

### Fragen zur Erfassung des Zugangs zu und der Nutzung von Kommunikationsmitteln: Kognitiver Pretest

Neuert, Cornelia; Sarafoglou, Andrea; Wolf, Megan

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

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

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Neuert, C., Sarafoglou, A., & Wolf, M. (2019). *Fragen zur Erfassung des Zugangs zu und der Nutzung von Kommunikationsmitteln: Kognitiver Pretest*. (GESIS-Projektbericht, 2019/03). Mannheim: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.17173/pretest74>

#### Nutzungsbedingungen:

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

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

#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

**Fragen zur Erfassung des  
Zugangs zu und der Nutzung  
von Kommunikationsmitteln**

**Kognitiver Pretest**

**Mai 2019**

*Cornelia Neuert, Andrea Sarafoglou &  
Megan Wolf*



GESIS Projektbericht 2019|03

# Fragen zur Erfassung des Zugangs zu und der Nutzung von Kommunikationsmitteln

Kognitiver Pretest

Mai 2019

*Cornelia Neuert, Andrea Sarafoglou &  
Megan Wolf*

## GESIS-Projektberichte

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften  
Survey Design and Methodology  
Postfach 12 21 55  
68072 Mannheim

Phone: +49 (0) 621 1246 - 227 / - 225 / -198

Fax: +49 (0) 621 1246 - 100

E-Mail: [timo.lenzner@gesis.org](mailto:timo.lenzner@gesis.org) / [cornelia.neuert@gesis.org](mailto:cornelia.neuert@gesis.org) / [patricia.hadler@gesis.org](mailto:patricia.hadler@gesis.org)

DOI: [10.17173/pretest74](https://doi.org/10.17173/pretest74)

### *Zitierweise*

Neuert, C.; Sarafoglou, A.; & Wolf, M. (2019): Fragen zur Erfassung des Zugangs zu und der Nutzung von Kommunikationsmitteln. Kognitiver Pretest. GESIS Projektbericht. Version: 1.0. GESIS - Pretestlabor.

<http://doi.org/10.17173/pretest74>

# Inhalt

---

	Seite
1 Vorbemerkung und Ziel des Pretests.....	5
2 Stichprobe.....	6
3 Durchführung der Interviews/Methode im Pretest.....	8
4 Ergebnisse der getesteten Fragen.....	9
Frage 1 .....	9
Frage 2 .....	12
Frage 3 .....	14
5 Glossar: Kognitive Techniken .....	17



---

## 1 Vorbemerkung und Ziel des Pretests

---

Das Forschungsprojekt „Information Flows and Trust Levels in the 21st Century: A Micro-Panel Re-Investigation“ von Dr. Johannes Jarke-Neuert und Dr. Cornelia Neuert untersucht die Frage, inwieweit es einen Zusammenhang zwischen sozialem Vertrauen und Informationsfluss mittels Kommunikationsmedien gibt.

Da sich sowohl die Art der Kommunikationsmedien als auch die Nutzungsgewohnheiten von Kommunikationstechnologien seit Anfang der 90er Jahre drastisch verändert haben und der Großteil von Kommunikation nicht mehr über Festnetztelefone, sondern über mobile Geräte und internetbasierte Messaging-Dienste erfolgt, wurden neue Fragen entwickelt, welche diese Entwicklung abbilden können.

Um den Einsatz von Kommunikationstechnologien messen zu können, wurden drei neue Fragen entwickelt, die die Nutzung verschiedener Medien (Festnetz, Mobiltelefon und internetbasierte Dienste) in drei Dimensionen erfassen: (1) Zugang, (2) Nutzung und (3) Größe des persönlichen Netzwerks.

Zur Vorbereitung der geplanten Datenerhebung wurden die neu entwickelten Fragen unter methodischen und fragebogentechnischen Aspekten einem kognitiven Pretest bei GESIS unterzogen und aufgrund der Testergebnisse überarbeitet.

## 2 Stichprobe

---

Anzahl der kognitiven

Interviews: 14

Auswahl der Zielpersonen: Erwachsene ab 18 Jahren, nach Quotenauswahl.

Quotenplan: Insgesamt wurden 14 kognitive Interviews mit Befragten ab einem Alter von 18 Jahren durchgeführt. Da diese Fragen an einen bereits laufenden Pretests angeschlossen wurden, konnten im Vorfeld keine Quoten festgelegt werden. Angestrebt wurde, dass sich die Befragten möglichst auf verschiedene Alters- und Bildungsgruppen verteilen.

Die realisierten Quoten sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Realisierter Quotenplan:

Geschlecht	Schulbildung	Alter 18 - 29	Alter 30-59	Alter 60+	Summe
Frauen	Weniger als Abitur	2	1	1	4
	Fachhochschulreife/Abitur	2	1	1	4
Männer	Weniger als Abitur	1	1	1	3
	Fachhochschulreife/Abitur	3	-	-	3
GESAMT		8	3	3	14

**Zentrale Merkmale der Testpersonen:**

---

Testpersonen-Nr.	Geschlecht	Alter	Höchster Schulabschluss
01	Männlich	24	Mittlere Reife
02	Männlich	20	Abitur
03	Männlich	19	Hauptschulabschluss
04	Männlich	52	Mittlere Reife
05	Männlich	62	Mittlere Reife
06	Weiblich	22	Allgemeine Hochschulreife
07	Weiblich	54	Allgemeine Hochschulreife
08	Weiblich	60	Allgemeine Hochschulreife
09	Weiblich	18	Mittlere Reife
10	Weiblich	21	Mittlere Reife
11	Weiblich	49	Mittlere Reife
12	Weiblich	67	Mittlere Reife
13	Männlich	24	Allgemeine Hochschulreife
14	Weiblich	19	Allgemeine Hochschulreife

---

### 3 Durchführung der Interviews/Methode im Pretest

---

<b>Feldzeit:</b>	20.03.2019 – 25.04.2019
<b>Anzahl der Testleiter:</b>	2
<b>Befragungsmodus im Pretest:</b>	Face-to-face; die Fragen wurden auf Papier vorgelegt und selbstadministriert beantwortet
<b>Vorgehensweise:</b>	Einsatz eines Evaluationsfragebogens
<b>Testpersonenhonorar:</b>	30 Euro (für die Teilnahme an einem umfangreicheren Pretestprojekt)
<b>Eingesetzte kognitive Techniken:</b>	General / Elaborative Probing, Comprehension Probing, Confidence Rating, Specific Probing.

## 4 Ergebnisse der getesteten Fragen

### Frage 1

1. Unabhängig davon, ob Sie die folgenden Kommunikationsmittel nutzen oder nicht. Haben Sie an einem gewöhnlichen Tag Zugang zu folgenden Kommunikationsmitteln? Zu...

*Bitte machen Sie in JEDER Zeile ein Kreuz!*

	Ja	Nein
einem Festnetztelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
einem Mobiltelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu Internetbasierter Telefonie (z.B. Skype, Facetime etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu internetbasierten Textnachrichten (z.B. WhatsApp, Facebook Messenger, SMS, E-Mail etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Häufigkeitsverteilung (n=14)

	Ja	Nein
<i>einem Festnetztelefon</i>	7	7
<i>einem Mobiltelefon</i>	14	-
<i>zu Internetbasierter Telefonie (z.B. Skype, Facetime etc.)</i>	11	3
<i>zu internetbasierten Textnachrichten (z.B. WhatsApp, Facebook Messenger, SMS, E-Mail etc.)</i>	14	-

### Eingesetzte kognitive Techniken:

General/Elaborative Probing, Comprehension Probing.

### Befund:

Die Hälfte der Befragten gibt an, Zugang zu einem Festnetztelefon zu haben; alle haben Zugang zu einem Mobiltelefon und zu internetbasierten Textnachrichten. Elf von 14 Befragten antworten, dass sie Zugang zu internetbasierter Telefonie haben. Von den drei Personen, die angeben, dass sie keinen Zugang zu internetbasierter Telefonie haben, erklärt eine Testperson, dass sie zwar Zugang habe, dies aber nicht nutze. Die Person hätte also statt „Nein“ eigentlich „Ja“ angeben sollen.

Neben einer Nachfrage zur Wahl ihrer Antwortoption wurden die Befragten gefragt, was sie unter „internetbasierter Telefonie“ und unter „internetbasierten Textnachrichten“ verstehen. „Internetbasier-

te Telefonie" wird von allen Befragten korrekt als Telefonie über das Internet und nicht über das Mobilfunknetz verstanden. Ein Großteil der Befragten nennt als Beispiel Skype oder die Möglichkeit der Videotelefonie.

Der Begriff „internetbasierte Textnachrichten" ist für alle Befragten verständlich. Genannt werden verschiedene Messenger, aber auch das Schreiben von E-Mails und SMS. Eine Testperson merkt an, dass das Versenden und Empfangen von SMS unabhängig von einem Internetzugang ist.

Alle Befragten geben an, dass ihnen die Beantwortung dieser Frage „sehr leicht" (n=12) oder „eher leicht" (n=2) gefallen sei.

### Empfehlung:

Frage: Um neben dem Zusatz „Unabhängig davon, ob Sie die folgenden Kommunikationsmittel nutzen oder nicht" noch stärker hervorzuheben, dass es um den generellen Zugang geht, könnte Zugang unterstrichen oder fettgedruckt werden:

**Unabhängig davon, ob Sie die folgenden Kommunikationsmittel nutzen oder nicht: Haben Sie an einem gewöhnlichen Tag Zugang zu folgenden Kommunikationsmitteln? Zu...**

Alternativ besteht die Möglichkeit, Zugang und Nutzen parallel in einer Frage abzufragen. Dadurch wird verdeutlicht, dass Nutzen und Zugang unabhängig voneinander zu beantworten sind. Da dieses Instrument in dem geplanten Projekt in einer Online-Befragung zum Einsatz kommen soll, lässt sich die parallele Abfrage gut technisch umsetzen. In einer Online-Befragung besteht zudem die Möglichkeit, dass die Nutzungsdauer, die mit der folgenden Frage 2 erfasst wird, nur bei den Kommunikationsmedien erfragt wird, die von den Befragten auch tatsächlich genutzt werden.

**Zu welchen der folgenden Kommunikationsmittel haben Sie an einem gewöhnlichen Tag Zugang und welche davon nutzen Sie auch tatsächlich?**

*Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie zu dem Kommunikationsmittel generell Zugang haben und ob Sie das jeweilige Kommunikationsmittel tatsächlich nutzen.*

Antwortoptionen: Da SMS nicht per Internet versendet werden, empfehlen wir SMS in der Antwortoption gesondert aufzuführen:

Internetbasierte Textnachrichten/SMS (z.B. WhatsApp, Facebook Messenger, E-Mail etc.).

Da Telefonie per Internet häufig mit Videotelefonie assoziiert wurde, könnte diese Option mit in die Antwortkategorie aufgenommen werden: Internetbasierte Telefonie/Videotelefonie (z.B. Skype, Facetime etc.).

	Zugang zu		Nutze ich	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Festnetztelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobiltelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetbasierte Telefonie/Videotelefonie (z.B. Skype, Facetime etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetbasierte Textnachrichten/SMS (z.B. WhatsApp, Facebook Messenger, E-Mail etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Frage 2

2. Wie viel Zeit verbringen Sie an einem gewöhnlichen Tag mit Gesprächen über die Kommunikationsmittel, sei es für die Arbeit oder für private Zwecke?

Bitte geben Sie die Zeit in Stunden und Minuten an. Wenn Sie das entsprechende Medium nicht verwenden, geben Sie bitte 0 ein.

	Stunden	Minuten
Festnetztelefon	_____	_____
Mobiltelefon	_____	_____
internetbasierte Telefonie (z.B. Skype, Facetime etc.)	_____	_____
internetbasierte Textnachrichten (z.B. WhatsApp, Facebook Messenger, SMS, E-Mail etc.)	_____	_____

## Antworten (n=14)

TP	Festnetztelefon	Mobiltelefon	internetbasierte Telefonie	internetbasierte Textnachrichten
1	0:00	4:00	0:00	10-12:00
2	0:00	0:30	0:00	8:00
3	0:00	1:00	0:30	0:05
4	Alle 2-3 Tage 0:15	Zwei Mal die Woche 00:15	00:00	Jeden Tag Nachrichtenapps 0:15 E-Mails 0:30
5	1:00	2:00	0:30	0:30
6	0:00	0:03	0:10	1:50
7	0:25	0:05	8:00	1:00
8	1:00	3:00	0:00	3:15
9	0:00	2:00	1:00	6:00
10	0:00	2:00	0:30	2:00
11	8:00	0:15	0:00	7 oder 8:00
12	0:30	2:00	0:10	1:00
13	0:00	0:02	0:00	0:20
14	0:00	0:05	0:15	3:00

**Eingesetzte kognitive Techniken:**

General/Elaborative Probing, Specific Probing, Confidence Rating.

**Befund:**

Die Nutzungsdauer der jeweiligen Kommunikationsmedien unterscheidet sich sowohl erheblich zwischen den Medien, als auch innerhalb der Testpersonen. Festnetztelefonie wird von acht Befragten an einem gewöhnlichen Tag überhaupt nicht genutzt, von einer Person hingegen acht Stunden pro Tag. Ähnlich ist es bei internetbasierter Telefonie: einige Befragte nutzen es kaum oder ein- bis zwei Mal pro Monat, was in einem sehr geringen Durchschnittswert pro Tag resultiert, andere nutzen dieses Medium beruflich nahezu einen ganzen Arbeitstag lang. Grundsätzlich lassen sich zwei Antwortstrategien feststellen: Wenn Personen ein Medium eher selten nutzen, dann geben sie entweder eine Nutzungsdauer von 0 ein oder sie brechen eine z.B. einmalige Nutzung pro Monat von 30 Minuten auf einen Tag runter und geben dann eine Nutzungsdauer von einer Minute pro gewöhnlichen Tag ein. Personen, die ein Kommunikationsmittel häufig nutzen, geben relativ grobe Stundenschätzungen ab. Diese Personen begründen dies wiederum damit, dass das nicht jeden Tag so ist, aber durchschnittlich zutrifft.

Nach der Beantwortung der Frage wurden die Befragten gebeten einzuschätzen, wie sicher Sie sich bzgl. der angegebenen Dauer sind. Die Mehrheit gibt an „sehr sicher“ oder „eher sicher“ zu sein, während drei Personen „eher unsicher“ und eine Person „sehr unsicher“ ist. Die Unsicherheit wird vor allem damit begründet, dass es sich um eine Schätzung handle (TP 2, 5, 14) bzw. damit, dass dies je nach Tag schwanken könne (TP 7).

Auf die Nachfrage, ob es bei einem der genannten Kommunikationsmittel besonders schwierig war, die Dauer der Gespräche bzw. Kommunikation einzuschätzen, wurden am häufigsten internetbasierte Textnachrichten genannt:

- „[...] also ich glaube manchmal weiß man gar nicht, wie viel Zeit man damit verbringt. Es ist schwer einzuschätzen, weil man es morgens anhat und guckt drauf bis man abends auf die Couch geht oder in den Sport. Es ist schwer das einzuschätzen.“ (TP 9)
- „Da weiß man nie so genau, wie viel man da am Tag verbringt. WhatsApp das geht ja schnell, aber die Frage ist halt...in der Summe über den Tag kann man das schwer sagen.“ (TP 5)
- „Weil ich nicht genau weiß... Gefühlt sind es 24 Stunden. Deswegen bin ich mir nicht sicher. Ich hoffe nicht.“ (TP 14)

Die meisten Befragten empfanden die Beantwortung der Frage als „sehr/eher leicht“, während vier Personen angaben, dass es „eher schwer“ gewesen sei. Dennoch war es allen Befragten möglich eine Schätzung der Nutzungsdauer anzugeben.

**Empfehlung:**

Frage: Belassen.

Antwortoptionen: Belassen.

Im Rahmen einer Online-Befragung ist es möglich, die Frage nach der Nutzungsdauer nur denjenigen Personen zu stellen, die in der revidierten Version von Frage 1 angegeben haben, das jeweilige Kommunikationsmittel zu nutzen. Darüber hinaus bietet eine Online-Befragung den Vorteil, dass das Format der Eingabe in das offene Feld besser reguliert werden kann, so dass Eingaben von Text, wie beispielsweise „Alle 2-3 Tage 0:15 Minuten“, wie von Testperson 04 eingetragen, vermieden werden können.

### Frage 3

03. Mit wie vielen verschiedenen Personen kommunizieren Sie an einem gewöhnlichen Tag über alle der genannten Medien (Festnetztelefon, Mobiltelefon, internetbasiertes Telefon, internetbasierte Textnachrichten)?

*Nur EIN Kreuz möglich!*

- 0-3 Personen
- 4-6 Personen
- 7-10 Personen
- 11-20 Personen
- 21-30 Personen
- 31 oder mehr Personen
- Kann ich nicht sagen*

#### Häufigkeitsverteilung (n=14)

Antwort	Anzahl TP
0-3 Personen	-
4-6 Personen	6
7-10 Personen	2
11-20 Personen	3
21-30 Personen	1
31 oder mehr Personen	1
<i>Kann ich nicht sagen</i>	1

#### Eingesetzte kognitive Techniken:

General/Elaborative Probing, Confidence Rating, Specific Probing.

#### Befund:

Die Frage, mit wie vielen verschiedenen Personen die Befragten an einem gewöhnlichen Tag über alle genannten Medien kommunizieren, beantworten die meisten Befragten mit „4-6 Personen“, gefolgt von „11-20 Personen“ und „7-10 Personen“. Die beiden letzten Kategorien „21-30 Personen“ und „31 oder mehr Personen“ werden jeweils von einer Person gewählt. Niemand wählt die unterste Kategorie „0-3 Personen“. Testperson 03 entscheidet sich für „Kann ich nicht sagen“. Letztendlich schwankt die Person zwischen „0-3 Personen“, wenn es ausschließlich um den privaten Bereich geht und zwischen „31 oder mehr Personen“ oder „Kann ich nicht sagen“, wenn auch Kontakte im Arbeitsumfeld dazu gezählt werden sollen.

Bei der Nachfrage, wie die Befragten bei der Beantwortung vorgegangen sind, wird eine weitere Schwierigkeit augenscheinlich, die Nutzung von Gruppen in Kommunikationsmedien wie WhatsApp.

Wie ist die Kommunikation in einer Gruppe zu zählen, in der 20-30 Teilnehmende sind, die aber nicht alle „aktive“ Kommunikationsmitglieder sind:

- „Ich habe als erstes an WhatsApp gedacht, man schreibt schon täglich irgendwas in eine Gruppe. Und sobald es eine Gruppe ist mit über 30 Personen, hat man irgendwie 30 Personen schon voll. Da habe ich jetzt an meinen Kurs oder an meine Sportmannschaft gedacht und ja, da komme ich auf viel mehr Personen sogar.“ (TP 02, Antwort: „31 oder mehr Personen“)
- „Ich habe überschlagen, mit wie vielen Leuten ich bei WhatsApp täglich schreibe und bin zu dem Schluss gekommen, dass es auch sehr variiert tagmäßig. Und dann sind mir noch die E-Mails eingefallen. Und das was die Zahl super hochgezogen hat, sind Gruppenchats. Also auf WhatsApp in irgendwelchen Gruppen - in der Fachschaft alleine sind 40 Leute in dieser Gruppe - und wenn ich da was reinschreibe, dann kommuniziere ich auch nicht nur mit einer Person. Ich habe das trotzdem runtergebrochen im dem Sinn, die, die ich auch damit anschreiben möchte. Aber ich würde eigentlich noch mit mehr Leuten kommunizieren.“ (TP 6, Antwort: „21-30 Personen“)
- „Ich habe erstmal nachgedacht, da steht ja „mit vielen verschiedenen Personen“ und dann habe ich auch WhatsApp-Gruppen und alles eingerechnet, da sind ja auch mehrere Leute drin. [Nachfrage Interviewer: Also die Gruppen auch miteingerechnet?] Ja, es schreibt zwar nicht jeder, aber trotzdem kommuniziert man ja mit mehreren Personen.“ (TP 10, Antwort: „7-10 Personen“)
- „Ich habe überlegt, dadurch dass ich am meisten über WhatsApp kommuniziere, mit wie vielen Leuten ich da an so einem normalen Tag schreibe. Dann fand ich es schwer einzuschätzen, wie das mit WhatsApp-Gruppen ist. Also irgendwelche Unigruppen, in denen dann 10-20 Leute drin sind. Wenn ich da mal was reinschreibe, ob das dann direkt so zählt, dass ich dann mit 20 Leuten an dem Tag kommuniziert habe. Aber ich habe mich dann eher so an den Einzelchats und kleineren Gruppen gehalten und bin dann auf 4-6 gekommen.“ (TP 13, Antwort: „4-6 Personen“)

Die Beantwortung dieser Frage fiel der Mehrheit der Befragten „sehr/eher leicht“ (n=11), während drei Personen angaben, dass es ihnen „eher schwer“ gefallen sei. Begründet wurde dies damit, dass die Zahl der Kommunikationspartner von Tag zu Tag schwankt und es daher nur eine Schätzung darstellt.

Eine „offene Abfrage“ ohne die Vorgabe von Antwortkategorien wäre für keine der Testpersonen einfacher zu beantworten gewesen.

### Empfehlung:

Frage: Um Unsicherheiten auf Seiten der Befragten hinsichtlich der Frage zu vermeiden, ob nur private oder auch berufliche Kontakte einzubeziehen sind, empfehlen wir, die Formulierung aus Frage 2 „sei es für die Arbeit oder für private Zwecke“ auch bei Frage 3 noch einmal in den Fragetext aufzunehmen:

**Mit wie vielen verschiedenen Personen kommunizieren Sie an einem gewöhnlichen Tag über alle der genannten Medien (Festnetztelefon, Mobiltelefon, internetbasiertes Telefon, internetbasierte Textnachrichten), sei es für die Arbeit oder für private Zwecke?**

**Antwortoptionen:**

Um heutiger Kommunikation mit vielen Personen gleichzeitig in Gruppenchats gerecht zu werden, empfehlen wir eine Erweiterung der Antwortoptionen nach oben. Zur Festsetzung der Obergrenze orientieren wir uns an einer Frage zu sozialen Kontakten aus dem ISSP 2017 Source Questionnaire "Social Networks and Social Resources (Social Networks III)"<sup>1</sup>.

0-3 Personen

4-6 Personen

7-10 Personen

11-20 Personen

21-30 Personen

31-50 Personen

51-99 Personen

100 oder mehr Personen

*Kann ich nicht sagen*

---

<sup>1</sup> ISSP Research Group (2019): International Social Survey Programme: Social Relations and Social Networks III - ISSP 2017. GESIS Data Archive, Cologne. ZA6980 Data file Version 1.0.0, doi:10.4232/1.13251

## 5 Glossar: Kognitive Techniken

---

Think Aloud	<p>Technik des lauten Denkens:</p> <p><i>„Bitte sagen Sie mir bei der folgenden Frage alles, an was Sie denken oder was Ihnen durch den Kopf geht, bevor Sie die Frage beantworten. Sagen Sie bitte auch Dinge, die Ihnen vielleicht unwichtig erscheinen. Die Frage lautet: ....“</i></p>
Comprehension Probing	<p>Nachfragen zum Verständnis, z.B.:</p> <p><i>„Was verstehen Sie in dieser Frage unter ‚einer beruflichen Tätigkeit mit hoher Verantwortung?‘“</i></p>
Category Selection Probing	<p>Nachfragen zur Wahl der Antwortkategorie, z.B.:</p> <p><i>„Sie haben bei dieser Frage angegeben, dass sie „voll und ganz“ zustimmen. Können Sie Ihre Antwort bitte begründen?“</i></p>
Information Retrieval Probing	<p>Nachfragen zur Informationsbeschaffung, z.B.:</p> <p><i>„Wie haben Sie sich daran erinnert, dass Sie in den letzten 12 Monaten [...] mal beim Arzt waren?“</i></p>
General/Elaborative Probing	<p>Unspezifisches Nachfragen, z.B.:</p> <p><i>„Können Sie mir Ihre Antwort bitte noch etwas näher erläutern?“</i></p>
Specific Probing	<p>Spezifisches Nachfragen, z.B.:</p> <p><i>„Sie haben bei dieser Frage mit ‚Ja‘ geantwortet. Bedeutet das, dass Sie bereits für Ihre Familie auf Möglichkeiten zum beruflichen Weiterkommen verzichtet haben oder dass Sie gegebenenfalls verzichten würden, dies bislang aber noch nicht getan haben?“</i></p>
Emergent Probing	<p>Spontanes Nachfragen als Reaktion auf eine Äußerung oder ein Verhalten der Testperson, z.B.:</p> <p><i>„Sie haben gerade die Stirn gerunzelt und gelacht als ich Ihnen die Antwortoptionen vorgelesen habe. Können Sie mir bitte erläutern, warum Sie das getan haben?“</i></p>
Paraphrasing	<p>Testpersonen geben den Fragetext in ihren eigenen Worten wieder:</p> <p><i>„Bitte wiederholen Sie die Frage, die ich Ihnen vorgelesen habe, noch einmal in Ihren eigenen Worten.“</i></p>
Confidence Rating	<p>Bewertung der Verlässlichkeit der Antwort, z.B.:</p> <p><i>„Wie sicher sind Sie, dass Sie in den letzten 12 Monaten [...] mal beim Arzt waren?“</i></p>