenden geduldig/beharrlich sein und nachfragen, ggf. vorsichtig insistieren, dabei dennoch weitgehend akzeptierend und wohlwollend (auch gerade für Schwächen, Brüche, Peinliches) bleiben, sowie insgesamt authentisch/ernstnehmend agieren und damit auf falsche Scham, aber auch auf falsche Schonung etwa durch Nicht-Nachfragen verzichten.

Allein diese kurze Zusammenstellung der – auch divergierenden – Anforderungen für ein gelingendes Gespräch verdeutlichen, dass das „Interviewen als Tätigkeit“ (Hermanns 2000) anspruchsvoll und eben keine leichte Aufgabe ist. Wie anstrengend Interviews sind, ist u. a. daran ersichtlich, dass viele Interviewende nach den Gesprächen oft müde und erschöpft sind. Auch deshalb empfiehlt es sich, pro Tag nicht mehr als zwei Interviews zu führen, besser nur ein Interview, das dann auch angemessen vor- und nachbereitet werden sollte. Interviews erfordern, wie Christel Hopf (1978, S. 111) es treffend charakterisiert, eine „**permanente spontane Operationalisierung**“, d. h.: „Es müssen situationsgebundene allgemeine Forschungsfragen in konkret bezogene Interviewfragen umgesetzt werden und umgekehrt müssen die von den Interviewten eingebrachten Informationen laufend unter dem Gesichtspunkt ihrer möglichen theoretischen Bedeutung beurteilt werden“ (vgl. dazu auch Wengraf 2001, der von „double attention“ spricht). Interviews haben damit den Charakter eines durch Spontaneität gekennzeichneten Aufeinandertreffens von zwei (oder mehr) Personen, bei dem zugleich das Forschungsinteresse leitend ist.

Eine Auffälligkeit sei eigens kurz angemerkt: Speziell Anfänger finden es manchmal verlockend, aus dem Vorgespräch ohne Übergang in das Interview zu gleiten, damit es wie ein Alltagsgespräch wirkt (das es aber nicht ist!), und um eine antizipierte Unbehaglichkeit wegen der Interviewaufzeichnung zu verringern. Häufig weisen solche Überlegungen darauf hin, dass die Interviewenden unsicher sind bzw. sich unbehaglich fühlen. Stattdessen sollten Interviewende den Beginn des Interviews sehr deutlich machen: Wenn Befragte von sich aus während des Warming-ups auf das Interviewthema eingehen, sollte kurz angemerkt werden, dass dies bereits zum Thema gehört,

das Interview beginnt, und das Aufnahmegerät sollte eingeschaltet werden. Noch verlockender scheint vielen, die Aufzeichnung nach Ende des Interviews fortzuführen, weil einige Interviewte im Nachgang „richtig“ zu erzählen beginnen, so, als ob sie die „Arbeit“ hinter sich hätten und wieder im Alltag(sgespräch) angekommen wären. Dies verweist eventuell auf Probleme im Interviewverlauf, möglicherweise haben die Befragten, ohne dass dies thematisiert worden wäre, die Bandaufnahme als störend/hemmend erlebt. Wenn nach Interviewabschluss Informationen genannt werden, die für die Untersuchung von Interesse sind, dann sollte dies angesprochen werden, verbunden mit der Bitte, das Gespräch fortzuführen und die Aufzeichnung fortsetzen zu dürfen.

4.3 Leitfadeneinsatz

In vielen Interviews (außer dem narrativen und rezeptiven sowie dem ero-epischen Gespräch) werden Leitfäden verwendet, die mehrere Funktionen erfüllen können: Im Vorfeld eines Interviews helfen sie den Forschenden, das eigene **Wissen zu organisieren** und zu explizieren, mit Teamkollegen zu diskutieren sowie ggf. mit dem Auftraggeber/Kunden zu konkretisieren und abzusprechen. Kurz vor dem Interview können die wichtigen Fragen(bereiche) nochmals in Erinnerung gerufen werden. Im Gespräch selbst sollte auf den Leitfaden – auch um die häufig angeführte „Leitfadenbürokratie“ (Hopf 1978) zu vermeiden – nur dann zurückgegriffen werden, wenn das Gespräch sehr stockt oder die Interviewenden den Faden verloren haben. Der Leitfaden sollte also nicht einfach abgearbeitet und Fragen sollten nicht der Reihe nach gestellt (abgehakt), sondern ad hoc in der Interviewsituation in den Gesprächsverlauf eingeführt werden.

Nach dem Interview kann der Leitfaden im Sinne einer **Checkliste** dazu dienen, zu prüfen, ob alle wichtigen Fragen gestellt bzw. im Interview angemessen angesprochen wurden. Dies ist insbesondere bei längeren Studien und mit zunehmender Interviewerfahrung zu empfehlen: Auch wenn viele behaupten, die im Leitfaden enthaltenen Fragen „im Schlaf“ stellen zu können, schleichen sich doch z. T. Vorlieben ein (also Fragen, die immer weiter vertieft werden), während anderes entfällt, ohne dass die Interviewenden dies ausreichend bemerken. Dies ist besonders kritisch in Studien, die an einem Vergleich der Interviews interessiert sind und eine entsprechende Datengrundlage benötigen.

Als Faustregel gilt – folgt man Gläser und Laudel (2004) –, dass ein Leitfaden nicht mehr als zwei Seiten mit ca. acht bis 15 Fragen umfassen sollte, am besten übersichtlich sortiert. Ob im Leitfaden Fragen ausformuliert werden sollten, wird in der Literatur unterschiedlich beantwortet: Während z. B. Helfferich (2005) sich für Stichworte ausspricht, plädieren Gläser und Laudel für ausformulierte Fragen. Entscheidendes Kriterium sind hier die Präferenzen der Interviewenden: Einige arbeiten lieber mit

einem mittels Stichworten organisierten Leitfaden, um Fragen im Interview ad hoc stellen zu können. Vorformulierte Fragen sind meist weniger flexibel, was die Formulierung und die Position im Interviewablauf angeht. Andere Interviewende hingegen fühlen sich mit ausformulierten Fragen sicherer und wären mit Stichworten überfordert. Für beide Gruppen ist es sinnvoll, Fragen vor dem Interview zumindest einmal auszuformulieren, um ein Gespür für den Fragegehalt zu bekommen, und „weil man auf diese Weise gezwungen ist, über die Formulierung der Frage nachzudenken“ (Gläser/Laudel 2004, S. 140). Der Vorteil eines solchen Probeformulierens ist, dass in schwierigen Situationen nicht noch zusätzlich um eine Formulierung gerungen werden muss, sondern auf eine vertraute Fragefigur zurückgegriffen werden kann.

Im Falle von Forschungsteams oder beim Einsatz von mehreren Interviewenden sollte ein **Manual zur Interviewführung** erstellt werden, das das Interviewverhalten regelt und die Logik des Leitfadens expliziert. Hierfür ist – wenn nötig nochmals in Absprache mit dem und hinsichtlich der Interessen des auftraggebenden Kunden – zu klären, für welche Bereiche Erzählungen und wann Tiefeninformationen zwingend erforderlich sind bzw. welche Themenbereiche zentral oder eher peripher sind. Auf Letztere kann dann bei Gesprächen mit zeitlichen Restriktionen verzichtet werden, ohne dass das Interview als Ganzes wertlos wird. Ein solches Manual hilft nicht nur als Regelkannon in der Projektarbeit, sondern es verleiht auch Interviewenden Sicherheit. Allerdings nur dann, wenn die Reglements nicht zu rigide formuliert sind, das Klima im Forschungsteam wohlwollend und die Beziehung zum Auftraggebenden nicht krisenbelastet – und d. h. auch fehlerfreundlich – ist.

4.4 Allgemeine Anmerkungen zur Leitfadententwicklung

Die eigentliche Leitfadentwicklung erfolgt in mehreren Schritten: Eröffnet wird sie mit einem **Brainstorming** – am besten im Team –, um möglichst viele (unterschiedliche) zur Forschungsfrage/zum Forschungsthema gehörige Fragen zusammenzutragen. In diesem Schritt können zudem Fragenkataloge aus verwandten Studien herangezogen werden und in den Fragenpool eingehen. Letzteres erhöht zudem die Möglichkeit, Vergleiche zwischen Studien und deren Ergebnissen anzubahnen, z. T. auch, wenn es explizit um eine – und sei es historisch – vergleichende Studie geht, um Entwicklungen und Veränderungen aufzeigen zu können.

Nach der Fragesammlung werden die Fragen geprüft und sortiert. Die **Prüfung** – folgt man Cornelia Helfferich (2005) – bezieht sich insbesondere darauf, ob die Fragen speziell im Dienste der Forschungsfrage stehen („Prüfung auf Gegenstandsangemessenheit“), ob sie die Befragten einladen, frei zu erzählen („Prüfung auf Offenheit“) oder ob sie die Antwortmöglichkeiten unnötig und teilweise ungewollt begrenzen („Prü-

fung auf Herantragen impliziter Erwartungen“ sowie „Prüfung der eingebrachten Präsuppositionen“, also z. B. die implizite Unterstellung in einer Aussage wie „schöne Kindheit“). Selbstredend muss geklärt werden, ob die Fragen überhaupt beantwortbar sind. Zudem ist zu prüfen, welche Faktenfragen ebenso wie Angaben zu Alter, Ausbildung etc. besser in einen Kurz-Fragenbogen, wie bei dem problemzentrierten Interview explizit vorgesehen, ausgegliedert werden, um das Interview selbst auf die zentralen Fragen hin zuzuspitzen.

Eine solche Prüfung der Fragensammlung kann durchaus im Zuge von Probeinterviews zunächst im Team erfolgen, denn daran zeigt sich auch, wie Fragen aufgrund der „Fragetönung“ oder Art der Frage Einfluss auf den Gesprächsverlauf und das Gesprächsklima nehmen. Etwa, ob zu viele Faktenfragen und geschlossene Fragen ein Ja-nein-Antworten anbahnen und ausführlichere Narrationen und längere Darlegungen verhindern oder ob Interviews mit vielen Fragen längere Gesprächszeiten einnehmen, nicht aber unbedingt zur erschöpfenden Exploration der relevanten Fragen beitragen, da den wesentlichen offenen Fragen zu wenig Raum gegeben wird.

Die **Sortierung** der Fragen erfolgt sukzessive und theoriegeleitet bei der Prüfung der Fragen, denn am Ende sind Themenblöcke zu bilden, die das Forschungsfeld ausreichend abdecken sollten. Zuweilen kann die Sortierung auch zeitlich – entlang der Dimensionen Vergangenheit-Gegenwart-Zukunft – erfolgen, oder die zeitliche Dimension kann zusätzlich zu den jeweiligen Themenbereichen ein weiteres Ordnungsmerkmal bilden. Auf jeden Fall ist der Leitfaden abschließend so zu verdichten, dass er möglichst sparsam ist, d. h. idealerweise eine sehr offen formulierte Einstiegsfrage und für jeden Themenblock nur wenige Fragen enthält, mit denen die wichtigsten dem Thema zugeordneten Aspekte abgedeckt sind.

Anzumerken bleibt, dass es den perfekten Leitfaden nicht gibt, denn Interviewte reagieren in der konkreten Situation mit den konkreten Interviewenden in individueller Weise. Und auch im Laufe einer Untersuchung kann der Leitfaden noch geändert werden, was nicht meint, dass die früheren Interviews unbrauchbar wären. Allerdings werden damit teilweise Vergleichsmöglichkeiten über die Interviews hinweg eingeschränkt.

4.5 Aufzeichnung, Mitschrift, Prä-/Postskript

In der Regel sollten Interviews aufgezeichnet werden. Für die meisten Forschungsfragen reicht eine **Audioaufzeichnung** vollkommen aus. Die **Videoaufzeichnung** empfiehlt sich nur dann, wenn visuelle Daten (Mimik, Gestik) wirklich für das Erkenntnisinteresse bedeutsam sind und in die Auswertung einbezogen werden sollen. Zusätzlich können videographierte Gespräche für die Forschungsdokumentation oder z. B.

für Dokumentarfilme verwendet werden; beides sind aber eher seltene Nutzungsformen, bei denen entsprechende Datenschutzvereinbarungen zu treffen sind.

Die Aufzeichnungsgeräte selber sind mittlerweile sehr klein, sodass sie kaum auffallen oder stören; dies gilt auch für die Mikrofone. Entsprechend ist ihr Einfluss eher gering und meist verliert sich nach einigen Minuten das Gefühl, aufgezeichnet/beobachtet zu werden. Wenn es sich im Gesprächsverlauf jedoch (wieder) einstellt, dann ist dies möglicherweise ein Hinweis auf heikle Themen oder auf Verunsicherung. Ggf. ist dann – wie erwähnt – anzubieten, das Band auszuschalten.

Wenn eine Tonbandaufzeichnung nicht gewünscht oder aufgrund von technischen Problemen nicht machbar ist, müssen die Inhalte und der Ablauf des Gesprächs protokolliert werden. In diesen Fällen sollten **Notizen** (Stichwörter, z. T. ergänzt um wörtliche Rede) relativ bald nach dem Interview protokolliert werden. Hierbei ist zu beachten, dass nur das in die Auswertung einbezogen werden kann, was auch erinnert/niedergeschrieben wurde.

Das **Postskript** dient zum Festhalten von Eindrücken, Auffälligkeiten und Befindlichkeiten, die sich auf das Interview selbst und auf die (nicht aufgezeichnete) Zeit vor und nach dem Interview beziehen. Dazu kann eine standardisierte Vorlage mit den für die Analyse wesentlichen Punkten vorgegeben oder das Postskript kann frei angelegt werden. Üblich ist mittlerweile das Erstellen von Postskripten nach Ende des Interviews, seltener sind Niederschriften durchgängig für alle Treffen/Kontakte mit den Interviewten. Noch seltener werden **Präskripte** verfasst, also Notizen im Vorfeld des Interviews, in denen die Erwartungen an das konkrete Interview formuliert werden oder auch die eigene Befindlichkeit festgehalten wird. Solche „Fixierungen“ sind sinnvoll, denn über sie werden Informationen verfügbar, die sonst für die Forschungssupervision oder den Auswertungsprozess nicht zugänglich wären.

5 Generelle Überlegungen zu Anwendungsbereichen und Zielgruppe

Interviews sind eine Verfahrensgruppe, die entlang der Dimensionen Interviewsteuerung (Standardisierung/Strukturierung) und evozierte Textsorte geordnet werden kann. Je nach Forschungsinteresse und Anwendungsbereich ist die Auswahl bestimmter Interviewvarianten naheliegender als andere. Die Auswahl ist entsprechend immer wieder neu zu begründen; Festlegungen auf die eine „gute“ Interviewvariante sind wenig sinnvoll. Ratsam ist dagegen, begründet (und entsprechend dokumentiert!) – zu entscheiden, ob und in welcher Weise Verfahrenselemente (Fragetypen und einzubeziehendes Reizmaterial) kombiniert werden können.

Zur weiteren Bestimmung des sinnvollen Einsatzes von Interviews ist festzuhalten: Interviews sind als Instrument zum Abfragen von (Fakten-)Wissen wenig geeignet – dies kann ein gut konstruierter Fragebogen viel besser und zuverlässiger leisten –, sondern sie helfen, Erzählungen zu generieren, Argumente und Begründungen zu explorieren sowie ausführlichere Beschreibungen einzuholen, die anders als Tagebuchaufzeichnungen oder andere schriftliche Dokumente in einem Dialog hervorgebracht werden. Zudem sind Interviews, auch in Abgrenzung z. B. zu Fokusgruppen, immer dann zu wählen, wenn es um persönliche Narrationen oder um Themen geht, die ein vertrauensvolles Gesprächsklima voraussetzen.

Prinzipiell können Interviews mit allen Altersgruppen und allen Sozialgruppen durchgeführt werden. Allerdings resultieren aus der Bindung an Sprache und Ausdrucksfähigkeit immer auch Grenzen. So wird in der Literatur häufig problematisiert, dass ungeübte Befragte nicht zu längeren Narrationen in der Lage seien, und noch mehr, dass mit Blick etwa auf das narrative Interview als eine besonders „anspruchsvolle“ Interviewform gar nicht jeder Befragte die „Bereitschaft sowie die (sprachliche und soziale) narrative Kompetenz [habe], seine ‚Geschichte‘ zu erzählen“ (Spöhring 1989, S. 175; kritisch dazu Mey 2000). Als besondere Gruppe werden in dieser Diskussion um „inkompetente“ Erzähler, die in einer Interviewsituation eher einem Frage-Antwort-Schema folgen oder sich dem narrativen Interview entziehen, immer wieder Jugendliche genannt; vermehrt wird auch aufgeworfen, in welcher Weise Kinder zu interviewen sind. Ähnlich der Frage nach der Altersgruppe finden sich auch Überlegungen zu Sozialgruppen/Milieus oder genereller – und teilweise damit verbunden – zum Bildungsgrad als Einflussgröße für die (Nicht-)Eignung von qualitativen Interviews als Erhebungsform.

Zu dieser Diskussion bleibt anzumerken, dass zweifelsohne die individuellen sprachlichen Kompetenzen unterschiedlich ausgeprägt und damit Interviews schwerer oder leichter umzusetzen sind. Dabei darf der Zusammenhang zwischen Sprachkompetenz und Interviewverhalten so prinzipiell nicht gefasst werden, z. B. mit Blick auf die Spezies des interviewten Sozialwissenschaftlers, der mitunter entweder hermetisch abgeriegelte Antworten gibt, die keine Nachfragen dulden, oder Fragen oder gleich das ganze Setting kommentiert und kenntlich macht, dass der Interviewende so eigentlich nicht vorgehen darf.

Die Forderung an die Interviewenden bleibt, die Ansprüche von Interviewverfahren in dem jeweiligen Untersuchungskontext auszuloten und zu reflektieren. Dies ist offensichtlich bei Kindern, bei denen die Gestaltung der Interviewsituation auf die speziellen Bedürfnisse hin abzustimmen ist (Pausen, Herumlaufen, Einbezug zusätzlicher Elemente aus der kindlichen Erfahrungswelt usw.; vgl. im Überblick Mey 2005b); es gilt aber auch für alle anderen unauffälligeren Gruppen.

Zudem ist generell bei allen Arrangements eigens und immer wieder zu reflektieren, wer im Interview überhaupt aufeinandertrifft. Interviewende und Interviewte begegnen sich als Angehörige gleicher/unterschiedlicher soziokultureller Milieus, als gleich-

aldrig oder aus verschiedenen Alterskohorten stammend und damit als Generationenangehörige mit gleichem/unterschiedlichem Erfahrungswissen, und die Interviewpartner treffen niemals geschlechtsneutral aufeinander. Diese spezifischen Konstellationen, zusätzlich noch durch den Grad an Sympathie oder Attraktivität sowie andere Zuschreibungen, z. B. „Vertretertyp“, „Sozialarbeiterin“ u. Ä. konturiert, sind mitverantwortlich für die mitunter unterschiedlich ausführlichen oder knappen Darstellungen im Interview. Dabei gilt, dass nicht von vornherein eine Konstellation besser als die andere ist. Jede dieser Begegnungen erbringt anderes Material, das für die Beantwortung der Untersuchungsfrage wichtig sein kann. Dies setzt aber voraus, dass das kommunikativ produzierte Material unter den Bedingungen der konkreten Herstellung und gemeinsamen Konstruktion betrachtet (und ausgewertet) wird.

6 Fazit

Interviews bieten eine Fülle an Möglichkeiten, um Informationen zu interessierenden Themenfeldern zu erhalten. Die Daten, die am Ende vorliegen, sind aber nur zu einem Teil der Methode im engeren Sinne geschuldet: Sie hängen viel mehr als zumeist zugestanden wird von der konkret zwischen zwei – möglicherweise sehr eigenwilligen – Subjekten stattfindenden Begegnung ab. Damit soll keineswegs die notwendige Reflexion auf die Techniken des Interviewens unterlaufen werden, es soll aber jener Haltung widersprochen werden, die eine Optimierung von Verfahren lediglich im Formal-Technischen zu finden meint. Denn über das gesprochene Wort hinaus sind auch Interviewende gegenüber mit einem spezifischen Reizwert, wie es der Ethnopsychanalytiker Georges Devereux nennt (1967/1973, S. 49). Dieser Reizwert – Ausstrahlung/Wirkung/Erscheinung – ist mitentscheidend, ob Befragte bereit sind, ausführlich zu erzählen, oder ob sie es beim Mitteilen des Nötigsten belassen. Ob ein weitgehend passives Zuhören wie im Falle des narrativen Interviews als Desinteresse und das Stellen von Fragen beim problemzentrierten Interview als Unterbrechung erlebt wird, ergibt sich weniger aus den methodischen Verfahrensregeln als aus der Interviewsituation, in der Forschende *und* „Beforschte“ sich als Subjekte (mit allen erdenklichen Selbst- und Fremdzuschreibungen) begegnen.

Diese Form der wechselseitigen Wahrnehmung und Zuschreibung ändert sich auch nicht, wenn Interviews per E-Mail, am Telefon oder im Chat stattfinden, also Medien, die unterschiedliche Vorzüge und eigene Regeln haben. Der Grundzug bei jedem Interview bleibt: Es ist ein soziales Arrangement, in dem sich Interviewte und Interviewende als soziale Akteure begegnen. Die mit dem sozialen Arrangement verbundenen Besonderheiten erfordern daher über methodische Reflexionen hinaus auch praktische Konsequenzen. Da die methodische Ausbildung oft wenig praktische Übungen aufweist, sollten vor allem unerfahrene Interviewer angeleitete Schulungen

wahrnehmen, insbesondere solche mit Interviewübungen. Über solche vorbereitenden Schulungen hinaus erscheint eine wiederkehrende Supervision, eingebettet in Methodenberatungen, durchaus sinnvoll, denn aus Interviews als sozialen Situationen können immer wieder neue Herausforderungen resultieren, oder es schleichen sich Gewohnheiten in die Interviewführung und -gestaltung ein, die es – um die Potenz qualitativer Methodik für die je interessierende Fragestellung tatsächlich auszuschöpfen – zu reflektieren gilt.

Literaturverzeichnis

- Argelander, Hermann (1970): *Das Erstinterview in der Psychotherapie*. Darmstadt.
- Bampton, Roberta / Cowton, Christopher J. (2002): The E-Interview. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 3(2), [27 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-02/2-02bamptoncowton-e.htm. Zugriff: 15.01.2007.
- Becker, Howard S. / Geer, Blanche (1960/1979): *Teilnehmende Beobachtung: Die Analyse qualitativer Forschungsergebnisse*. In: Hopf, Christel / Weingarten, Elmar (Hrsg.): *Qualitative Sozialforschung*. Stuttgart, S. 139–166.
- Breuer, Franz (1995): *Das Selbstkonfrontations-Interview als Forschungsmethode*. In: König, Eckard / Zedler, Peter (Hrsg.): *Bilanz qualitativer Forschung*. Band II: Methoden. Weinheim, S. 159–180.
- Bude, Heinz (1985): *Der Sozialforscher als Narrationsanimateur. Anmerkungen zu einer erzähltheoretischen Fundierung der interpretativen Sozialforschung*. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 37, S. 327–336.
- Burke, Lisa A. / Miller, Monica K. (2001): *Phone Interviewing as a Means of Data Collection: Lessons Learned and Practical Recommendations*. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 2(2), [30 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-01/2-01burkemiller-e.htm. Zugriff: 15.01.2007.
- Chrzanowska, Joanna (2002): *Interviewing Groups and Individuals in Qualitative Market Research*. London.
- Cisneros-Puebla, Cesar A. / Faux, Robert / Mey, Günter (2004): *Qualitative Researchers – Stories Told, Stories Shared: The Storied Nature of Qualitative Research*. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 5(3), Art. 37, [35 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-04/04-3-37-e.htm. Zugriff: 15.01.2007.
- Denzin, Norman (2001): *The Reflexive Interview and a Performative Social Science*. In: *Qualitative Research*, 1(1), S. 23–46.
- Devereux, Georges (1967/1973): *Angst und Methode in den Verhaltenswissenschaften*. München.
- Dexter, Lewis Anthony (1970/2006): *Elite and Specialized Interviewing*. Essex.
- Flick, Uwe (2002): *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. 6. Auflage. Reinbek.
- Fontana, Andrea / Frey, James H. (2005): *The Interview. From Neutral Stance to Political Involvement*. In: Denzin, Norman K. / Lincoln, Yvonna S. (Hrsg.): *Handbook of Qualitative Research*. 3. Auflage. London, S. 695–727.

- Fuchs-Heinritz, Werner (2005): Biographische Forschung. Eine Einführung in Praxis und Methoden. Lehrbuch. Hagener Studententexte zur Soziologie. 3. überarbeitete Auflage. Wiesbaden.
- Fuhs, Burkhard (2000): Qualitative Interviews mit Kindern. Überlegungen zu einer schwierigen Methode. In: Heinzel, Friederike (Hrsg.): Methoden der Kindheitsforschung. Ein Überblick über Forschungszugänge zur kindlichen Perspektive. Weinheim, S. 87–103.
- Girtler, Roland (2002): Methoden der Feldforschung. 4., neu bearbeitete Auflage. Wien.
- Gläser, Jochen / Laudel, Grit (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden.
- Groeben, Norbert / Scheele, Brigitte (2000): Dialog-Konsens-Methodik im Forschungsprogramm Subjektive Theorien. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 1(2), [9 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00groebenscheele-d.htm. Zugriff: 15.01.2007.
- Gubrium, Jaber F. / Holstein, James A. (Hrsg.) (2001): Handbook of Interview Research. Context and Method. London.
- Helfferich, Cornelia (2005): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. 2. Auflage. Wiesbaden.
- Hermanns, Harry (2000): Interviewen als Tätigkeit. In: Flick, Uwe / von Kardorff, Ernst / Steinke, Ines (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Hamburg, S. 360–368.
- Hoff, Ernst-H. (1985): Datenerhebung als Kommunikation: Intensivbefragungen mit zwei Interviewern. In: Jüttemann, Gerd (Hrsg.): Qualitative Forschung in der Psychologie. Weinheim, S. 161–186.
- Hopf, Christel (1978): Die Pseudo-Exploration – Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung. In: Zeitschrift für Soziologie, 7(2), S. 97–115.
- Kleining, Gerhard (1995): Das rezeptive Interview. In: Kleining, Gerhard: Qualitative-heuristische Sozialforschung. Schriften zur Theorie und Praxis. Hamburg, S. 123–147.
- Kohlberg, Lawrence (1995): Die Psychologie der Moralentwicklung. Frankfurt/Main.
- Kvale, Steinar (1996): InterViews – An Introduction to Qualitative Research Interviewing. Thousand Oaks
- Kvale, Steinar (1999): The Psychoanalytic Interview as Qualitative Research. In: Qualitative Inquiry, 5(1), S. 87–113.
- Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung. Ein Lehrbuch. 4. überarbeitete Auflage. Weinheim.

- Lucius-Hoene, Gabriele / Deppermann, Arnulf (2002): *Rekonstruktion narrativer Identität. Ein Arbeitsbuch zur Analyse narrativer Interviews*. Opladen.
- Merton, Robert K. / Kendall, Patricia L. (1946/1979): *Das fokussierte Interview*. In: Hopf, Christel / Weingarten, Elmar (Hrsg.): *Qualitative Sozialforschung*. Stuttgart, S. 171–204.
- Meuser, Michael / Nagel, Ulrike (1991): *Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion*. In: Garz, Detlef / Kraimer, Klaus (Hrsg.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung*. Opladen, S. 441–471.
- Mey, Günter (1999): *Adoleszenz, Identität, Erzählung. Theoretische, methodologische und empirische Erkundungen*. Berlin.
- Mey, Günter (2000): *Erzählungen in qualitativen Interviews: Konzepte, Probleme, soziale Konstruktion*. In: *Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung*, 1, S. 135–151.
- Mey, Günter (2003): *Qualitative Forschung: Überlegungen zur Forschungsprogramm- und Vorschläge zur Forschungspraxis im Themenfeld der Frühen Kindheit*. In: Keller, Heidi (Hrsg.): *Handbuch der Kleinkindforschung*. 3. Auflage. Bern, S. 709–750.
- Mey, Günter (2005a): *Das (Wieder-) Erfinden von Interviewverfahren. Kommentar zu „Das existenzielle Interview“*. In: *Journal für Psychologie*, 12(3), S. 273–282.
- Mey, Günter (2005b): *Forschung mit Kindern – Zur Relativität von kindangemessenen Methoden*. In: Mey, Günter (Hrsg.): *Handbuch Qualitative Entwicklungspsychologie*. Köln, S. 151–183.
- Mruck, Katja / Mey, Günter (2005): *Qualitative Forschung: Zur Einführung in einen prosperierenden Wissenschaftszweig*. In: *Historische Sozialforschung*, 30(1), S. 5–27. Online: http://hsr-trans.zhsf.uni-koeln.de/hsrretro/docs/artikel/hsr/hsr2005_640.pdf. Zugriff: 15.01.2007.
- Mruck, Katja / Mey, Günter (2007): *Der Beitrag qualitativer Methodologie und Methodik zur Marktforschung*. In: Buber, Renate / Holzmüller, Hartmut (Hrsg.): *Qualitative Marktforschung. Theorie, Methode, Analyse*. Wiesbaden, S. 21–45.
- Nohl, Arnd-Michael (2006): *Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis*. Wiesbaden.
- Opdenakker, Raymond (2006): *Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research*. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 7(4), Art. 11, [44 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/4-06/06-4-11-e.htm. Zugriff: 15.01.2007.
- von Schlippe, Arist / Schweitzer, Jochen (1999): *Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung*. Göttingen.

Schorn, Ariane (2000): Das „themenzentrierte Interview“. Ein Verfahren zur Entschlüsselung manifester und latenter Aspekte subjektiver Wirklichkeit. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 1(2), [20 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00schorn-d.htm. Zugriff: 15.01.2007.

Schorn, Ariane / Mey, Günter (2005): Das Interview in der entwicklungspsychologischen Forschung – Anwendungsmöglichkeiten, Durchführung und Besonderheiten. In: Mey, Günter (Hrsg.): Handbuch Qualitative Entwicklungspsychologie. Köln, S. 289–320.

Schütze, Fritz (1983): Biographieforschung und narratives Interview. In: Neue Praxis, 13(3), S. 283–293.

Spöhring, Walter (1989): Qualitative Sozialforschung. Stuttgart.

Spradley, James P. (1979): The Ethnographic Interview. New York.

Thomae, Hans (1952): Die biographische Methode in den anthropologischen Wissenschaften. In: Studium Generale, 5, S. 163–177.

Wengraf, Tom (2001): Qualitative Research Interviewing: Biographic Narrative and Semi-structured Method. London.

Witzel, Andreas (1982): Verfahren der qualitativen Sozialforschung. Überblick und Alternativen. Frankfurt/Main.

Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 1(1), [26 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-00/1-00witzel-d.htm. Zugriff: 15.01.2007.

Witzel, Andreas / Mey, Günter (2004): „I am NOT Opposed to Quantification or Formalization or Modeling, But Do Not Want to Pursue Quantitative Methods That Are Not Commensurate With the Research Phenomena Addressed.“ Aaron Cicourel in Conversation with Andreas Witzel and Günter Mey. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 5(3), Art. 41, [106 Absätze]. www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-04/04-3-41-e.htm. Zugriff: 15.01.2007.

Woelfer, Claudia (2000): Das personenzentrierte Interview als qualitative Forschungsmethode. In: Journal für Psychologie, 8(1), S. 3–13.