

Feldphasen bei Institutionenbefragungen: Herausforderungen und Hinweise zu ihrer Vorbereitung und Durchführung - eine Arbeitshilfe

Gandlgruber, Monika

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gandlgruber, M. (2019). *Feldphasen bei Institutionenbefragungen: Herausforderungen und Hinweise zu ihrer Vorbereitung und Durchführung - eine Arbeitshilfe*. München: Deutsches Jugendinstitut e.V.. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-90446-8>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>



Deutsches
Jugendinstitut

Monika Gandlgruber

Feldphasen bei Institutionen- befragungen.

Herausforderungen und Hinweise zu ihrer
Vorbereitung und Durchführung – eine
Arbeitshilfe

Impressum

© 2019 Deutsches Jugendinstitut e.V.

Projekt

„Jugendhilfe und sozialer Wandel –
Leistungen und Strukturen“

Nockherstraße 2
81541 München

Telefon +49 89 62306-147

Fax +49 89 62306-162

E-Mail gandlgruber@dji.de

www.dji.de

Datum der Veröffentlichung September 2019

Rechte der Veröffentlichung Deutsches Jugendinstitut e.V.

ISBN 978-3-86379-312-8

Forschung zu Kindern, Jugendlichen und Familien an der Schnittstelle von Wissenschaft, Politik und Fachpraxis

Das Deutsche Jugendinstitut e.V. (DJI) ist eines der größten sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitute Europas. Seit über 50 Jahren erforscht es die Lebenslagen von Kindern, Jugendlichen und Familien, berät Bund, Länder und Gemeinden und liefert wichtige Impulse für die Fachpraxis. Träger des 1963 gegründeten Instituts ist ein gemeinnütziger Verein mit Mitgliedern aus Politik, Wissenschaft, Verbänden und Einrichtungen der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe. Die Finanzierung erfolgt überwiegend aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und den Bundesländern. Weitere Zuwendungen erhält das DJI im Rahmen von Projektförderungen vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, der Europäischen Kommission, Stiftungen und anderen Institutionen der Wissenschaftsförderung.

Aktuell arbeiten und forschen 360 Mitarbeiter/innen (davon 225 Wissenschaftler/innen) an den beiden Standorten München und Halle (Saale).

Das Projekt "Jugendhilfe und sozialer Wandel - Leistungen und Strukturen" erhebt und analysiert seit 1992 Daten zur Situation und Entwicklung der Kinder- und Jugendhilfe

Inhalt

1	Einleitung	6
2	Adressrecherche und Auswahl	8
	2.1 Klärung der zu untersuchenden Organisationseinheit	8
	2.2 Adressrecherche	9
	2.3 Strukturierung und Pflege der Datenbank	11
3	Gestaltung der Feldphase	13
	3.1 Postalische Erhebung	13
	3.1.1 Anschreiben und Anlagen	13
	3.1.2. Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten	17
	3.1.3 Arbeitsplanung	21
	3.1.4 Besonderheiten bei Panel-Befragungen	21
	3.2 Online-Erhebung	23
	3.2.1 Anschreiben und Anlagen	23
	3.2.2 Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten	26
	3.2.3 Arbeitsplanung	30
	3.2.4 Besonderheiten bei Online-Fragebögen	31
	3.3 Vergleich postalische und Online-Befragung	32
	3.4 Häufige Rückfragen während der Feldphase	37
4	Bedeutung von Ergebnismeldung und Feldpflege	39
5	Resumée	43
6	Literatur	44
7	Abbildungen und Tabellen	46

Einleitung

Die Vorbereitung und Durchführung einer Befragung von Institutionen bzw. Organisationen birgt zahlreiche Herausforderungen. In diesem Text soll speziell der Teilbereich „Feldphase“ näher betrachtet werden. Es werden Hinweise und Erfahrungen für die Durchführung solcher Befragungen gegeben, angefangen mit der Adressrecherche und Datenbankerstellung über den Versand von Fragebögen mit den jeweiligen Besonderheiten von postalischen und Online-Befragungen bis zu ausgewählten Aspekten der Rücklaufkontrolle und Ergebnismeldung. Die Themen Fragebogenerstellung und Dateneingabe werden hier ausgeklammert.

Die Erfahrungen beruhen auf den Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel – Leistungen und Strukturen“ am Deutschen Jugendinstitut e.V. (DJI). Ziel des Projekts ist es, die Grundkonfigurationen der Kinder- und Jugendhilfe (z.B. Trägerschaft, Personal, Finanzen, Angebote, Verfahren, Hilfestellungen, Kooperationen) und deren Veränderungen empirisch abzubilden sowie die Umsetzung des SGB VIII in der Praxis zu beobachten, fachliche Entwicklungen zu beschreiben und Herausforderungen für die Weiterentwicklung der Kinder- und Jugendhilfe zu formulieren. Im Projekt werden zudem die Einflüsse gesellschaftlicher (sozialer, kultureller, regulatorischer etc.) Veränderungen auf organisationale Strukturen für die Kinder- und Jugendhilfe empirisch konkretisiert.

Das Projekt nimmt die Kinder- und Jugendhilfe auf regionaler Ebene in den Blick, weil sie dort konkret gestaltet und finanziert wird. Im Zentrum der Befragungen stehen ausgewählte Jugendämter und freie Träger aus den jeweiligen Jugendamtsbezirken aus unterschiedlichen Praxisfeldern. Um das Projektziel zu erreichen, wird eine arbeitsfeldübergreifende Perspektive eingenommen. Erst in der Zusammenschau von Entwicklungen in einzelnen Arbeitsfeldern entsteht ein Gesamtbild. Zudem werden die Perspektiven verschiedener Akteure (Leistungsgewährende, Leistungserbringende) berücksichtigt, da die Leistungen in deren Zusammenarbeit gestaltet werden. Strukturen und Einschätzungen von öffentlichen und freien Diensten und Einrichtungen sowie Adressatinnen und Adressaten werden dabei systematisch aufeinander bezogen (vgl. Gadow u.a. 2013).

Dafür wurden seit Beginn des Projekts im Jahr 1992 insgesamt 30 quantitative postalische und 7 Online-Befragungen bei verschiedenen Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe durchgeführt, darunter bundesweite Vollerhebungen, Stichprobenerhebungen und auch gemischte Befragungen (online/postalisch; Stichprobe kombiniert mit einer regionalen Vollerhebung). Die Befragungen

sind zum Großteil als Wiederholungsbefragungen angelegt. Die komplette Abwicklung der Feldphasen aller Befragungen wurde in Eigenregie durchgeführt.

Dieser Bericht soll einen Überblick über die dabei gemachten Erfahrungen geben. Im Wesentlichen steht man bei jeder Organisationsbefragung vor ähnlichen Herausforderungen, und es erleichtert die reibungslose Durchführung einer Befragung, wenn einige Dinge im Vorfeld geregelt oder rechtzeitig vorbereitet werden.

2.

Adressrecherche und -auswahl

In diesem Bericht werden ausschließlich Erfahrungen mit schriftlichen Befragungen geschildert. Daher beschränkt sich die Beschreibung der Adressrecherche auf Post- und E-Mail-Adressen. Aspekte, die bei Face-to-Face- oder telefonischen Befragungen eine Rolle spielen, wie z.B. die Terminfindung oder die Recherche nach teilnahmebereiten Ansprechpersonen, werden hier ausgeklammert.

2.1 Klärung der zu untersuchenden Organisationseinheit

Zu Beginn einer Befragung – idealerweise bereits vor Erstellung des Fragebogens – sollte die Untersuchungseinheit genau definiert werden. Es müssen verschiedene Entscheidungen getroffen werden, um die Adressen möglichst gut auswählen zu können. Wie viele Organisationen will man befragen (Vollerhebung/Stichprobe)? Welche Art von Organisationen will man befragen (groß/klein, Trägerschaft gleich/unterschiedlich, Hauptsitz/Außenstelle, etc.)? Welchen Ansprechpartner für die Organisation wählt man (z.B. Leitung/Mitarbeiter/Team/Alter/Funktion) (vgl. Mamier u.a. 2003, S. 311 ff.)? Welche Einheit der Organisation will man befragen?

Je genauer man diese Punkte im voraus definiert hat, desto besser können die Ergebnisse der Adressrecherchen werden. Wenn man übergeordnete Organisationen um Adressen bittet, sollte man diese Punkte möglichst genau formulieren, um von allen vergleichbare Adressen zu bekommen und nicht beispielsweise in einem Bundesland die Adressen aller Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit, in einem anderen Bundesland dagegen nur die von großen Jugendzentren. Oder beispielsweise bei einer Befragung von Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung: Will man nur die jeweilige Stamm-Einrichtung befragen oder auch die einzelnen Außenwohngruppen? Den Adressen sieht man im Einzelnen meistens nicht an, was genau dahintersteckt, wie groß das Haus ist und welchen konzeptionellen Ansatz die Einrichtung verfolgt.

Bei Kindertageseinrichtungen scheint das noch einigermaßen übersichtlich. Es gibt beim Großteil der Einrichtungen ein oder mehrere Gruppen in einem Raum oder Haus mit fester Adresse. In der offenen Kinder- und Jugendarbeit

zum Beispiel ist das Feld viel differenzierter und reicht vom Abenteuerspielplatz bis zum großen Jugendzentrum mit Räumlichkeiten von mehreren hundert Quadratmetern Fläche. Übergeordnete Organisationen wie z.B. Landesjugendämter oder Landesverbände können das für einzelne Handlungsfelder besser kategorisieren.

Selbstverständlich sollten Rückfragen von den angefragten Organisationen auch wieder zu einer kritischen Betrachtung der Definition der Erhebungseinheit führen, vor allem, wenn Aspekte auftauchen, die man bisher nicht bedacht hat, die die Befragung aber entscheidend erschweren oder verzögern könnten. Wenn man z.B. selbstverwaltete Jugendräume oder Bauwägen befragen will, die oft keinen Briefkasten bzw. keine Postadresse haben oder die den Fragebogen sowieso an die Jugendpflegerinnen und -pfleger der Gemeinden weiterleiten würden, bietet es sich an, direkt die Jugendpflegerinnen und -pfleger der Gemeinden zu recherchieren.

2.2 Adressrecherche

Je nachdem, in welcher Region und Größenordnung (z.B. bundesweit oder in einem Bundesland oder Landkreis) oder in welchem Handlungsfeld man suchen muss, trifft man auf unterschiedliche Herausforderungen. Die Auswahl und Recherche von Adressen kann sehr zeitaufwändig und eine große Herausforderung sein, deren Bewältigung bildet aber eine entscheidende Grundlage für die Qualität einer Studie.

Die Adressen der meisten Institutionen sind im Internet grundsätzlich öffentlich zugänglich. Wenn man im Zuge der Adressrecherche keine personenbezogenen Daten erhebt, müssen in der Regel zu diesem Zeitpunkt noch keine Fragen des Datenschutzes beachtet werden. Werden E-Mail-Adressen recherchiert, enthalten diese aber in vielen Fällen den Namen der entsprechenden Ansprechperson. Schwieriger wird es auch, wenn man (übergeordnete) Organisationen um Adresslisten bittet, da die dort jeweils vorliegenden Listen unterschiedlich detailliert sein können und unter Umständen auch personenbezogene Daten enthalten. Immer öfter werden Nachfragen selbst nach reinen Adresslisten mit der Begründung auf den Datenschutz abgelehnt.¹ Daher sollte man sich bereits im Vorfeld der Adressrecherche Gedanken machen, was man genau mit den Adressen machen wird, wofür sie erhoben werden, wie sie bearbeitet werden, wer Zugang zu den Adressen bekommt, wie detailliert sie sein müssen (Namen, E-Mail-Adressen) und warum. Diesen Fragen wird man im

¹ Eine Nachfrage nach Adressen von Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung wurde Ende 2018 z.B. von zwei Regierungsbezirken in Bayern mit der Begründung abgelehnt, dass aufgrund der EU-Datenschutzgrundverordnung ohne explizites Einverständnis der Einrichtungen keine Adressen mehr herausgegeben werden dürfen, bzw. aufwändig die Erlaubnis dafür eingeholt werden muss. Dabei wird in der Verordnung einerseits nur der Umgang mit personenbezogenen Daten geregelt (<https://www.datenschutz-grundverordnung.eu/>), und andererseits boten die Bezirke öffentlich einsehbar (bspw. auf <http://www.reko-ostbayern.de/>) eine vollständige Liste mit Namen, Orten, E-Mail-Adressen, Internet-Adressen, Platzzahl etc. aller Einrichtungen an, allerdings ohne Straßennamen.

Zuge der Recherche begegnen und je eindeutiger man sie beantworten kann, desto größer sind die Chancen, Adresslisten zu Verfügung gestellt zu bekommen. Sobald personenbezogene Daten erfasst werden, gilt die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Im Verlauf der Feldphase werden weitere Fragen zum Datenschutz relevant, auf die in den folgenden Kapiteln jeweils eingegangen wird (vgl. Kap. 2.3, 3.1.1, 3.2.1)

Es gibt zwei Wege, die erforderlichen Adressen zu erhalten: kaufen oder selbst recherchieren. Wenn es die Möglichkeit und die finanziellen Mittel gibt, eine Adressdatei zu kaufen (z.B. bei statistischen Landesämtern oder kommerziellen Anbietern²), muss man verschiedene Aspekte klären: Sind die nötigen Informationen enthalten, um sichergehen zu können, dass sie der Definition der Untersuchungseinheit entsprechen? Wie aktuell sind sie? Woher stammen die Adressen? Wie vollständig sind sie? In Bezug auf die Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ wurde bisher immer entschieden, selbst zu recherchieren, da entweder keine Adressdateien verfügbar oder diese nicht so aufbereitet waren, dass sie für den Zweck der Befragung geeignet gewesen wären.

Erfahrungsgemäß müssen die Adressen aus unterschiedlichen Quellen recherchiert werden. Beginnen kann man mit Recherchen und Nachfragen bei übergeordneten Organisationen (z.B. bei Landesjugendringen für die Befragung von Kreis- und Stadtjugendringen), Landesjugendämtern oder Online-Datenbanken. Datenbanken sind meist eher für einzelne Bundesländer (teilweise zu speziellen Themen) zu finden oder auf Kreisebene. Je nach Art der Institution oder je nach Bundesland/Kreis sind die Adressen unterschiedlich gut gepflegt und ihre Vollständigkeit variiert ebenfalls.

Beispielsweise werden die Adressen der Kinderbetreuungseinrichtungen auf den Seiten der Städte und Landkreise deutlich aktueller gehalten, als die Adressen der Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit. Je privater eine Adresse ist (z.B. muss mancher Jugendverband als Ansprechadresse eine Privatadresse angeben), desto weniger ist sie auf öffentlich zugänglichen Listen zu finden.

Eine wichtige Recherchequelle für unsere Zielgruppen sind die Internetseiten der Landkreise und Städte. Manchmal ist es auch erforderlich, auf die Internetseiten der kreisangehörigen Gemeinden zu schauen, wenn auf der Seite des Landkreises keine Adressen zu finden sind. Damit ist ein großer Zeitaufwand verbunden. Und auch diese oft recht aktuell erscheinenden Seiten sind manchmal veraltet, so dass man nach dem Versand des Fragebogens die Rückmeldung bekommen kann, dass es diese Einrichtung seit Jahren nicht mehr gibt.

2 Adressen im gemeinnützigen Bereich sind wenig attraktiv für kommerzielle Anbieter, deshalb scheint oft die nötige Qualität nicht gegeben. Es ist schwer zu beurteilen, wie aktuell und wie vollständig die Adressen sind.

Die Recherche sollte zudem nicht zu lange vor dem Start der Befragung stattfinden, damit laufende Veränderungen so gering wie möglich gehalten werden (z.B. Wechsel der Jugendamtsleitung, Schließung von Jugendräumen etc.). Je aktueller die Adressen sind, desto weniger Postrückläufer hat man. Bei zu vielen fehlerhaften Aussendungen besteht das Risiko, dass man nachträglich Art und Umfang der Stichprobe anpassen muss.

Eine besondere Herausforderung kann die Recherche von E-Mail-Adressen in Ämtern darstellen. Auf vielen Seiten von Städten und Landratsämtern gibt es nur Kontaktformulare für Anfragen per E-Mail, was bei einer Online-Befragung nicht funktioniert. Es scheint aber bei einer Organisationsbefragung zumindest nicht entscheidend zu sein, E-Mail-Adressen konkreter Ansprechpartner zu finden. Im Gegenteil, die Teilnahmequote war teilweise sogar geringfügig höher, wenn Arbeitseinheiten allgemein angeschrieben wurden z.B. `pflgekindehilfe@stadtxy.de` oder `jugendring@kreisxy.de`. Ein weiterer Vorteil ist die vermutlich längere Beständigkeit solcher E-Mail-Adressen, da sie unabhängig von Personalwechseln sind.

Am Ende jeder Recherche wird immer ein gewisser Anteil an Adressen enthalten sein, der nicht der definierten Untersuchungseinheit entspricht. Das lässt sich aber oft nur im Laufe der Befragung feststellen. Daher ist es für beide Seiten, also für Befragende und Befragte, sinnvoll, gleich zu Beginn des Fragebogens Filterfragen zu setzen, die das weitere Ausfüllen des Fragebogens von nicht den Auswahlkriterien entsprechenden Untersuchungseinheiten verhindern und den Ausfüllenden Zeit und Arbeit ersparen. Wenn man z.B. ausschließlich Kitas mit Gruppen für 3- bis 6-Jährige befragen will, sollte man gleich zu Beginn mit einer Frage nach dem Alter der Kinder reine Hortgruppen oder reine Krippen herausfiltern.

2.3 Strukturierung und Pflege der Adressdatenbank

Die Verwaltung der Adressen, eine eventuelle Stichprobenziehung und die Organisation der Feldphase kann mit der Anlage einer Adressdatenbank vereinfacht und systematisiert werden. Es sollten alle für die Definition der Untersuchungseinheit wichtigen Felder enthalten sein. Das können neben den typischen Adressfeldern (Institution, Name, Straße, Postleitzahl, E-Mail, etc.) auch das Bundesland, die Kategorisierung der Einrichtung, eine Fallnummer oder die Kreiskennziffer (bzw. Gemeindegemeinschaftsschlüssel) sein. Wenn geplant ist, den Ausfüllenden eine Rückmeldung in Form von Dankeschreiben oder Ergebnismeldungen zu geben, empfehlen sich auch Felder für Namen und Titel der Ausfüllenden, vorausgesetzt diese Angaben werden abgefragt. Dabei muss beachtet werden, dass die personenbezogenen Daten wieder aus der Datenbank gelöscht werden müssen, sobald sie für den Zweck verwendet wurden, für den

eine Einwilligungserklärung vorliegt (vgl. Kapitel 3.1.1) oder die Betroffenen das wünschen.

Für die Abwicklung der Feldphase und die Erfassung des Rücklaufs sollte die Datenbank Felder für das Versanddatum, für den Eingang des ausgefüllten Fragebogens, für den Versand eventueller Erinnerungsschreiben oder auch für Absagen enthalten. Werden diese Felder ausgefüllt, sobald der Fragebogen eingeht oder z.B. eine Absage kommt, können diese Adressen für den Versand eines Erinnerungsschreibens herausgefiltert werden. Zusätzlich empfiehlt sich ein Feld für Kommentare. Darin können z.B. Gründe für Absagen, angekündigte baldige Adressänderungen, Meldungen über eine spätere Abgabe des Fragebogens oder Inhalte von Anrufen und Nachfragen bzw. Probleme erfasst werden, die entweder aus organisatorischen Gründen wichtig sind oder auch in die spätere Auswertung einfließen können.

Über die Erfassung des Rücklaufs und die Möglichkeit der Sortierung nach den Auswahlkriterien der Untersuchungseinheit kann später eine eventuell nötige Nachsteuerung erfolgen und z.B. versucht werden, den Rücklauf in einzelnen Bundesländern oder in bestimmten Kategorien der Untersuchungseinheit durch Erinnerungsschreiben gezielt zu erhöhen (vgl. Kap. 3.1.2 und 3.2.2). Zudem erlaubt die Anlage einer Datenbank, in der wichtige Merkmale oder Kategorisierungen erfasst sind, eine Non-Response-Analyse der Organisationen, die den Fragebogen nicht ausgefüllt haben.

Die Anlage einer Adressdatenbank mit Erfassung des Rücklaufs ist auch hilfreich, wenn eine spätere Wiederholungsbefragung geplant ist, mit dem Ziel, einen hohen Panel-Anteil zu erhalten. Bei Wiederholungsbefragungen werden die Organisationen, die bereits an einer vorhergehenden Befragung teilgenommen haben, wieder befragt, um eine längsschnittliche Perspektive zu erhalten. Diese Adressen sind also bei der erneuten Befragung gesetzt und werden gegebenenfalls um weitere ergänzt, entsprechend der gewünschten Gesamtanzahl. Da je nach zeitlichem Abstand zur Erstbefragung die Adressen komplett neu recherchiert werden müssen, um auch inzwischen neu gegründete Organisationen zu erfassen, muss die neue Adressdatei mit den bereits erfassten Adressen der Erstbefragung abgeglichen werden. Dieser Teil des Adressabgleichs ist sehr zeitaufwändig, da sich auch bei Organisationen Adressänderungen ergeben, etwa durch Umzüge oder Namensänderungen, die es erschweren, Dubletten zu erkennen bzw. für den Längsschnitt die Organisationen zu identifizieren, die bei der Erstbefragung bereits teilgenommen haben.

Gestaltung der Feldphase

Die Feldphase muss sowohl bei einer postalischen als auch bei einer Online-Befragung gut und rechtzeitig vorbereitet werden. Viele Institutionen werden zunehmend mit Befragungen konfrontiert. Daher ist es wichtig, mit der Befragung auch auf die Interessen der Befragten einzugehen und diese davon zu überzeugen, warum eine Beantwortung auch für die Befragten von Vorteil sein kann. Es sind bereits im Vorfeld Genehmigungen oder Empfehlungsschreiben einzuholen und man sollte den Feldzugang vorbereiten und in einschlägigen Publikationsorganen des entsprechenden Feldes auf die Erhebung aufmerksam machen (z.B. in Newslettern, Zeitschriften). Da dabei oft viele externe Personen eingebunden werden, ist der zeitliche Vorlauf ausreichend zu berücksichtigen. Im Folgenden wird ein grundsätzliches Vorgehen beschrieben, unterschieden nach postalischer und Online-Befragung.

3.1 Postalische Erhebung

3.1.1 Anschreiben und Anlagen

Zuerst stellt sich die Frage, wen man genau ansprechen will. Hat man persönliche Ansprechpartner oder adressiert man die Institution allgemein oder evtl. eine bestimmte Abteilung? Wenn man an konkrete Namen adressiert, sollte man sichergehen, dass sie aktuell sind. Ansonsten besteht die Gefahr, dass die Anschreiben entsorgt oder z.B. in andere Abteilungen nachgeschickt werden. Es sollte in jedem Fall die Institution an erster Stelle genannt werden.

Als Mindestinhalt eines Anschreibens empfehlen sich folgende Aspekte, auf die im Anschluss teilweise näher eingegangen wird:

- Beschreibung von Projekt und Auftraggeber
- Beschreibung von Zweck und Inhalt der Befragung
- Aussagen zum Datenschutz
- Information zur Rückmeldung der Ergebnisse
- Hinweis auf die Freiwilligkeit der Teilnahme
- Frist für die Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens
- Link auf die Homepage, die ausführlichere Infos zur Befragung enthält
- alle Ansprechpersonen mit Telefonnummer und E-Mail

Nach einem einleitenden Satz und einer kurzen Darstellung von Projekt und Auftraggeber folgt eine Beschreibung von Zweck und Inhalt der Befragung, die auch damit motivieren kann, dass durch die Teilnahme an der Befragung an einer Weiterentwicklung des Feldes mitgewirkt und eigene Erfahrungen eingebracht werden können. Gegebenenfalls, vor allem wenn das Feld sehr heterogen ist, kann man potentielle Schwierigkeiten beim Ausfüllen thematisieren und warum der Fragebogen nicht für jeden gleichermaßen passen kann, aber dennoch ausgefüllt werden sollte.

Sehr wichtig ist die Zusicherung der Anonymität in Bezug auf die Auswertung und Ergebnisdarstellung und die Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen. Es muss deutlich gemacht werden, dass trotz des vermeintlichen Widerspruchs durch die Abfrage von Adressdaten in der Ergebnisdarstellung keine Einrichtung einzeln erkennbar sein wird, keine Daten an Dritte weitergegeben werden und wofür diese Daten in Bezug auf Auswertung (z.B. Kontaktaufnahme bei Rückfragen, Erstellung der Rücklauftabelle, Zuordnung zu Landkreisen, Städten und Bundesländern und damit auch Überprüfung der Repräsentativität der Ergebnisse) und Rücklaufmanagement (z.B. Versand von Dankes- und Erinnerungsschreiben) benötigt werden. Werden personenbezogene Daten abgefragt, muss die Einwilligung dafür gemäß DSGVO grundsätzlich explizit unter Erläuterung des gesamten Vorhabens und des Umgangs mit den Daten eingeholt werden. Diese Einwilligung muss von den Betroffenen unterzeichnet werden, um sie zu dokumentieren.

Jeder teilnehmenden Organisation wird nach Auswertung der Studie eine Ergebnisrückmeldung zugesandt (vgl. Kap. 3.5). Vor allem die Möglichkeit, eine Ergebnisrückmeldung zu erhalten, ist ein überzeugendes Argument für die Teilnehmenden, warum der Rücklauf nicht gänzlich anonym durchgeführt werden kann. Dadurch werden zum einen die Ergebnisse verbreitet, zum anderen wird klar, dass der Forschungszweck letztendlich dem befragten Feld dienen soll und es von seiner Mühe und Mitarbeit profitieren kann.

Im Anschreiben muss zudem ein Datum genannt werden, bis zu dem der ausgefüllte Fragebogen spätestens zurückgesandt werden sollte. Die Dauer bis zum Ablauf dieser ersten Frist richtet sich idealerweise nach dem Umfang des Fragebogens, nach der Anzahl der beteiligten Personen, nach dem Arbeitsaufwand für Recherchen und nach dem Zeitpunkt der Befragung. In der Regel liegt sie zwischen vier und acht Wochen. Dabei zu berücksichtigen sind auch Ferienzeiten oder Zeiten, in denen oft große Arbeitsmengen bewältigt werden müssen.

Zuletzt folgt noch ein Link auf die Projekt-Homepage, auf der weitere Informationen zur Befragung zu finden sind, und für Rückfragen die Namen, Telefonnummern und E-Mail-Adressen aller Ansprechpersonen.

Folgende Anlagen werden dem Anschreiben in der Regel beigelegt:

- Empfehlungsschreiben des für die Befragten übergeordneten Akteurs (Landesverband, Spitzenverbände, Ministerium, in Einzelfällen Stadt/Landkreis etc.)
- Aufklärung zum Datenschutz
- Fragebogen
- Frankierter und adressierter Rücksendeumschlag

Es ist förderlich für die Ausfüllbereitschaft der angeschriebenen Institutionen, wenn die Befragung von einer übergeordneten Organisation empfohlen wird. Bei einer Jugendamtsbefragung z.B. sollte ein Empfehlungsschreiben der kommunalen Spitzenverbände beigelegt werden. Gehören die Untersuchungseinheiten unterschiedlichen Verbänden an und sind diese zudem der einzelnen Adresse nicht zuzuordnen, ist es besser, die jeweiligen übergeordneten Akteure zu bitten, ihre Mitglieder direkt auf die kommende Befragung aufmerksam zu machen und um Unterstützung zu bitten, z.B. über Newsletter oder Rundschreiben.

In Einzelfällen kann es nötig sein, regionale Empfehlungen oder Genehmigungen einzuholen, z.B. bei einzelnen Städten für deren eigene Kindertageseinrichtungen, die teilweise nur an im Vorfeld abgesprochenen Befragungen teilnehmen dürfen. In der Regel erlangt man davon bei einer Erstbefragung aber erst durch Rückmeldungen von angeschriebenen Einrichtungen Kenntnis und muss die Genehmigung im Nachhinein einholen und evtl. dann dem Erinnerungsschreiben beilegen.

In einem gesonderten Datenschutzblatt müssen, wenn personenbezogene Daten abgefragt werden, entsprechend der DSGVO Aussagen zu Art, Umfang und Zweck der erhobenen Daten getroffen werden und es muss eine unterschriebene Einwilligungserklärung eingeholt werden. Es muss dargelegt werden, wie die Daten verarbeitet werden, wie lange und wo sie gespeichert werden, wer Zugang zu den Daten erhält und wie die Anonymität gewährleistet wird.

Ein weiterer Schritt bei der Verschickung, der auch zeitlich eingeplant werden sollte, ist das aufstempeln der Rücksendefrist, wenn auf dem Fragebogen ein Feld dafür vorgesehen wurde. Das Datum wird nicht schon beim Druck der Fragebögen aufgedruckt, weil sich das Versand-Datum aus verschiedenen Gründen verzögern kann, weil sie eventuell nicht alle zum selben Zeitpunkt verschickt werden und weil die Fragebögen, die einem späteren Erinnerungsschreiben beigelegt werden, eine andere Rücksende-Frist haben.

Es hat sich außerdem bewährt, bei Institutionenbefragungen die Fragebögen mit einer laufenden Nummer zu stempeln, damit v.a. bei umfangreichen Befragungen der Rücklauf leichter zugeordnet werden kann (vgl. auch Reuband 2014,

S. 657). Wenn für die Auswertung der Daten die Zuordnung nach Landkreisen/Städten, Regionen und Bundesländern wichtig ist, so müssen die ausgefüllten Fragebögen den Adressen in der Datenbank zugeordnet werden können. Dabei ist zu beachten, dass der nummerierte Fragebogen beim Versand bzw. beim Kuvertieren dem entsprechenden Anschreiben zugeordnet wird. Daher sollten die laufenden Nummern der Fragebögen ebenfalls auf die Anschreiben gedruckt und bei der Adresse in der Datenbank gespeichert werden. Die Reihenfolge der Sortierung von Anschreiben und Fragebogen ist also beim Kuvertieren unbedingt zu beachten. Das bedeutet, dass bereits der Ausdruck der Anschreiben sortiert nach der laufenden Nummer erfolgen sollte.

In Bezug auf die beigelegten Rücksendeumschläge ist es empfehlenswert, diese fertig mit der Rücksende-Adresse und dem „Porto zahlt Empfänger“-Stempel drucken zu lassen. Damit kann viel Zeit und unter Umständen auch Kosten gespart werden und die Umschläge sind postkonform³, so dass der Rückversand zuverlässiger zugestellt werden kann. Das Porto sollte man übernehmen, um den Teilnehmenden den Versand so einfach wie möglich zu machen und keine unnötigen Kosten zu verursachen. Die Umschläge mit dem Aufdruck „Porto zahlt Empfänger“ und dem Vermerk „(Rück)Antwort“ müssen dann beim Rückversand vom Empfänger bezahlt bzw. bei der Post abgeholt und bezahlt werden. Für die interne Abwicklung der Post ist zu beachten, dass die Rücksende-Adresse möglichst so angegeben ist, dass der Datenschutz gewahrt bleibt und nicht andere Mitglieder der eigenen Organisation die Post mit dem ausgefüllten Fragebogen öffnen. Vor dem Versand müssen diese Umschläge einmal gefaltet werden, damit sie bei Kuvertieren in den Umschlag passen.

Nach dem Versand kommen immer einige Umschläge als unzustellbar zurück. Oft lohnt es sich, diese Adressen einzeln nachzurecherchieren und ggf. den Fragebogen nochmal an die korrigierte oder auch unveränderte Adresse (wenn sie sich als „richtig“ herausgestellt hat) zu versenden. Immer wieder kommt es vor, dass die Post beim zweiten Versand trotz unveränderter Adresse zugestellt wird.

Jeder Organisation wird nach Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens ein Brief geschickt, in dem wir den Eingang des Fragebogens bestätigen und uns für die Teilnahme bedanken. Das bedeutet zwar einen zusätzlichen Zeit- und Kostenaufwand, wir sehen darin aber einen notwendigen Baustein unserer Feldpflege.

Erfahrungsgemäß treffen die ersten ausgefüllten Fragebögen wenige Tage nach dem Versand ein. Es empfiehlt sich, alle relevanten Daten zeitnah in der Datenbank zu erfassen (z.B. Adresskorrekturen, Kontaktperson, Eingangsdatum, Versand von Bestätigung/Dank). Man sollte nach allen auf dem Fragebogen

³ Die genauen Vorgaben für das Layout der Rückumschläge sind zu finden unter <https://www.deutschepost.de/de/w/werbeantwort.html>

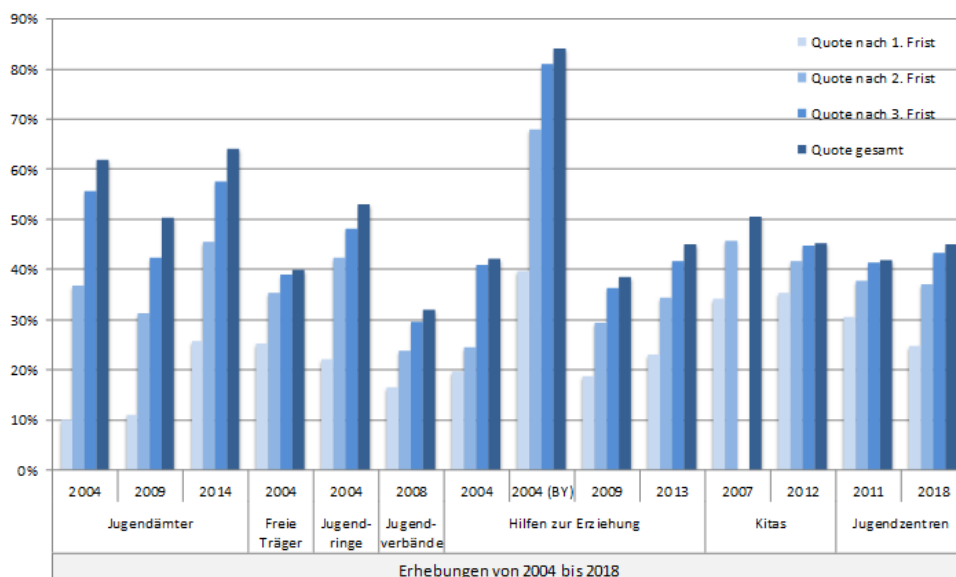
vorhandenen Merkmalen (Nummer, Postleitzahl, Name der Organisation, etc.) überprüfen, ob der Fragebogen mit der erfassten Adresse übereinstimmt. Es kommt oft vor, dass (die nummerierten) Fragebögen zur Beantwortung an die Haupt-Organisation weitergeleitet und dort dann vertauscht werden. Beispielsweise füllt die Jugendpflegerin oder der Jugendpfleger die Fragebögen für mehrere angeschriebene Jugendräume der Stadt aus oder die Fragebögen an Außenwohngruppen einer stationären Einrichtung der Hilfen zur Erziehung werden von ihrer Stammeinrichtung bearbeitet.

3.1.2 Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten

Nach dem Ablauf der ersten Frist, bis zu der im Anschreiben um Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens gebeten wird, müssen ein oder mehrere Nachfassaktionen unternommen werden. Diese können schriftlich per Post oder E-Mail oder auch telefonisch erfolgen. Bei postalischen Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ wurde immer auch postalisch nachgefasst. Die Bedeutung dieser Erinnerungsschreiben in Bezug auf die Höhe der Rücklaufquoten und verschiedene Aspekte, die dabei eine Rolle spielen, werden im Folgenden dargestellt.

Anzahl der Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten

Abb. 1: Rücklaufquoten der jeweiligen postalischen Erhebungen in Prozent nach Ablauf der Fristen



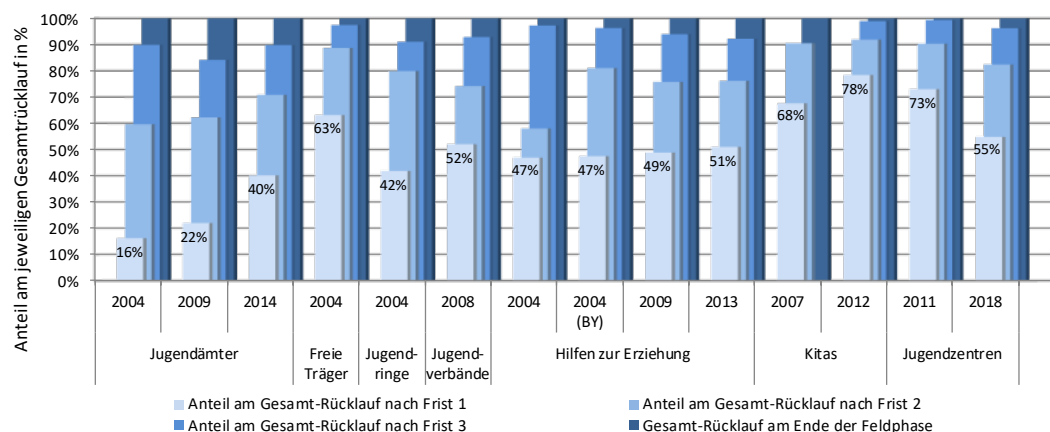
Lesebeispiel: Bei der Befragung der Jugendämter 2009 lag die Rücklaufquote nach dem Ablauf der 1. Frist bei ca. 11%, nach Ablauf der 2. Frist bei ca. 31%, nach Ablauf der 3. Frist bei ca. 42%, mit Abschluss der Feldphase wurden insgesamt 50% erreicht

Quelle: DJI - Jugendhilfe und sozialer Wandel, 2004 - 2018

Für das Ziel, einen guten Rücklauf zu erreichen, werden in der Regel zwei Erinnerungsschreiben versandt.⁴ Abbildung 1 zeigt, um wie viel die verschiedenen Erinnerungsschreiben mit jeweiliger Fristsetzung den Rücklauf steigern können.

Der erste Balken zeigt jeweils die Rücklaufquote zum Zeitpunkt des ersten Frist-Endes (plus ein paar Tage Spielraum/Postweg). Der vierte (dunkelste) Balken zeigt die am Ende erreichte Gesamt-Quote der einzelnen Befragungen, in der auch die Nachzügler enthalten sind, also die Fragebögen, die erst nach Ablauf der letzten Frist eingetroffen, aber noch in die Auswertung mit eingeflossen sind. Bei der Jugendamtsbefragung 2004 war nach Ablauf der ersten Frist eine Rücklaufquote von 10 Prozent erreicht. Die erste Erinnerung (=2. Frist) brachte dann 37 Prozent und die zweite Erinnerung (=3. Frist) knapp 56 Prozent Rücklaufquote. Unter Berücksichtigung der nachträglich noch ankommenden Fragebögen wurde schließlich eine Rücklaufquote von 62 Prozent erreicht. Im Jahr 2014 waren nach Ablauf der ersten Frist bereits 26 Prozent erreicht, nach Ablauf der dritten Frist 58 Prozent und insgesamt wurde eine Rücklaufquote von 64 Prozent erreicht.

Abb. 2: Anteil ausgefüllter Fragebögen nach Ablauf der jeweiligen Fristen, gemessen an der Gesamtzahl beantworteter Fragebögen der jeweiligen Befragung in Prozent



Lesebeispiel: Bei der Befragung von Jugendämtern 2004 sind nach dem Ablauf der 1. Frist erst 16% vom am Ende der Feldphase erreichten gesamten Rücklauf an Fragebögen eingetroffen; nach Frist 3 waren es knapp 90%

Quelle: DJI - Jugendhilfe und sozialer Wandel, 2004 - 2018

Abbildung 2 verdeutlicht, wie wichtig der Versand von Erinnerungsschreiben ist. Nach Ablauf der ersten Frist wurden in unseren Befragungen im Durchschnitt erst 50 Prozent vom letztendlich jeweils erreichten Gesamt-Rücklauf (100 Prozent⁵ jeder Befragung) erreicht. Beispielsweise bei der Jugendamtsbefragung 2004 (JA 2004) lag nach Ablauf der ersten Frist der Anteil am gesamten

4 Zur Bedeutung von Erinnerungsaktionen vgl. auch Reuband 2014, S. 654ff.

5 Die 100 Prozent entstehen mit dem letzten zurückgekommenen und noch in die Auswertung eingegangenen Fragebogen, teilweise erst einige Zeit nach Ablauf der letzten Frist. Es handelt sich hier nicht um eine Rücklaufquote. Die 100 Prozent entsprechen der (bei jeder Befragung jeweils unterschiedlichen) Gesamtzahl ausgefüllter Fragebögen.

Rücklauf nur bei 16 Prozent (s. Abb. 2), nach Ende der zweiten Frist bei 60 Prozent und nach der dritten Frist waren 90 Prozent des endgültigen Gesamtrücklaufs erreicht.

Datenbankpflege

Wichtig ist, nur diejenigen Organisationen wiederholt anzuschreiben, die tatsächlich noch nicht an der Befragung teilgenommen haben. Dafür muss der Rücklauf entsprechend in der Adressdatenbank erfasst werden. Nebeneffekt der Erinnerungsschreiben ist auch, dass Empfänger oft erst beim zweiten oder dritten Schreiben rückmelden, wenn sie nicht der richtige Ansprechpartner sind oder die Einrichtung geschlossen oder umgezogen ist. Auch die Post kommt teilweise erst dann als unzustellbar zurück. Diese Daten sind für die Errechnung der Rücklaufquoten wichtig.

Nachsteuerung des Rücklaufs durch Erinnerungsschreiben

In Abhängigkeit von der jeweiligen Untersuchungseinheit kann es nötig sein, während der Feldphase den Rücklauf in einzelnen Regionen oder nach bestimmten Kriterien zu steuern. Diese Feldsteuerung ist möglich, wenn nach bestimmten Faktoren ausgewählt werden kann bzw. diese prüfbar sind und es das Untersuchungsdesign nahelegt oder erfordert. Wenn z.B. in einzelnen Bundesländern der Rücklauf deutlich schlechter ist als in anderen, kann man dem Erinnerungsschreiben dort gezielt nochmal ein Fragebogen beilegen oder eine zusätzliche Erinnerung schicken.⁶ Bei unserer Befragung von Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit (Jugendzentren) 2018 konnte in den Bundesländern, in denen mit der zweiten Erinnerung nochmal ein Fragebogen mitgeschickt wurde, der Rücklauf nochmal um 14 Prozent gesteigert werden im Vergleich zu 7 Prozent bei den Bundesländern, die nur ein zweites Schreiben ohne Fragebogen bekommen haben. Unabhängig davon sollte in jeder Erinnerung angeboten werden, dass bei Bedarf nochmal ein Fragebogen zugeschickt wird, falls der erste nicht mehr zur Hand ist.

Dauer der Feldphasen

Will man die Rücklaufquote durch den Versand von Erinnerungsschreiben erhöhen, muss die Dauer der Feldphase insgesamt entsprechend lang eingeplant werden. Es muss abgewogen werden zwischen einer Mindestrücklaufquote, die man erreichen will, und der Zeit, die man in die Feldphase investieren kann, unabhängig davon, wie hoch die Beteiligung nach Ablauf der 1. Frist ist. Je nach

6 Je nach Anlage der Studie kann auch nach anderen mit der Adresse erfassten Kriterien nachgesteuert werden, indem man z.B. bei einer Schulbefragung nochmal extra die Gymnasien anschreibt, wenn diese im Verhältnis zu anderen Schultypen zu wenig geantwortet haben.

Größe und Zusammensetzung des befragten Feldes muss entschieden werden, welche Quote erreicht werden sollte und mit wie vielen Erinnerungen in welchen Zeitabständen man dieses Ziel innerhalb der zur Verfügung stehenden Zeit erreichen kann.

Im Vergleich zwischen den verschiedenen Befragungen lässt sich die Dauer der Feldphasen allerdings nicht direkt in Verbindung setzen mit der Höhe der Rücklaufquoten. Es gab Befragungen mit sehr hohem Rücklauf und einer relativ kurzen Feldphase (57% bei 92 Tagen bis zur letzten Frist), aber auch Befragungen mit geringerem Rücklauf trotz langer Feldphase (32% bei 137 Tagen bis zur letzten Frist). Selbst innerhalb eines Feldes kann das Verhältnis sehr unterschiedlich ausfallen wie z.B. bei den Befragungen bei Jugendzentren: 2011 dauerte die Feldphase 142 Tage und es wurde ein Rücklauf von 42 Prozent erreicht, 2018 wurden bei einer Dauer von 108 Tagen 45 Prozent erreicht. Man kann lediglich feststellen: Jede Erinnerung und damit jede Verlängerung der Feldphase erhöht die Quote dieser einzelnen Befragung.

Es gibt keine Empfehlung für eine ideale Dauer der Feldphase, da für jede Fristsetzung individuell abgewogen werden muss, ob während der Feldphase Ferienzeiten sind (während des Zeitraums einer Frist oder auch nach Ablauf einer Frist, wenn dann die Erinnerung erst nach den Ferien verschickt werden sollte), ob Vielarbeitszeiten sind (z.B. zum Jahresende), ob mehrere Personen am Ausfüllen des Fragebogens beteiligt sind (z.B. bei den Jugendämtern, wenn mehrere Abteilungen betroffen sind) oder ob der Fragebogen besonders lang ist. Die Dauer der gesamten Feldphase setzt sich aus diesen einzeln festgesetzten Fristen zusammen. Es kommt auch vor, dass nach dem Ende der ersten Frist noch über ein oder zwei Wochen täglich so viele Fragebögen zurückkommen, dass Erinnerungsschreiben erst später verschickt werden können.

Eine ausreichende Dauer der Feldphase sollte bereits in der Projektplanung berücksichtigt werden, damit anschließend noch genügend Zeit zum Codieren, Auswerten und für die Berichterstellung bleibt. Im Durchschnitt lagen bei den Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ zwischen dem ersten Versand des Fragebogens und dem Ablauf der letzten Frist ca. 121 Tage (zwischen 82 und 154 Tagen). Zwischen dem Versand des Fragebogens und dem Eintreffen des jeweils letzten Nachzüglers lagen im Durchschnitt sogar 202 Tage.

Abschließend bleibt festzustellen, dass die Höhe der Rücklaufquote nicht nur von der Dauer der Feldphasen oder der Anzahl der Erinnerungen abhängt. Vielmehr gibt es zahlreiche weitere Faktoren wie die Komplexität und Länge des Fragebogens, die Themenschwerpunkte (die z.B. unterschiedliche Aktualität oder Dringlichkeit haben), haupt- oder ehrenamtliche Strukturen, die Anzahl der Personalwechsel, die Routinen der Institutionen mit Erhebungen, den Bekanntheitsgrad der durchführenden Institution etc.

3.1.3 Arbeitsplanung

Für die Arbeitsplanung während der Feldphase sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Vor dem Kuvertieren müssen alle Unterlagen vorbereitet und ausgedruckt werden. Am Tag des Versands sollte eine dem Umfang angemessene Anzahl an Personen zur Verfügung stehen und ausreichend Platz vorhanden sein. Für das Kuvertieren von 1000 Fragebögen (incl. Druck der Anschreiben, Bestempeln der Fragebögen mit Nummer und Rücksende-Datum, Falten der Rücksende-Umschläge) muss man mit einer Arbeitszeit von ca. 16 Personenstunden rechnen, bei zusätzlichen Anlagen, die beigelegt werden (außer Anschreiben, Fragebogen und Rückumschlag) entsprechend länger.
- Direkt nach Versand der Fragebögen kommen je nach Qualität der Adressen größere Mengen an unzustellbaren Rückläufern. Es sollte möglichst zeitnah recherchiert werden, ob die Organisation geschlossen, umgezogen oder eigentlich korrekt adressiert ist. Bei denen, die nicht geschlossen sind, können die Fragebögen noch einmal an die ggf. geänderte Adresse verschickt werden.
- Ein großer Anteil der Fragebögen wird um das jeweilige Frist-Ende herum zurückgesandt. Zu diesen Zeiten sollte ausreichend Zeit zur Erfassung der eingehenden Fragebögen und evtl. zum Versand von Eingangsbestätigungen/Dankeschreiben eingeplant werden.
- Die Erinnerungsschreiben sollten nach Ablauf der Frist relativ schnell verschickt und dadurch eher vermieden werden, dass der Fragebogen nach Ablauf der Frist weggeworfen wird, wenn es zum Ausfüllen vermeintlich zu spät ist. Zu diesem Zeitpunkt sollten alle bereits eingegangenen Fragebögen erfasst sein, um Irritationen der Empfängerinnen und Empfänger zu vermeiden, wenn sie erinnert werden, obwohl sie bereits ausgefüllt haben.
- Bis mindestens eine Woche nach Versand von Fragebögen und Erinnerungsschreiben ist mit einer hohen Anzahl von Anrufen und E-Mails der Organisationen zu rechnen, die Nachfragen haben, die Einrichtung als nicht den Auswahlkriterien entsprechend oder geschlossen melden, nochmal einen Fragebogen zugesandt haben möchten etc. Die angegebenen Ansprechpersonen im Forschungsteam sollten zu diesem Zeitpunkt gut erreichbar sein. Auch gegen und kurz nach Ende jeder gesetzten Frist häufen sich Anrufe, dass noch Zeit benötigt wird, oder mit der Frage, ob es jetzt noch Sinn macht, den Fragebogen auszufüllen.

3.1.4 Besonderheiten bei Panel-Befragungen

Bei unseren Stichproben-Erhebungen⁷ werden, wenn eine Befragung derselben Zielgruppe nach einiger Zeit wiederholt wird, alle teilnehmenden Organisationen der letzten Befragung wieder angeschrieben und die Adressdatei zusätzlich

⁷ Bei Vollerhebungen ist der hier dargestellte Vergleich weniger relevant.

mit einer Zufallsauswahl aus den aktuell wieder recherchierten Adressen bis zur geplanten Gesamtanzahl der zu befragenden Institutionen aufgefüllt. Darin sind sowohl neu gegründete Organisationen enthalten, als auch Organisationen, die bei einer vorhergehenden Befragung bereits existierten, aber nicht in der Zufallsstichprobe waren, und Organisationen, die bei der vorhergehenden Zufallsauswahl der Stichprobe schon einmal gezogen und angeschrieben wurden, aber nicht geantwortet haben (s. Kap. 2.3).

Die Rücklaufquote ist bei den Organisationen, die mindestens an einer vorhergehenden Befragung teilgenommen haben, deutlich höher. Die Tabelle 1 zeigt, dass beispielsweise bei der Kita-Befragung im Jahr 2012 54 Prozent der Teilnehmer der Befragung in 2007 wieder einen Fragebogen ausgefüllt haben. Von den neu angeschriebenen Einrichtungen waren es 37 Prozent. Auch bei den Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung stehen 2009 und 2013 (nach einer Befragung in 2004) 51 bzw. 58 Prozent bei den „Wiederholern“ lediglich 27 bzw. 33 Prozent Rücklaufquote⁸ von neuen Teilnehmern gegenüber, ähnlich ist es bei der Befragung von Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit (Jugendzentren) 2018.

Tab. 1: Rücklaufquoten bei Wiederholungsbefragungen, unterschieden in frühere Teilnehmer und neu gezogene Einrichtungen

	Hilfen zur Erziehung			Kitas		Jugendzentren	
	2004	2009	2013	2007	2012	2011	2018
Rücklaufquote bei allen früheren Teilnehmern	/	51%	58%	/	54%	/	59%
Rücklaufquote bei allen neu gezogenen Adressen	/	27%	33%	/	37%	/	38%
Rücklaufquote gesamt	42%	39%	45%	51%	45%	42%	45%

Quelle: DJI - Jugendhilfe und sozialer Wandel, 2004 - 2018

Der Grund für die erhöhte Teilnahmebereitschaft könnte zum einen sein, dass diejenigen, die bereits einmal geantwortet haben, grundsätzlich eine höhere Teilnahmebereitschaft zeigen. Ein Teil lässt sich aber vielleicht auch dadurch erklären, dass die Einrichtungen aus der vorhergehenden Befragung einen Nutzen für sich gezogen haben. Immer wieder wird uns rückgemeldet, dass das Ausfüllen des Fragebogens Anregungen für die tägliche Arbeit geliefert hat, Vorgehensweisen überdacht wurden, neue Ideen generiert wurden. Idealerweise verdeutlicht der zugesandte Ergebnisbericht auch den Sinn und Zweck der Befragung und liefert Erkenntnisse für die eigene Arbeit.

Nicht zuletzt deshalb ist ein Panel- und Querschnittsvergleich der zurückgesandten Fragebögen mit der Grundgesamtheit wichtig, um Verzerrungen in der Stichprobe auszuschließen.

8 Diese Rücklaufquoten liegen allerdings dennoch über den Quoten vergleichbarer Befragungen von Organisationen, bei denen die Feldphase anders organisiert wurde (vgl. Kapitel 4)

3.2 Online-Erhebung

Mit Online-Erhebung sind im Folgenden web-basierte Erhebungen gemeint. Dabei handelt es sich um einen Fragebogen, der als HTML-Formular auf einem Web-Server zugänglich gemacht und direkt dort ausgefüllt wird. Das heißt, die Ergebnisse werden direkt in einer Datenbank auf dem Server erfasst. In diesem Text wird nicht auf Befragungen eingegangen, bei denen die Fragebögen per E-Mail verschickt werden und die Fragen durch Ausfüllen von Formularen in E-Mails oder PDF-Dokumenten beantwortet und zurückgemailt werden (vgl. Weber/Brake 2005, S. 64-65).

3.2.1 Anschreiben und Anlagen

Bei der Recherche von E-Mail-Adressen für Online-Befragungen empfiehlt es sich, möglichst zeitnah vor Beginn der Erhebung zu recherchieren. E-Mail-Adressen wechseln häufiger als Post-Adressen, vor allem, wenn es persönliche Adressen von Ansprechpersonen sind und nicht allgemeine Kontakt-Adressen von Institutionen oder Abteilungen. Außerdem werden E-Mails oft nicht an Nachfolger/innen weitergeleitet, wie es bei Briefen in Institutionen häufig der Fall ist, und kommen als unzustellbar zurück. In Bezug auf die Rücklaufquote scheint es ohnehin vorteilhaft, eher abteilungs- oder funktionsbezogene E-Mail-Adressen anzuschreiben, wie z.B. pflagekinderhilfe@stadtxy.de (vgl. Kapitel 2.2).

Vor dem Versand eines Links zum Online-Fragebogen sollte immer maximal eine Woche vorher eine E-Mail mit der Ankündigung der Befragung und ausführlichen Informationen versandt werden. Diese hat u.a. den Zweck, die recherchierten Adressen zu überprüfen. Alle E-Mails, die unzustellbar sind, können dann noch einmal recherchiert oder auf Fehler überprüft werden. Außerdem besteht damit eine Chance, die Empfänger von der Seriosität der Studie und der Absender zu überzeugen, sich von Massen-Umfragen mit kommerziellen Absichten abzugrenzen und die Organisationen zur Teilnahme zu motivieren (vgl. auch Wagner/Hering 2014, S. 663).

In der Ankündigungs-Mail sollten folgende Aspekte mindestens enthalten sein, auf die im Anschluss teilweise näher eingegangen wird:

- Beschreibung von Projekt und Auftraggeber
- Beschreibung von Zweck und Inhalt der Befragung
- deutlicher Hinweis, dass es sich um eine Vorankündigung handelt
- Aussagen zum Datenschutz
- Hinweis auf die Freiwilligkeit der Teilnahme
- Information zur Rückmeldung der Ergebnisse
- Die Bitte, ggfs. die richtige Ansprechadresse mitzuteilen

- Link auf die Homepage mit Infos zur konkreten Befragung
- alle Ansprechpartner mit Telefonnummer und E-Mail für Rückfragen
- Anhang 1: Empfehlungsschreiben des für die Befragten übergeordneten Akteurs, falls vorhanden
- Anhang 2: PDF-Version des angekündigten Online-Fragebogens

Im Wesentlichen handelt es sich also um dieselben Inhalte wie für die bereits in Kapitel 3.1.1 beschriebenen Anschreiben einer postalischen Befragung. Zusätzlich wichtig ist auf jeden Fall ein deutlicher Hinweis, dass es sich hierbei um eine Vorankündigung handelt, dass der angehängte PDF-Fragebogen nur zur Orientierung dient und dass der Link zur Online-Befragung in einigen Tagen versandt wird. Außerdem bitten wir immer, uns die richtigen E-Mail-Adresse zu nennen, falls der/die Empfänger/in nicht die richtige Ansprechperson für unser Anliegen ist. Verwendet man E-Mail-Adressen mit Namen von Personen, muss man aus Datenschutzgründen um Erlaubnis bitten, wenn diese Adresse für weitere Kontakte verwendet werden soll. Bei Verwendung nicht personenbezogener Adressen gilt die DSGVO nicht.

Im Anhang wird zum einen – falls vorhanden - ein Empfehlungsschreiben des für die Befragten übergeordneten Akteurs (Landesverband, Spitzenverbände, Ministerium, in Einzelfällen Stadt/Landkreis etc.) verschickt und zum anderen eine PDF-Version des Online-Fragebogens, damit sich die Empfänger/-innen vorab über Inhalt und Umfang informieren, ggf. Daten recherchieren und auch Vorgesetzte oder Kollegen informieren können. Man kann auch im PDF mit Wasserzeichen o.ä. darauf hinweisen, dass dieser nicht ausgefüllt werden sollte, sondern demnächst ein Link zur Befragung folgen wird.

Parallel dazu kann man auch übergeordnete Organisationen oder Verbände um Unterstützung bitten, auf ihren Plattformen und in Newslettern zu informieren und für die Befragung zu werben.

Ungefähr eine Woche nach Versand der Ankündigungs-Mail folgt dann die E-Mail mit dem Link zur Online-Befragung mit folgenden Inhalten:

- Kurzer Bezug auf die Ankündigungs-E-Mail
- Personalisierter und passwortgeschützter Link zum Online-Fragebogen
- Hinweise zum Ausfüllen bzw. zur Bearbeitung
- Hinweis zur Möglichkeit eines Ausdrucks des Fragebogens am Ende
- Frist für das späteste Ausfüllen bzw. Abschicken des Fragebogens
- Aussagen zum Datenschutz
- Hinweis auf die Freiwilligkeit der Teilnahme
- Information zur Rückmeldung der Ergebnisse
- Link auf die Homepage mit Infos zur Befragung
- alle Ansprechpersonen mit Telefonnummer und E-Mail für Rückfragen

Die technischen Details zur Generierung der personalisierten Links zum Online-Fragebogen sind abhängig von der Software, die zur Erstellung des Fragebogens genutzt wird. Wichtig ist aber immer, dass dieser Link jeweils nur für eine Organisation gilt bzw. dass jeder angeschriebenen E-Mail-Adresse ein individueller Link zugeschickt wird. So kann sichergestellt werden, dass nur diejenigen an der Erhebung teilnehmen, die auch angeschrieben wurden, und dass keine Organisation mehrfach teilnimmt. Nur damit ist auch eine Fortsetzung der Bearbeitung nach einer Unterbrechung möglich, da quasi zu jedem Link ein bestimmter Fragebogen auf dem Server abgespeichert und wieder aufgerufen wird. Bei der Link-Erstellung sollten auch die Möglichkeiten der jeweiligen Software genutzt werden, diese mit Passwörtern zu schützen. Man sollte unbedingt immer deutlich darauf hinweisen, dass es sich um einen personalisierten Link handelt, der nicht weitergeschickt werden soll, da er für genau diese Organisation gilt. Ansonsten kann der bereits ausgefüllte Fragebogen von anderen überschrieben werden oder die Antworten von anderen Empfängern gelesen werden. Falls es für die Befragung Sinn macht, kann man anbieten, interessierten weiteren Organisationen einen eigenen Link zuzusenden.

In Bezug auf die Bearbeitung sollte man auf die Möglichkeit hinweisen, dass das Ausfüllen jederzeit unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt mit demselben Link fortgesetzt werden kann. Das ist insbesondere bei längeren Fragebögen wichtig, da nicht jeder die Zeit hat, einen langen Fragebogen am Stück auszufüllen. Außerdem ermöglicht es die Recherche von abgefragten Informationen. Dafür muss deutlich gemacht werden, dass man nach einer Unterbrechung nicht wieder von vorne anfangen muss. Auch ein Hinweis auf die voraussichtliche Ausfüllzeit kann gegeben werden, je nach Dauer kann das im Vorfeld aber auch abschreckend wirken. Für viele ist auch die Möglichkeit wichtig, den ausgefüllten Fragebogen am Ende für die eigenen Unterlagen oder zur Vorlage für Vorgesetzte ausdrucken zu können.

Bei der Festsetzung der Dauer der Abgabe-Frist muss wie auch bei der postalischen Befragung abgewogen werden zwischen einer Mindestrücklaufquote, die man erreichen will, und der Zeit, die man in die Feldphase investieren kann. Je nach Größe und Zusammensetzung des befragten Feldes muss entschieden werden, welche Quote erreicht werden sollte und mit wie vielen Erinnerungen in welchen Zeitabständen man dieses Ziel innerhalb der zur Verfügung stehenden Zeit erreichen kann. Nach unseren Erfahrungen können die Fristsetzungen bei Online-Erhebungen kürzer sein, als bei postalischen Erhebungen (vgl. Kap. 3.2.1). Zum einen sind die Online-Fragebögen in der Regel kürzer und damit weniger zeit- und arbeitsaufwändig, zum anderen sind zu lange Fristen mit dem Risiko verbunden, dass die E-Mail im Postfach immer weiter nach unten rutscht und schneller in Vergessenheit gerät.

Sowohl in der Ankündigung, als auch im folgenden Anschreiben sollten Links auf die Projekt-Homepage mit ausführlichen Informationen zur Befragung enthalten sein. Wenn man die E-Mails ohne Anhänge verschicken will, kann man

auf der Homepage auch eine PDF-Version des Fragebogens oder ein Empfehlungsschreiben zum Download anbieten.

Bei der Versendung der E-Mails kann es vorkommen, dass für eigentlich aktuelle E-Mail-Adressen Unzustellbarkeits-Meldungen zurückkommen, teilweise erst mehrere Tage nach dem Versand. Die Vermutung ist, dass manche Firewalls „Massenmails“ abblocken, möglicherweise auch wegen des PDF-Anhangs. Manchmal funktioniert es, die E-Mail noch einmal einzeln zu verschicken. Grundsätzlich ist es empfehlenswert, im Vorfeld der Befragung die Vorgehensweise mit den IT-Verantwortlichen der eigenen Organisation abzusprechen.

3.2.2 Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten

Nach dem Ablauf der ersten Rücksende-Frist müssen wie auch bei postalischen Befragungen ein oder mehrere Nachfassaktionen unternommen werden. Bei den Online-Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ wurde immer ausschließlich per E-Mail nachgefasst. Die Bedeutung dieser Erinnerungsschreiben in Bezug auf die Höhe der Rücklaufquoten und verschiedene Aspekte, die dabei eine Rolle spielen, werden im Folgenden dargestellt.

Anzahl der Erinnerungsschreiben und Rücklaufquoten

Bei den Online-Erhebungen zeigt sich ebenfalls, wie wichtig die Erinnerungsschreiben sind, um höhere Rücklaufquoten zu erzielen. Der Vorteil im Vergleich zu postalischen Erhebungen ist hier, dass man ohne großen Aufwand den Link zur Befragung in jeder Erinnerung wieder verschicken kann.

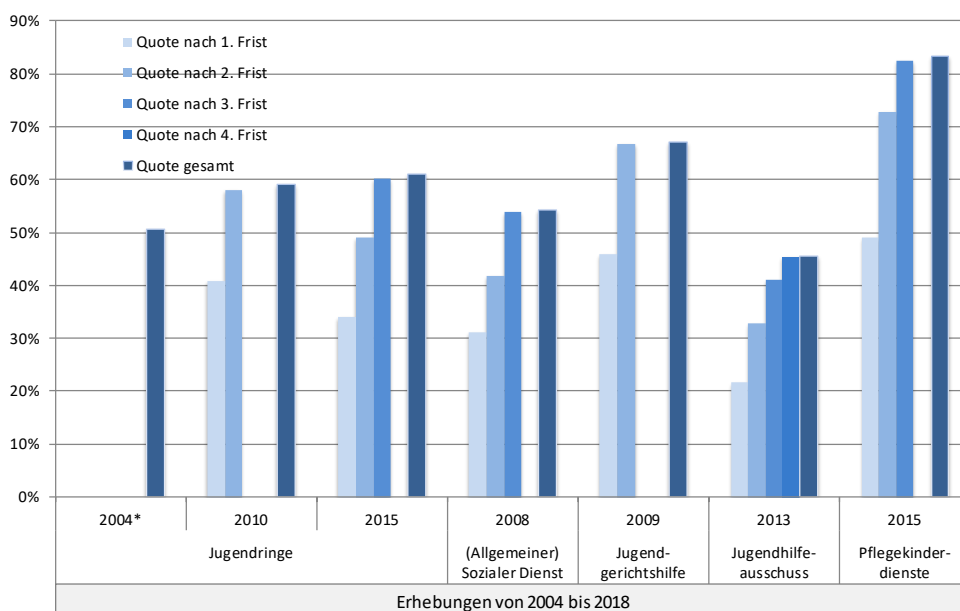
Abbildung 3 zeigt die Rücklaufquoten der Online-Erhebungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“. Es handelt sich, bis auf die Befragung von Jugendringen 2004, die zum Teil auch auf Papier befragt wurden⁹, bei allen Erhebungen um Vollerhebungen.

Der erste Balken zeigt jeweils die Rücklaufquote zum Zeitpunkt des ersten Frist-Endes (plus ein paar Tage Spielraum). Der jeweils letzte (hellste) Balken zeigt die am Ende erreichte Gesamt-Quote der einzelnen Befragungen. Da bei unserer ersten Online-Erhebung, der Jugendringbefragung 2004, das Antwort-Datum noch nicht erfasst wurde, kann hier nur die am Ende erreichte Gesamtquote dargestellt werden. Diese Befragung hatte eine für Online-Befragungen sehr lange Feldphase. Nach 113 Tagen wurde noch ein drittes Erinnerungsschreiben verschickt ohne – wie auch in den Anschreiben davor – eine Frist zu

⁹ Die Jugendringbefragung 2004 wurde zum Teil online, zum Teil postalisch durchgeführt. Der Online-Fragebogen besteht aus 20 Prozent der unveränderten Fragen des Papier-Fragebogens. Für diese 35 Fragen kann man insgesamt von einer Vollerhebung sprechen (vgl. Gragert u.a. 2006, S. 16ff.).

setzen. In allen nachfolgenden Online-Erhebungen wurden jeweils Fristen gesetzt, was u.a. den Vorteil hat, dass das Erinnerungsschreiben damit eine Rechtfertigung hat und die Empfänger sich nicht wundern, warum nachgefasst wird. So wurde etwa bei der Jugendringbefragung 2015 nach Ablauf der ersten Frist ein Rücklauf von 34 Prozent erreicht. Die erste Erinnerung (= 2. Frist) brachte dann 49 Prozent, die zweite Erinnerung (= 3. Frist) 60 Prozent und insgesamt wurden nach Abschluss der Feldphase 61 Prozent erreicht. Auch bei der Erhebung von Mitgliedern der Jugendhilfeausschüsse (2013), bei der nach dem ersten Anschreiben noch drei Erinnerungen verschickt wurden, um die relativ niedrige Quote von 22 Prozent nach Ablauf der ersten Frist zu steigern, lag die Rücklaufquote nach Ablauf einer vierten Frist am Ende insgesamt bei 46 Prozent.

Abb. 3: Rücklaufquoten der jeweiligen Online-Erhebungen in Prozent nach Ablauf der Fristen



* 2004 wurde kein Antwort-Datum erfasst, daher keine Quotenberechnung zu den einzelnen Fristenden möglich

Lesebeispiel: Bei der Befragung der Jugendringe 2010 lag die Rücklaufquote nach dem Ablauf der 1. Frist bei ca. 41%, nach Ablauf der 2. Frist bei ca. 58%, mit Abschluss der Feldphase wurden insgesamt 59% erreicht

Quelle: DJI - Jugendhilfe und sozialer Wandel, 2004 - 2018

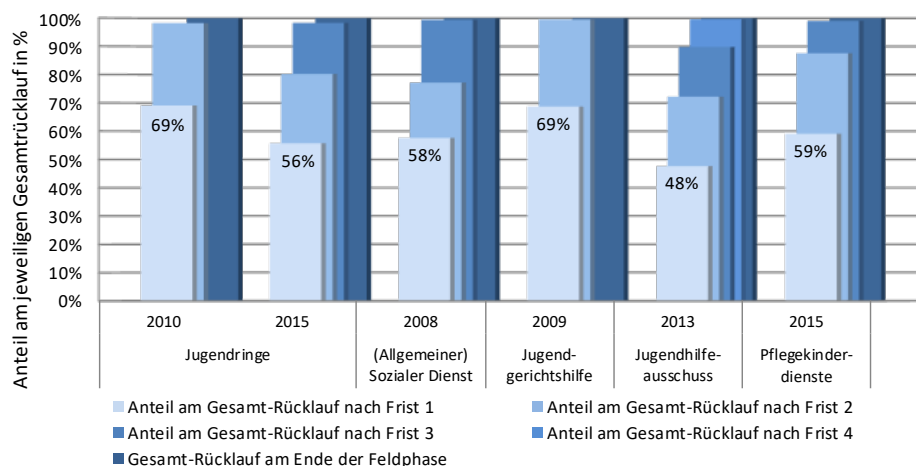
Im Vergleich mit den Quoten bei den postalischen Erhebungen kann man sehen, dass sich die Quote bei den Online-Erhebungen nach Ablauf der letzten Frist kaum noch erhöht, dass also weniger Fragebögen noch nach Ablauf von Fristen ausgefüllt werden (vgl. auch Kapitel 3.3). Im Durchschnitt aller Online-Erhebungen lag die Quote nach Ablauf der ersten Frist bei 37 Prozent, nach Ablauf der zweiten Frist bei 53 Prozent, nach Ablauf der dritten Frist bei 59 Prozent bzw. nach Abschluss der Feldphase bei 60 Prozent.

Noch deutlicher wird der Wert der Erinnerungsschreiben, wenn man betrachtet, wieviel Prozent des am Ende der Feldphase jeweils erreichten Rücklaufs

(=100%) nach dem Ablauf der ersten Rücksendefrist erreicht sind (vgl. Abb. 4).

Bei der Befragung der Kinder- und Jugendhilfeausschüsse (2013) beispielsweise lag der Anteil nach dem ersten Frist-Ende bei 48 Prozent vom dann endgültig erreichten Rücklauf (100%). Im Durchschnitt waren nach Ablauf der ersten Rücksendefrist erst 60 Prozent des dann endgültig erzielten Rücklaufs erreicht. Bei zwei Befragungen (Jugendringe 2010 und Jugendgerichtshilfe 2009) wurde allerdings aufgrund der damals gegebenen Projektbedingungen nur ein Erinnerungsmail verschickt. Weitere Erinnerungen hätten den Rücklauf sicher nochmal erhöht und der durchschnittliche Anteil von 60 Prozent nach dem ersten Frist-Ende am Gesamtrücklauf wäre etwas niedriger.

Abb. 4: Anteil ausgefüllter Online-Fragebögen nach Ablauf der jeweiligen Fristen, gemessen an der Gesamtzahl beantworteter Fragebögen jeder Befragung in Prozent



Lesebeispiel: Bei der Befragung von Jugendringen 2015 sind nach dem Ablauf der 1. Frist 56% vom am Ende der Feldphase erreichten gesamten Rücklauf eingetroffen; nach Frist 2 waren es 80%

Quelle: DJI - Jugendhilfe und sozialer Wandel, 2004 - 2018

Datenbankpflege

Die Erfassung des Rücklaufs ist bei einer Online-Erhebung weniger aufwändig, als bei einer postalischen Erhebung. Idealerweise kann dieser mit der Software der Fragebogenerstellung automatisch erfasst werden. Mit deren Funktionen kann auch der Versand organisiert werden, und es können gezielt nur noch die Adressen angeschrieben werden, die noch nicht geantwortet haben. Das ist auch bei Online-Befragungen wichtig, auch wenn es keine zusätzlichen Kosten (Porto, Papier, Fragebögen etc.) verursachen würde. Die Teilnehmer/innen sind irritiert, wenn sie wiederholt zum Ausfüllen aufgefordert werden, obwohl sie bereits teilgenommen haben, und fragen dann etwa nach, ob der Fragebogen nicht angekommen ist.

Auch bei Online-Befragungen zeigt sich, dass viele Empfänger/innen erst nach Erhalt einer zweiten oder dritten E-Mail rückmelden, wenn sie nicht die richtige Ansprechperson sind. Außerdem erhält man über Abwesenheitsmails in einigen Fällen Informationen über Urlaubsvertretungen, Stellenwechsel oder Krankheitszeiten. Auf diese Hinweise hin kann man dann den Link auf den Fragebogen noch einmal neu verschicken.

Unabhängig von der Organisation der Feldphase kann es im Anschluss für spätere Auswertungen sinnvoll sein, die Daten aus dem Befragungs-Tool (z.B. Teilnahme ja/nein, Datum des Eingangs des Fragebogens, korrigierte E-Mail-Adresse) wieder in die Adress-Datenbank zu übertragen, in der umfangreichere Merkmale der teilnehmenden Organisationen erfasst sind (falls eine solche angelegt wurde).

Nachsteuerung des Rücklaufs durch Erinnerungsschreiben

Da der Versand von E-Mails keine Kosten erzeugt und auch der Fragebogen bzw. der Link darauf in jeder E-Mail enthalten ist, gibt es weniger Anlass, sich bei Erinnerungen auf bestimmte Empfänger zu beschränken und damit den Rücklauf in einzelnen Regionen oder Bereichen gezielt zu erhöhen, als bei postalischen Erhebungen. Insgesamt kann man bei Online-Befragungen mit der Anzahl der Erinnerungen etwas flexibler auf den erreichten Rücklauf reagieren, da sie ohne großen Zeit- und Kostenaufwand verschickt werden können (kein Nachdruck Fragebogen, kein Aufwand beim Kuvertieren etc.).

Dauer der Feldphasen

Über die Beobachtung des Verlaufs der Rücksendungen kann man sehen, dass lange Fristen keine wesentlich besseren Quoten zur Folge haben. Im Gegensatz zu postalischen Erhebungen wird ein großer Teil der Online-Fragebögen unmittelbar nach dem Versand der E-Mails ausgefüllt (vgl. Kap. 3.3, Abb. 5). Da zum Frist-Ende weniger Fragebögen eintreffen, empfiehlt es sich, kürzere Fristen zu setzen und damit in kürzeren Abständen zu erinnern. Das spiegelt sich auch im Vergleich der Dauer der Feldphasen von postalischen und Online-Erhebungen. Während bei unseren postalischen Erhebungen der Tag der letzten Frist im Durchschnitt 121 Tage nach dem Versand der Fragebögen lag und der letzte Fragebogen im Durchschnitt nach 202 Tagen eintraf, war diese Frist bei den Online-Erhebungen im Durchschnitt bereits nach 71 Tagen und der letzte Fragebogen wurde durchschnittlich nach 93 Tagen ausgefüllt. Die Online-Feldphasen waren im Durchschnitt also nur halb so lange. Aber auch bei diesen gibt es deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Befragungen. So war bei der Jugendringbefragung 2015 eine Quote von 60 Prozent nach dem 3. Frist-Ende

und 63 Tagen Feldphase erreicht, bei der Befragung der Mitglieder im Jugendhilfeausschuss eine Quote von 45 Prozent nach dem 4. Frist-Ende und immerhin 100 Tagen Feldphase.

Natürlich müssen aber auch bei Online-Befragungen unterschiedliche Faktoren bei den jeweiligen Fristsetzungen berücksichtigt werden, wie Ferienzeiten, Anzahl der ausfüllenden Personen, Länge des Fragebogens etc. (vgl. auch Kap. 3.2.1 zur Dauer bei postalischen Befragungen). Manche Aspekte sind u.U. sogar bei Online-Befragungen noch entscheidender: Wenn z.B. nach Urlaubszeiten die elektronischen Postfächer überfüllt sind, gerät die E-Mail zu einer Befragung gern in den Hintergrund. Werden von den Empfängerinnen und Empfängern Abwesenheitsmails verschickt, kann man auch in Betracht ziehen, Vertretungspersonen direkt anzuschreiben.

3.2.3 Arbeitsplanung

Für die Arbeitsplanung während der Feldphase sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Direkt nach Versand der E-Mail mit der Ankündigung der Befragung kommen je nach Qualität der Adressen größere Mengen an Fehlermeldungen, bei denen zeitnah recherchiert werden sollte, ob die Einrichtung geschlossen wurde oder sich die E-Mail-Adresse der Ansprechperson geändert hat. Anschließend wird die Ankündigung noch einmal an die geänderte Adresse verschickt.
- Im Unterschied zu den postalischen Befragungen werden online die meisten Fragebögen nach Versand der E-Mail, also schnell nach Erhalt des Links ausgefüllt. Gegen Frist-Ende steigt der Rücklauf aber auch wieder etwas an.
- Die Erinnerungsschreiben sollte man nach Ablauf der Frist relativ schnell verschicken. Zu diesem Zeitpunkt sollten alle bereits eingegangenen Fragebögen erfasst sein, um Irritationen der Empfänger zu vermeiden, wenn sie erinnert werden, obwohl sie bereits ausgefüllt haben. In Abhängigkeit von den technischen Möglichkeiten der genutzten Befragungssoftware kann diese Adress-Auswahl oft automatisch generiert werden.
- Bis mindestens eine Woche nach Versand von Fragebögen und Erinnerungsschreiben ist mit einer hohen Anzahl von Anrufen und E-Mails der Adressierten zu rechnen, die Nachfragen haben, die Einrichtung als nicht passend zur Befragung oder als geschlossen melden oder einen anderen Ansprechpartner benennen. Die angegebenen Ansprechpartner im Forschungsteam sollten zu diesem Zeitpunkt gut erreichbar sein. Auch gegen und kurz nach Ende jeder Frist häufen sich die Anrufe, dass noch Zeit benötigt wird oder ob es jetzt noch Sinn macht, den Fragebogen auszufüllen.
-

3.2.4 Besonderheiten bei Online-Fragebögen

Die Details zu Erstellung und Design eines Online-Fragebogens sollen an dieser Stelle nicht thematisiert werden. Wichtig ist aber, den Fragebogen in einem Pretest mit unterschiedlicher Hard- und Software ausführlich zu testen. Sowohl mit Computer, als auch mit Mobiltelefonen sollte der Fragebogen mit jedem Betriebssystem technisch einwandfrei funktionieren, da Kompatibilitäts- und Darstellungsprobleme in der Regel zu sofortigem Abbruch führen (vgl. Wagner/Hering 2014, S. 668).

Bei Institutionenbefragungen kann es sein, dass Fragen nicht gut auf die einzelne Organisation passen, und damit erhöht sich das Risiko, dass die befragten Institutionen Fragen nicht beantworten. Mit guter Filterführung können zwar einige dieser Probleme reduziert werden, aber nicht jede Antwortkategorie kann so ausdifferenziert werden, dass sie für alle ausfüllenden Organisationen genau passend ist. Um Abbrüche aus solchen Gründen zu vermeiden, gibt es verschiedene Strategien. Auf der einen Seite sollte der Fragebogen so konzipiert sein, dass die Ausfüllenden sich möglichst gut für die auf sie am besten passende Antwort entscheiden können und deshalb wenig Ausweichantwortenmöglichkeiten, wie „trifft nicht zu“ oder „keine Angabe“ enthalten. Auf der anderen Seite muss der Fragebogen für viele unterschiedliche Strukturen und Gegebenheiten vor Ort passend sein. Ein Online-Fragebogen kann – im Gegensatz zu Papier-Fragebögen – so konzipiert sein, dass eine Frage nicht einfach ohne Ausfüllen übersprungen werden kann. Es ist also zu empfehlen, wichtige Fragen und solche, die die Mehrheit betreffen, eher an den Anfang zu stellen und Fragen, bei denen ein Abbruch eher wahrscheinlich ist, eher am Ende des Fragebogens zu platzieren. Auch wenn der Fragebogen relativ lang ist, empfiehlt sich dieses Vorgehen, wichtige Fragen am Anfang zu platzieren. Man kann sich aber auch dafür entscheiden, den Fragebogen so zu konzipieren, dass alle Fragen, die die Ausfüllenden nicht beantworten können, übersprungen werden können.

Vor allem bei längeren Fragebögen sollten diese so programmiert sein, dass das Ausfüllen jederzeit unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt automatisch an derselben Stelle fortgesetzt werden kann. Nicht zuletzt auch dafür, um den Befragten Recherchen und Nachfragen, z.B. bei Kolleginnen und Kollegen, leichter möglich zu machen.

Nach unserer Erfahrung macht es gerade bei komplexen Befragungen Sinn, dass die Befragten, solange die Befragung noch nicht abgeschlossen ist, ihre bereits beantworteten Fragen ansehen und verändern können. Am Ende der Befragung sollte die Option zur Verfügung stehen, dass der Fragebogen mit allen Antworten für die eigenen Unterlagen ausgedruckt werden kann. Das bietet auch die Möglichkeit, die Vorgesetzten oder Kolleginnen und Kollegen zu informieren, einen Überblick über die eigenen Antworten zu haben, die Antworten nochmal zu kontrollieren und sich nach einer späteren Ergebnisrückmeldung mit der Gesamtheit zu vergleichen.

3.3 Vergleich postalische und Online-Befragungen

Nachdem an verschiedenen Stellen in den vorangegangenen Kapiteln bereits Vergleiche zwischen postalischen und Online-Befragungen gezogen wurden, soll ein Vergleich im Folgenden nochmal systematisch erfolgen. Im Jahr 2004 wurde die Erhebung bei einem Teil der Jugendringe postalisch und beim anderen Teil erstmalig auch online durchgeführt (vgl. Gragert u.a. 2006, S. 16-18). Die Jugendringe erschienen als Zielgruppe, die damals bereits eine gute Online-Präsenz und -Erreichbarkeit hatte, ideal für einen kontrollierten Vergleich der postalischen und der Online-Erhebungsmethode. Der Online-Fragebogen bestand aus 20 Prozent der Fragen des postalischen Fragebogens. Bezogen auf diese 35 Fragen zeigten sich weder beim Rücklauf noch beim Antwortverhalten der Jugendringe eindeutige Unterschiede, die unmittelbar auf die Erhebungsmethode zurückzuführen waren, und es konnten keine systematischen, dadurch bedingten Verzerrungen festgestellt werden.

Bei der postalischen Befragung wurde mit zwei Erinnerungsschreiben eine Rücklaufquote von 53 Prozent erreicht, bei der Online-Befragung mit drei Erinnerungsmails eine Quote von 52 Prozent. Im Laufe der weiteren Jahre wurden die Online-Fragebögen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ zum Teil deutlich länger, gleichzeitig sind die Rücklaufquoten weiter angestiegen (vgl. auch Punkt (3) in diesem Kapitel). Das kann zumindest teilweise durch den unverändert hohen Aufwand (Ankündigungs- und Erinnerungsmails) bei gleichzeitig gestiegener Affinität und Gewohnheit der Befragten im Umgang mit Online-Medien erklärt werden.

Nichtsdestotrotz müssen bei der Entscheidung, ob man postalisch oder online befragen will, zahlreiche Aspekte berücksichtigt und gegeneinander abgewogen werden: Eigenschaften und Strukturen der Untersuchungseinheit (1), Zustellungswege (2), Länge des Fragebogens (3), Komplexität der Fragen (4), Bedeutung handschriftlicher Ergänzungen (5), Flexibilität beim Layout der Fragen (6), Filterführung und Abbruchrisiko (7), Dauer der Feldphase (8), Kosten der Feldphase (9), Dateneingabe (10).

(1) Im Hinblick auf die Untersuchungseinheit und die Adressrecherche gilt es zu überlegen, ob eine bestimmte Ansprechperson identifiziert und recherchiert werden sollte, ob man in dem Feld besser an Post- oder an E-Mail-Adressen kommt, wie die technische Ausstattung der Ansprechpartner am Arbeitsplatz und deren Gewandtheit im Umgang mit der IT ist, möglicherweise auch in Zusammenhang mit deren Alter. In manchen Feldern wird vielleicht dem Papierfragebogen mehr Seriosität zugesprochen, in manchen Feldern wird lieber Online gearbeitet. Auch die Arbeitsbelastung in den Organisationen spielt eine Rolle. Der Aufwand ist bei einer Online-Befragung für die ausfüllende Person

ein wenig geringer, vor allem wenn der Postversand nicht im Rahmen der Einrichtung routinemäßig geregelt ist, sondern einen zusätzlichen Aufwand bedeutet. Gleichzeitig ist auch das Weiterleiten an den richtigen Ansprechpartner mit weniger Aufwand verbunden. Es spielt ebenfalls eine Rolle, ob die Strukturen eher ehrenamtlich oder hauptamtlich organisiert sind. Wenn zu einem großen Teil Ehrenamtliche befragt werden sollen, spielt der (unbezahlte) Zeitaufwand eine größere Rolle.

(2) In Bezug auf die Zustellung der Fragebögen gibt es für beide Varianten Vor- und Nachteile. Auf dem Postweg kommt – neben falschen Adressen - immer ein Teil an unzustellbaren Fragebögen zurück von Einrichtungen, bei denen die Adresse nachweislich existiert und auch vermutlich ein Briefkasten vorhanden ist. Auf der anderen Seite kommt es sicher auch vor, dass Briefträger eine Postsendung zustellen, obwohl die Hausnummer nicht korrekt ist, weil sie die Einrichtung bzw. Institution kennen. Erneute Zustellversuche an korrigierte Adressen sind immer mit Kosten und Aufwand verbunden. Beim E-Mail-Versand sollten korrekt adressierte Anschreiben zwar eigentlich immer ankommen, werden aber zu einem Teil von Spam-Filtern oder Firewalls abgelehnt. Falsche Adressen werden gut identifiziert und können nach Korrektur ohne Kosten wiederholt versandt werden.

(3) Ein weiterer Punkt ist die Länge des Fragebogens. Je länger der Fragebogen ist, desto schwieriger wird eine Online-Befragung (vgl. Magerhans 2016, S. 121). Einen Papier-Fragebogen kann man leichter mit Unterbrechungen ausfüllen und man kann den Umfang schneller einschätzen, wenn man ihn vor sich hat. Oftmals wird eine ideale Länge eines Online-Fragebogens von bis zu 25 Fragen oder 15 Minuten vorgeschlagen (vgl. z.B. Baur/Florian 2009, S. 124). Unter gewissen Voraussetzungen kann die Online-Befragung allerdings deutlich länger sein. Eine Studie von Yasemin El-Menouar und Jörg Blasius (2005) zu Abbrüchen bei Online-Befragungen bei Medizinerinnen ergab, dass eine überdurchschnittliche Länge (in diesem Fall 71 Fragen) nur einen geringen Effekt auf die Abbruchquote hat, vor allem wenn die Teilnehmer/innen erfahren im Umgang mit dem Medium waren und sich bereits vor Beginn für eine Teilnahme entschieden hatten, also bereits vorab über die Inhalte informiert waren und eine hohe Teilnahmemotivation hatten. Das wird durch die Erfahrungen des Projekts bestätigt. Die Rücklaufquoten unserer bisher umfangreichsten Onlineerhebungen – Befragung der Pflegekinderhilfe 2015 (75 Fragen, 83% Rücklauf) und der Jugendringe 2015 (87 Fragen; 61% Rücklauf) – sind sogar deutlich höher als bei in der Länge annähernd vergleichbaren postalischen Befragungen wie denen bei Jugendzentren 2017 (97 Fragen; 45% Rücklauf) und Kindertagesstätten 2012 (116 Fragen; 45% Rücklauf). Um solch eine hohe Teilnahmemotivation zu erreichen, sollte vorab unbedingt über die Inhalte der Befragung informiert werden (vgl. Kapitel 3.2.1).

(4) Eine entscheidende Rolle spielt auch die Komplexität der Fragen und des Fragebogens insgesamt. Sobald nicht alle enthaltenen Fragen von einer Person

beantwortet werden können oder viele Nachfragen bei anderen Personen oder anderen Abteilungen erforderlich sind, ist das Ausfüllen eines Online-Fragebogens schwieriger zu organisieren. Einen Papier-Fragebogen kann man weiterleiten oder kopieren und am Ende in einer Fassung zusammenführen. Zusätzlich kann man ihn leichter von Vorgesetzten kontrollieren oder genehmigen lassen, bevor man ihn abschickt.

(5) Je nach Strukturiertheit des Feldes und der Heterogenität der Antwortmöglichkeiten kann es wesentlich sein, dass die Ausfüllenden handschriftliche Ergänzungen im Fragebogen machen können. Diese bieten oft Erklärungen für die Auswertung oder definieren die gemachten Angaben genauer. Beispielsweise sind die Haushaltssystematiken von Organisationen sehr unterschiedlich und können oft nicht in einem bestimmten Antwortformat vereinheitlicht werden, das für alle Organisationen passend ist. Bei einem Online-Fragebogen müssen solche Kommentarmöglichkeiten bereits bei der Fragebogenkonstruktion berücksichtigt werden. Dies setzt voraus, dass die Struktur des befragten Feldes schon vor der Befragung gut bekannt sein muss und abgeschätzt werden kann, wo Kommentare zu erwarten sind.

(6) Betrachtet man die Flexibilität beim Layout der Fragen, haben wir die Erfahrung gemacht, dass viele Online-Tools zur Erstellung von Fragebögen auf eine eher einfache Fragengestaltung ausgelegt sind. Um komplexe Abfragen mit vielen Antwortmöglichkeiten und z.B. Kombinationen aus einer Rangfolge und offenen Antworten zu ermöglichen, ist der Druck auf Papier einfacher. Nicht selten mussten wir eine Frage bei der Umsetzung in das Online-Tool abändern, weil sie in der geplanten Fassung für uns nicht zu programmieren¹⁰ war. In einer Druckfassung ist man bei der Gestaltung von Fragen deutlich flexibler und kann individuelle oder ungewöhnliche Varianten leichter umsetzen.

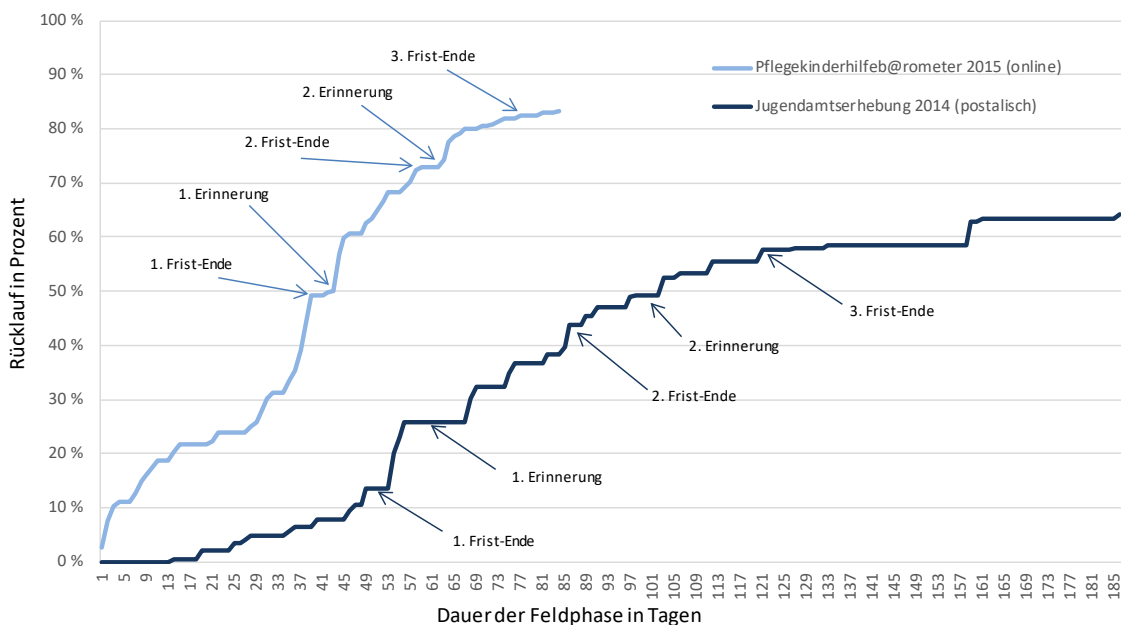
(7) Die Filterführung kann online sehr kompliziert werden, wenn das untersuchte Feld sehr heterogen ist, so dass viele Fragen nicht von allen Teilnehmenden beantwortet werden können, oder die Gefahr besteht, dass bei bestimmten Fragen das Ausfüllen abgebrochen wird. Das bedeutet einen relativ großen Programmieraufwand und zahlreiche Testdurchläufe mit allen möglichen Antwortvarianten. In einem Papierfragebogen kann man jederzeit Fragen überspringen, die einen zu großen Rechercheaufwand bedeuten oder von den Ausfüllenden nicht beantwortet werden können. Der Vorteil bei Online-Filterführung ist eine Verkürzung des Fragebogens, da man ganze Fragenblöcke überspringen lassen kann, die die Ausfüllenden dann gar nicht zu sehen bekommen, oder im Anschluss unterschiedliche Fragenvarianten folgen können.¹¹ Müssen dagegen in

10 Es werden hier die Erfahrungen von durchschnittlich erfahrenen Anwenderinnen und Anwendern beschrieben. Externe Dienstleister mit spezialisierter Programmiererfahrung haben möglicherweise erweiterte Möglichkeiten der Fragenprogrammierung.

11 Dieser Vorteil ist in Bezug auf die grundsätzliche Teilnahmemotivation möglicherweise weniger relevant, wenn die Teilnehmenden im Vorfeld den vollständigen Fragebogen als PDF vorliegen haben und die potentielle Verkürzung durch die Filterführung nicht abschätzen können.

einem Papierfragebogen größere Teile übersprungen werden, kann der Eindruck entstehen, dass der Fragebogen für die Organisation nicht passend ist (vgl. auch Kapitel 3.4), was die Motivation zum Ausfüllen senken könnte. Ein Problem bei der Setzung von Filtern ist aber, dass diese bei Missverständnissen oder unklaren Begriffen zu Anwendungsfehlern führen können. Wir wissen von Papier-Fragebögen, dass nach Beantwortung einer Filterfrage dieser Filter im Anschluss nicht eingehalten wird, wenn die folgenden Fragen doch zutreffend sind. Das kann an einem unterschiedlichen Verständnis oder der fehlenden Passgenauigkeit von Begriffen liegen. So wurde beispielsweise bei der Befragung von Jugendzentren die Frage danach, ob Jugendliche mit Behinderung die Einrichtung besuchen, in einigen Fällen erst mit „nein“ beantwortet, in den weiteren Fragen aber angegeben, dass einige Jugendliche mit einer Lernbehinderung kommen. Diese Angabe hätte bei einer Online-Filterführung gar nicht mehr gemacht werden können.

Abb. 5: Rücklaufquoten der Jugendamtserhebung 2014 (postalisch) und des Pflegekinderb@rometers 2015 (online) nach der Dauer der Feldphase in Zusammenhang mit den Zeitpunkten der Frist-Enden und des Versands von Erinnerungsschreiben/-mails (in %)



Leserbeispiel: Beim Pflegekinderhilfeb@rometer 2015 wurde nach Ablauf der 1. Rücksendefrist (40 Tage nach Start der Feldphase) eine Rücklaufquote von 49% erreicht, 4 Tage später wurde eine 1. Erinnerungs-E-Mail verschickt, am 2. Frist-Ende war dann eine Quote von 72% erreicht.

Quelle: DJI-Pflegekinderhilfeb@rometer 2015; DJI-Jugendamtserhebung 2014

(8) Ein nicht zu vernachlässigender Aspekt ist die Zeit, die man für die Feldphase zur Verfügung hat. Wie in Kapitel 3.2.2 dargestellt, kann man die Feldphase bei einer Online-Befragung kürzer gestalten, da viele Organisationen den Fragebogen nach dessen Erhalt ausfüllen und man daher tendenziell kürzere Fristen setzen kann. In der Abbildung 5 kann man das Rücksendeverhalten beispielhaft vergleichen. Beim Pflegekinderhilfeb@rometer wurden demnach bis

zum ersten Frist-Ende nach 40 Tagen¹² Feldphase 49 Prozent Rücklaufquote erreicht. Vier Tage nach Ablauf der Frist wurde bei nahezu unveränderter Quote eine erste Erinnerung verschickt mit einer Verlängerung der Frist um weitere 20 Tage, nach deren Ablauf 72 Prozent erreicht waren. Bei der Jugendamtsbefragung hat sich die Rücklaufquote in den 8 Tagen zwischen dem Ablauf der ersten Frist und dem Versand der ersten Erinnerung nochmal um fast 12 Prozentpunkte erhöht. Beim Online-Fragebogen flacht die Kurve nach dem jeweiligen Ende der Frist deutlich ab, beim Papier-Fragebogen kommen auch nach dem Ende der Fristen Fragebögen zurück, dafür gibt es direkt nach dem Versand des Fragebogens bzw. der Erinnerungsschreiben keinen so raschen Anstieg. Zusätzlich wird durch die Vermeidung von Postwegen auf beiden Seiten Zeit gespart, sowie auch dadurch, dass die Versandunterlagen nicht im Vorfeld gedruckt und dann kuvertiert werden müssen, was bei einem Versand von z.B. 3000 Fragebögen 3 bis 4 Personen zwei volle Tage beschäftigen kann (vgl. Kap. 3.1.3).

Im Projekt Jugendhilfe und sozialer Wandel dauerte die Feldphase bei postalischen Befragungen im Durchschnitt 121 Tage bis zum Ablauf der letzten Frist (zwischen 82 und 154 Tagen), wobei durchschnittlich 6 Prozent des erreichten Gesamt-Rücklaufs erst nach dem letzten Fristende eintrafen. Bei Online-Befragungen dauerte die Feldphase im Durchschnitt 71 Tage (zwischen 53 und 100 Tagen) und lediglich 3 Prozent des erreichten Gesamt-Rücklaufs wurden nach dem Ende der letzten Frist beantwortet. Diese nach Ende der letzten Frist eintreffenden Fragebögen hatten bei den postalischen Befragungen im Durchschnitt einen größeren, in Einzelfällen einen deutlich größeren zeitlichen Abstand zu diesem Frist-Ende.

(9) Ebenfalls eine Rolle spielt der Kostenfaktor. Für den Versand von Papierfragebögen muss man Sachkosten für den Druck (Fragebogen, Umschläge, Anschreiben, weitere Anlagen), den Versand und das Rückporto einkalkulieren. So entstanden bei Befragungen mit 3.000 bis 4.000 Adressen in Abhängigkeit von Seitenzahl, Portohöhe, Anzahl der Erinnerungsschreiben, Höhe des Rücklauf(porto)s Kosten zwischen 12.000 und 15.000 Euro. Nicht eingerechnet sind dabei die Kosten für Papier, Umschläge und Drucker für den internen Ausdruck der Anschreiben und Anlagen, der nicht extra erfasst wurde, und die Arbeitszeit der beteiligten Personen am Versand und der Erfassung des Rücklaufs. Bei einer Online-Befragung fallen diese Kosten nicht an, ggfs. müssen aber Kosten für die Software oder Programmierarbeiten einkalkuliert werden.

(10) Auch im Hinblick auf die Vercodung der ausgefüllten Fragebögen im Anschluss an die Feldphase spielen der Zeit- und der Kostenfaktor eine Rolle. Online ausgefüllte Fragebögen müssen nicht mehr extra erfasst werden, daher

¹² Diese erste Frist war für eine Online-Erhebung ungewöhnlich lang, war aber dem Umstand geschuldet, dass die Befragung zwei Wochen vor Weihnachten gestartet wurde und den angeschriebenen Organisationen eine Bearbeitung auch im neuen Jahr noch ermöglicht werden sollte.

kann direkt nach dem Ende der Feldphase ausgewertet oder auch während der laufenden Befragung ein Zwischenstand/-bericht erstellt werden. Die Zeit für die (externe) Dateneingabe, die z.B. bei der Befragung bei Jugendzentren 2018 (ca. 1.350 Fragebögen á 100 Fragen) zwei Monate gedauert hat, fällt weg. Zusätzlich ist die Vercodung von Papier-Fragebögen auch ein Sachkostenfaktor und betrug bei dieser Befragung knapp 8.900,- Euro brutto. Ein weiterer Vorteil der Online-Befragung ist, dass keine Fehler durch manuelle Datenerfassung entstehen können (vgl. Wagner/Hering 2014, S. 663).

3.4 Häufige Rückfragen während der Feldphase

Unmittelbar nach dem Versand der Fragebögen kommen zahlreiche Anrufe und E-Mails mit Rückmeldungen. Der größte Teil betrifft Meldungen zu Organisationen, die mittlerweile geschlossen sind oder bei denen sich Adresse oder Ansprechpartner geändert haben.

Viele Organisationen melden sich auch, um zu fragen, ob es in ihrem Fall überhaupt Sinn macht, sich zu beteiligen, z.B., weil ein großer Teil der Fragen nicht auf sie zutrifft (v.a. wenn das befragte Feld sehr heterogen ist), weil sie nur eine sehr kleine Institution sind, weil sie Teil einer größeren Einrichtung/Institution sind und den Fragebogen nicht für ihren Teil getrennt beantworten können oder weil die ausfüllende Person erst seit kurzem dort arbeitet und vieles nicht weiß. In diesen Fällen antworten wir in der Regel, dass wir uns auch über eine teilweise Beantwortung freuen würden, dass wir alle Arten von Institutionen berücksichtigen wollen und dass sie gerne Kommentare schreiben können an Stellen, die ihrer Meinung nach nicht so richtig passen oder wo sie eine Besonderheit der eigenen Einrichtung sehen.

In einigen Fällen wollen sich die Befragten versichern, dass die Erhebung wirklich anonym ist bzw. wie man die Anonymität in diesem Fall genau zu verstehen hat, nachdem doch Adressdaten abgefragt werden, und wer Einblick in die Angaben erhält. Dazu erklären wir dann, warum wir die Zuordnung zu Kreisen und Bundesländern etc. brauchen, deshalb die Befragung nicht komplett anonym durchführen können, dass aber in der Auswertung keine einzelne Einrichtung erkennbar sein wird und die Daten nicht an Dritte weitergegeben werden. Nicht zuletzt der Versand eines Ergebnisberichts an die Teilnehmenden ist ein gutes Argument für die Zuordnung der Adressdaten.

Auch die Frage, ob die Befragung freiwillig ist und ob man bei den vorgesetzten Stellen um Erlaubnis gefragt hat, kommen öfter vor. Die Freiwilligkeit ist natürlich immer gegeben und in Bezug auf die Genehmigung muss man ggfs. er-

läutern, warum das aus organisatorischen Gründen nicht möglich war und klären, ob diese eventuell (in Einzelfällen) nachträglich noch eingeholt werden kann.

Einige Personen behaupten überzeugend, dass sie diese Befragung bereits vor kurzen ausgefüllt haben. In manchen Fällen haben sich unsere Befragungen mit Befragungen z.B. der statistischen Landesämter überschritten und es kommt dabei zu Verwechslungen. Manche Anruferinnen und Anrufer sind genervt von der Anzahl an Fragebögen und wollen keinen weiteren ausfüllen. Es wurde sogar vorgeschlagen, dass wir doch die Daten vom Statistikamt holen könnten, denen sie alles bereits ausgefüllt haben. Die gesamte Anzahl an Befragungen von Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe hat offensichtlich über die Jahre zugenommen. Dies macht es umso wichtiger, die Befragten von der Notwendigkeit und von den positiven Effekten der Erhebung für sie selbst zu überzeugen.

Gegen Ende der Frist häufen sich Meldungen, dass man noch länger Zeit braucht bzw. Fragen, ob man eine Verlängerung haben kann oder ob das Ausfüllen jetzt überhaupt noch Sinn macht. Wenn solche Rückmeldungen kommen, werden diese Adressen aus dem Verteiler des nächsten Erinnerungsschreibens herausgenommen, damit keine Irritationen entstehen. Außerdem wird die Fristverlängerung im Datensatz in einem Kommentarfeld vermerkt, damit man später ggfs. nochmal nachfassen kann.

Die für uns bedeutsamsten Nachfragen sind die, die Inhalte und einzelne Fragen betreffen, wo Personen unsicher sind, wie sie das ausfüllen sollen oder Dinge nicht verstehen. Trotz ausführlicher Pretests kann man nicht ausschließen, dass Teile des Fragebogens nicht für alle Konstellationen zutreffen oder verständlich sind. Gerade wenn das gehäuft bestimmte Fragen betrifft, muss man das auch in Bezug auf die Auswertung beachten. Man muss davon ausgehen, dass nicht alle Personen anrufen, die Probleme haben und daher genau hinsehen, ob die Fragen wirklich das erfasst haben, was sie eigentlich erfassen sollten. Nicht zuletzt deshalb werden solche Hinweise systematisch erfasst und ausgewertet, damit sie in einer möglichen nächsten Erhebung berücksichtigt werden können.

Bei postalischen Befragungen erlauben bzw. empfehlen wir grundsätzlich immer Anmerkungen im Fragebogen, was anschließend für die Ausschreibung einer externen Dateneingabe und bei Erstellung des Codeplans berücksichtigt werden muss. Es gibt ganz wenige Ausfüllende, die zu sehr vielen Fragen Anmerkungen schreiben, die Mehrheit macht das allerdings nicht oder beschränkt sich auf Kommentare auf der letzten Seite, auf der in unseren Fragebögen Platz für umfangreiche Anmerkungen vorgesehen ist.

Bedeutung von Ergebnisrückmel- dung und Feldpflege

Um die große Ausfüllbereitschaft für die oft sehr umfangreichen Fragebögen zu erreichen bzw. zu erhalten, wird ein großes Maß an Feldpflege betrieben. Wenn gewünscht, unterstützen wir beim Ausfüllen des Fragebogens, und es sind alle Projektmitarbeiterinnen und -mitarbeiter per Telefon oder E-Mail für die Teilnehmer ansprechbar. Wir verschicken ein Dankeschreiben, wenn ein Fragebogen ausgefüllt wurde, und wir verschicken eine Ergebnisrückmeldung an alle Teilnehmenden der Befragung. Außerdem präsentieren wir nach der Auswertung die Ergebnisse auf verschiedenen Veranstaltungen von Fach- und Dachorganisationen der teilnehmenden Organisationen/Institutionen/Verbände und in Publikationen. Nach unserer Erfahrung sind die Teilnehmenden sehr interessiert an den Ergebnissen. Es hilft ihnen u.a., sich selbst in ihrem Feld einzuordnen, Anregungen für ihre tägliche Arbeit zu bekommen und auch ihre Probleme sichtbar zu machen.

Die Bedeutung und der Wunsch nach Rückmeldung zeigt sich auch in der Erwartung übergeordneter Stellen (z.B. kommunaler Spitzenverbände), die Rückmeldungen zur Voraussetzung für ihre Empfehlung zur Teilnahme machen.

Wir gehen davon aus, dass alle diese Tätigkeiten und auch die Tatsache, dass wir die Untersuchung selbst durchführen und nicht extern vergeben, die Akzeptanz unserer Fragebögen und die Bereitschaft erhöhen, diesen bei Erst- und auch bei Folgeerhebungen wieder auszufüllen (vgl. auch Porst 2001; Diekmann 2006). Verdeutlicht wird dies möglicherweise auch durch die bessere Rücklaufquote der Organisationen, die bei einer unserer vorangegangenen Erhebung bereits teilgenommen haben (s. Kap. 3.1.4). Der Erfolg all dieser Maßnahmen zeigt sich auch im Vergleich zu den Rücklaufquoten anderer, nicht verpflichtender Befragungen bei Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe, die zum Teil deutlich geringer ausfallen. Nach Reinhart Lang (2005) sind bei Befragungen von Organisationen¹³ nach Versand des Fragebogens und einer telefonischen Erinnerung Rücklaufquoten zwischen 10 und 20 Prozent die Regel (vgl. Lang 2005, S. 101).

13 Gemeint sind Organisationen allgemein, nicht nur Institutionen der Kinder- und Jugendhilfe.

Marie-Theres Pooch und Selina Kappler (2017) erreichen im Monitoring zum Stand der Prävention sexualisierter Gewalt an Kindern und Jugendlichen in Deutschland (2015-2018), für dessen Datenerhebung das SOKO Institut für Sozialforschung und Kommunikation GmbH beauftragt wurde, bei der Befragung von Kindertageseinrichtungen insgesamt eine Rücklaufquote von 22,9 Prozent und bei Heimen und sonstigen betreuten Wohnformen eine Quote von 25,1 Prozent. Dabei erfolgte 2 bis 3 Wochen nach dem Versand der Unterlagen von SOKO eine telefonische Nachfassaktion bei den Einrichtungen, die bis dahin nicht geantwortet hatten. Ähnliche Quoten erzielte davor auch schon die Erhebungswelle im Jahr 2013, die von der Rambøll Management Consulting GmbH durchgeführt wurde (Kindertageseinrichtungen 21%, Heime und sonstige betreute Wohnformen 30%; vgl. UBSKM 2013). Bei der Kita-Befragung des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ im Jahr 2012 lag die Quote vor der ersten Erinnerung bereits bei 36 Prozent. Bei der Befragung der Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung 2013 lag sie vor der ersten Erinnerung bei 23 Prozent, nach der 1. Erinnerung bei 34 Prozent und am Ende bei 39 Prozent.

Elisabeth Helming u.a. (2011) erreichten bei einer schriftlichen Befragung zum Thema „Sexuelle Gewalt gegen Mädchen und Jungen in Institutionen“ u.a. bei Heimen (stationäre Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung) eine Rücklaufquote von 44 Prozent (vgl. DJI 2011, S. 49-52). Um diese Quote zu erreichen wurde sowohl im Vorfeld bei den Institutionen angerufen und informiert bzw. Ansprechpersonen erfragt, als auch nach dem postalischen Versand des Fragebogens noch mehrmals telefonisch nachgefasst, wenn kein ausgefüllter Fragebogen zurückgeschickt wurde. Mit vermutlich vergleichbarem Aufwand, wenn auch nicht identischem Vorgehen, wurden bei unseren Befragungen von Einrichtungen der Hilfen zur Erziehung 2004 (42%), 2009 (39%) und 2013 (45%) Rücklaufquoten in derselben Größenordnung erzielt.

Bei der AQUA Studie zu Arbeitsplatz und Qualität in Kitas wurden 2012 bundesweit Kita-Träger, Kita-MitarbeiterInnen und Kita-Leitungen befragt, die jeweils sowohl auf Papier als auch Online den Fragebogen beantworten konnten. Dabei wurde ein Rücklauf von 35,6 Prozent bei den Trägern und 32,5 Prozent bei den Kitas erzielt (vgl. Schreyer u.a. 2014). Um die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen wurde die Studie im Vorfeld bereits mit zahlreichen Vorträgen vorgestellt, Präsentationen in Fachgremien, Artikel und Projektankündigungen in Zeitschriften. Zahlreiche Spitzenverbände, Landesverbände wurden schriftlich informiert und um Unterstützung gebeten. Die Studie selbst wurde dann ohne Erinnerungsschreiben durchgeführt und erzielte einen Rücklauf von 32,5 Prozent bei den Kitas. Die beiden Kita-Befragungen des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ erzielten vor der ersten Erinnerung einen Rücklauf von 34 Prozent (2007) bzw. 36 Prozent (2012), und das ohne umfassende vorherige Bekanntmachungen (vgl. Abb. 1). Der Verdacht liegt nahe, dass das Vorgehen mit mehreren Erinnerungsschreiben einen größeren Einfluss auf die Erhöhung der Rücklaufquote hat (Steigerung auf 50% (2007) bzw. 45% (2012)), als umfassende Informationen und Bitten um Unterstützung im Vorfeld der Studie.

Eine Online Erhebung bei Jugendämtern 2009 zum Thema „Unzureichende Lese- und Schreibfähigkeiten bei Jugendlichen“, die mit Anschreiben per E-Mail an die Jugendamtsleitungen (mit ausführlichen Erläuterungen, Links zu weiteren Informationen, Unterstützungsschreiben der kommunalen Spitzenverbände und Kontaktdaten für Rückfragen; vgl. Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung e.V. 2010) und einem Erinnerungsschreiben verschickt wurde, erreichte 42,7 Prozent Rücklauf, ähnlich der Befragung beim (Allgemeinen) Sozialen Dienst 2008 (nach der ersten Erinnerung bei 42% Rücklauf, vgl. Abb. 3). Es wurde also mit einem ähnlichen Vorgehen eine vergleichbar hohe Rücklaufquote erzielt, die in Bezug auf die ASD-Befragung durch ein weiteres Erinnerungsschreiben aber nochmal um knapp 12 Prozentpunkte gesteigert werden konnte.

Die Online-Erhebung 2011 von Mériem Diouani-Streek bei allen Jugendämtern in Deutschland zur Perspektivplanung von Pflegeverhältnissen erhielten nach drei Monaten Feldphase und einer Erinnerung ausgefüllte Fragebögen aus 20 Prozent der Jugendämter (bei diesen 20 Prozent teilweise mehrere Fragebögen pro Jugendamt). Es wurde im Vorfeld informiert und um Unterstützung der kommunalen Spitzenverbände gebeten, die eine entsprechende Information an die Jugendamtsleitungen gegeben haben. Es wurden sowohl die zuständigen Mitarbeiter der überörtlichen Träger als auch die Jugendämter direkt angeschrieben und um Weiterleitung an die Mitarbeiter in PKD und ASD gebeten. Zum Vergleich: Bei der Online-Befragung der Pflegekinderdienste (2015) des Projekts „Jugendhilfe und sozialer Wandel“ wurde nach der ersten Erinnerung ein Rücklauf von 73 Prozent erreicht (insgesamt am Ende dann 83%, vgl. Abb. 3). Dazu wurde der Link zum Online-Fragebogen und ein Unterstützungsschreiben der kommunalen Spitzenverbände direkt an die Leitungen der Pflegekinderdienste oder – falls diese nicht recherchiert werden konnten – an die Jugendamtsleitung geschickt.

Im Vergleich dazu zeigt sich auch die Bedeutung der Unterstützung der kommunalen Spitzenverbände bei der Befragung von Jugendämtern im Zusammenhang mit folgender Studie: Bei einer 2013 an der Universität Kassel durchgeführten onlinebasierten Organisationsbefragung der deutschen Jugendämter zu methodischen Modernisierungen bzw. Standardisierungen im ASD wurde bei einer Dauer der Feldphase von 16 Wochen und zwei Erinnerungsschreiben ein Rücklauf von 29 Prozent erzielt. Die Befragung wurde mit den kommunalen Spitzenverbänden abgestimmt, diese sprachen jedoch aufgrund des Umfangs des Instruments (ca. 250 Items) keine eindeutige Empfehlung aus, sondern stellten den Ämtern die Teilnahme anheim (vgl. Mairhofer 2019).

Bei einer Online-Vollerhebung bei Jugendämtern zur Jugendhilfeplanung 2009, durchgeführt vom Institut für soziale Arbeit Münster in Kooperation mit der FH Münster, lag der Rücklauf bei 47 Prozent. Es wurden keine Angaben über mögliche Erinnerungsschreiben gemacht, aber die Studie stieß auf großes Interesse auf Seiten der Jugendämter (vgl. Adam u.a. 2010). Kurz davor hatte die

Online-Vollerhebung des Projekts "Jugendhilfe und sozialer Wandel" beim (Allgemeinen) Sozialen Dienst 2008, die ebenfalls auf großes Interesse auf Seiten der Jugendämter stieß, nach der ersten Erinnerung einen Rücklauf von 42 Prozent, durch ein zweites Erinnerungsschreiben konnte dieser letztendlich auf 54 Prozent gesteigert werden (vgl. Abb. 3).

Resumée

5.

Wie in den vorangegangenen Kapiteln dargestellt, bedeutet es einen relativ großen personellen, zeitlichen und organisatorischen Aufwand, die Feldphase einer Befragung selbst durchzuführen. Der Aufwand ist jedoch nötig, wenn man eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Teilnehmenden gewinnen will. Daher sollten entsprechende Ressourcen ab Beginn der Projektplanung vor allem auch in ihrer zeitlichen Dauer angemessen berücksichtigt werden. Erinnerungsschreiben können die Rücklaufquoten deutlich erhöhen, haben aber auch eine längere Feldphase zur Folge. Bei der Entscheidung zwischen einer postalischen und einer Online-Befragung müssen die dargestellten Faktoren (Untersuchungseinheit, Länge und Komplexität des Fragebogens, Kosten etc.) berücksichtigt und abgewogen werden.

Die Erfahrungen während der Feldphase und die Rückmeldungen der Teilnehmenden liefern wichtige Feldinformationen. Zum einen können mögliche auftretende Probleme beim Ausfüllen des Fragebogens in der Gestaltung von zukünftigen Fragebögen berücksichtigt werden. Viele Rückmeldungen liefern zudem neue inhaltliche Anregungen oder weisen auf Probleme hin, die in den Auswertungen berücksichtigt werden müssen. Das ist ein entscheidendes Argument dafür, die Durchführung der Feldphase nicht an eine externe Organisation zu vergeben. Aus unserer Sicht würden viele sehr wertvolle Informationen verloren gehen, wenn man nur mit einem extern erfassten Datensatz arbeiten würde.

Das beginnt schon bei der Adressrecherche, die neue Aspekte für den Feldzugang liefern und ein Bewusstsein für die Vielfältigkeit der Ausprägungen und Strukturen des untersuchten Feldes schaffen kann sowie manchmal auch zu Korrekturen oder einem Überdenken der avisierten Grundgesamtheit führt. Rückmeldungen, Probleme und Anmerkungen der Teilnehmenden fließen in die Auswertung ein, erhöhen das Verständnis der Daten und tragen schlussendlich zu angemessenen Interpretationen der Daten bei. Schließlich erhält man nur so z.B. auch Hinweise über Gründe, warum Fragebögen nicht ausgefüllt werden (können). All diese Hinweise und Probleme sind nicht nur für die Auswertung, sondern auch für die Planung von Folgebefragungen von großem Nutzen. Wenn dennoch die externe Vergabe der Feldphase bevorzugt wird, sollte die Erstellung eines Feld- und Methodenberichts zur Vorgabe gemacht werden.

6.

Literatur

- Adam, Thomas/Kemmerling, Stefanie/Schone, Reinhold (2010): Stand der Planungspraxis in Deutschland – Ergebnisse einer Erhebung bei den öffentlichen Trägern der Jugendhilfe. In: Maykus, Stephan/Schone, Reinhard (2010): Handbuch Jugendhilfeplanung. Grundlagen, Anforderungen und Perspektiven. Wiesbaden, S. 15-43
- Baur, Nina/Florian, Michael J. (2009): Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen. In: Jakob, Nikolaus/Schoen, Harald/Zerback, Thomas (2009): Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden, S. 109-128
- Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung e.V./Chancen erarbeiten/iCHANCE/a3 (Hrsg.) (2010): Auswertung der deutschlandweiten Online-Jugendamtsbefragung zum Thema Unzureichende Lese- und Schreibfähigkeiten bei Jugendlichen. Münster
- Diekmann, Andreas (2006): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Hamburg
- DJI e.V. (Hrsg.) (2011): Sexuelle Gewalt gegen Mädchen und Jungen in Institutionen. Abschlussbericht. Deutsches Jugendinstitut
- El-Menouar, Yasemin/Blasius, Jörg (2005). Abbrüche bei Online-Befragungen: Ergebnisse einer Befragung von Medizinern. In: ZA-Information /Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, H. 56, S. 70-92
- Gadow, Tina/Peucker, Christian/Pluto, Liane/Santen, Eric van/Seckinger, Mike (2013): Wie geht's der Kinder- und Jugendhilfe? Empirische Befunde und Analysen. Weinheim/Basel
- Gragert, Nicola/Pluto, Liane/Santen, Eric van/Seckinger, Mike (2006): Jugendringe im Visier. Befragung zu Strukturen, Funktionen und Handlungsmöglichkeiten. München
- Lang, Reinhart (2005): Organizational Survey. In: Kühl, Stefan/Strodtholz, Petra/Taffertshofer, Andreas (2005): Quantitative Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Wiesbaden, S. 85-114
- Magerhans, Alexander (2016): Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden
- Mairhofer, Andreas (2019): Die Formalisierung der Sozialen Arbeit. Methodische Modernisierungen in sozialen Diensten. Weinheim
- Mamier, Jasmin/Pluto, Liane/Santen, van Eric/Seckinger, Mike (2003): Institutionenbefragung am Beispiel von Jugendamtsbefragungen, In: Otto, Hans-Uwe/Oelerich, Gertrud/Micheel, Heinz-Günter (2003): Empirische Forschung und Soziale Arbeit. Ein Lehr- und Arbeitsbuch. Darmstadt
- Pooch, Marie-Theres/Kappler, Selina (2017): Datenreport des Monitorings zum Stand der Prävention sexualisierter Gewalt an Kindern und Jugendlichen in Deutschland (2015-2018) zu den Handlungsfeldern Kindertageseinrichtungen, Heime, Kliniken und Einrichtungen des ambulanten Gesundheitsbereichs. Teilbericht 3. Berlin: Arbeitsstab des Unabhängigen Beauftragten für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs.
- Porst, Rolf (2001): Wie man die Rücklaufquote bei postalischen Befragungen erhöht. Mannheim
- Reuband, Karl-Heinz (2014): Schriftlich-postalische Befragung. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden, S. 643-660
- Schreyer, Inge/Kraus, Martin/Brandl Marion/Nicko, Oliver (2014): AQUA – Arbeitsplatz und Qualität in Kitas. Ergebnisse einer bundesweiten Befragung. München

UBSKM – Unabhängiger Beauftragter für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs (2013): Handbuch Schutzkonzepte sexueller Missbrauch Befragungen zum Umsetzungsstand der Empfehlungen des Runden Tisches „Sexueller Kindesmissbrauch“ Bericht mit Praxisbeispielen zum Monitoring 2012–2013. Berlin

Wagner, Pia/Hering, Linda (2014): Online-Befragung. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden, S. 661-673

Weber, Susanne/Brake, Anna (2005): Internetbasierte Befragung. In: Kühl, Stefan/Strodtholz, Petra/Taffertshofer, Andreas (2005): Quantitative Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Wiesbaden, S. 59-84

7.

Abbildungen und Tabellen

Abb. 1:	Rücklaufquoten der jeweiligen postalischen Erhebungen in Prozent nach Ablauf der Fristen	17
Abb. 2:	Anteil ausgefüllter Fragebögen nach Ablauf der jeweiligen Fristen, gemessen an der Gesamtzahl beantworteter Fragebögen der jeweiligen Befragung in Prozent	18
Abb. 3:	Rücklaufquoten der jeweiligen Online-Erhebungen in Prozent nach Ablauf der Fristen	27
Abb. 4:	Anteil ausgefüllter Online-Fragebögen nach Ablauf der jeweiligen Fristen, gemessen an der Gesamtzahl beantworteter Fragebögen jeder Befragung in Prozent	28
Abb. 5:	Rücklaufquoten der Jugendamtserhebung 2014 (postalisch) und des Pflegekinderb@rometers 2015 (online) nach der Dauer der Feldphase in Zusammenhang mit den Zeitpunkten der Frist-Enden und des Versands von Erinnerungsschreiben/-mails (in %)	35
Tab. 1:	Rücklaufquoten bei Wiederholungsbefragungen, unterschieden in frühere Teilnehmer und neu gezogene Einrichtungen	22

Deutsches Jugendinstitut e. V.
Nockherstraße 2
D-81541 München

Postfach 90 03 52
D-81503 München

Telefon +49 89 62306-0
Fax +49 89 62306-162

www.dji.de