

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Leitfaden – qualitative Interviews

Institut für Tourismus und Regionalforschung
Karl-Scharfenberg-Fakultät
Salzgitter

Prof. Dr. Brigitte Wotha/ Nina Dembowski, B. A.

25.05.2017

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	iii
Tabellenverzeichnis.....	iii
1. Der Unterschied zwischen qualitativer und quantitativer Forschung.....	1
2. Vorbereitung und Durchführung qualitativer Interviews	1
2.1 Interviewformen.....	1
2.2 Erstellung eines Leitfadens für qualitative Interviews	2
2.3 Auswahl und Ansprache von Interviewpartnerinnen und -partnern.....	2
2.4 Interviewdurchführung	3
3. Nachbearbeitung und Auswertung der qualitativen Erhebung	4
3.1 Das Transkribieren.....	4
3.2 Die Auswertung	4
3.3 Qualität und Bewertungskriterien der qualitativen Erhebung.....	5
Literaturverzeichnis.....	6

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Beispiel für die Anfertigung eines Präskripts	4
---	---

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Die wichtigsten Formen in der qualitativen Forschung inkl. kurzer Beschreibung	1
Tabelle 2 Die SPSS-Methode nach Helfferich	2
Tabelle 3 Beispiel eines Leitfadens zur qualitativen Einzelinterviewführung	2
Tabelle 4 Mögliche Fragestellungen von Probanden	3
Tabelle 5 Ablauf der inhaltlich-strukturierenden-Inhaltsanalyse nach Kuckartz	5

1. Der Unterschied zwischen qualitativer und quantitativer Forschung

Die qualitative Forschung setzt sich mit Fragestellungen auseinander, die anstreben, in der Vergangenheit oder Gegenwart liegende Verhaltensweisen, Perspektiven und Handlungslogiken von Akteuren in ihrem Umfeld zu ergründen und zu verstehen. Insbesondere sollen dabei Motive und Einstellungen untersucht werden (vgl. Magerhans 2016, nach Weis/Steinmetz 2008). Die qualitative Forschung setzt sich mit Einzelfällen auseinander, die vor dem Hintergrund der Diskussion in der wissenschaftlichen Literatur und des jeweiligen Kontexts interpretiert werden. Typische Methoden sind qualitative Interviews wie z.B. Expertengespräche, (teilnehmende) Beobachtungen, Einzelfallanalysen, Experimente oder auch qualitative Inhalts- oder Dokumentenanalysen.

Der quantitative Ansatz hingegen betrifft Daten, die mittels standardisierter Methoden erhoben werden und sich statistisch auswerten lassen. Dieser Forschungsansatz setzt sich mit größeren Fallzahlen bzw. Stichproben auseinander und strebt neue Erkenntnisse aus einer bekannten Grundgesamtheit an (vgl. Magerhans 2016).

Die Auswahl der Methodik hängt von dem Forschungsinteresse und dem Gegenstand der Forschung ab. Die Auswahl, welchen Forschungsansatz Sie wählen, sollten Sie gut überlegen und begründen. Dieser Leitfaden dient zur Unterstützung der Durchführung qualitativer Interviews.

2. Vorbereitung und Durchführung qualitativer Interviews

2.1 Interviewformen

Im Folgenden werden verschiedene Interviewformen qualitativer Forschung vorgestellt. Auch die Auswahl der Interviewform für Ihre Bachelorarbeit erfordert eine individuelle Auseinandersetzung. In Ihrer Abschlussarbeit wählen Sie Ihre Methodik, begründen Ihre Wahl ausführlich und belegen Sie mit den entsprechenden Literaturquellen.

Grundsätzlich lässt sich zwischen Einzel- und Gruppeninterviews unterscheiden. In der qualitativen Forschung sind teil- bzw. halbstrukturierte Interviews typische Formen. Diese Struktur wird durch das Anfertigen eines Leitfadens (vgl. Kapitel 2.2) sichergestellt. Die gebräuchlichsten Interviewformen sind in Tabelle 1 skizziert (vgl. Hug/ Poscheschnik 2015).

Interviewformen	Kurzbeschreibung
Fokussiertes Interview	Offene, teilstrukturierte Befragung – Erhebung subjektiver Sichtweisen in Bezug auf einen bestimmten Stimulus
Episodisches Interview	Offene, teilstrukturierte Befragung – Erhebung von biografischen Wissen & Regelwissen
Problemzentriertes Interview	Offene, teilstrukturierte Befragung – Erhebung von subjektiven Einstellungen in Bezug auf ein gesellschaftliches Problem
Halbstandardisiertes Interview	Offene, teilstrukturierte Befragung – Erhebung subjektiver Theorien in Bezug auf einen bestimmten Forschungsstand
Experteninterview	Offene, teilstrukturierte Befragung von Personen mit besonderer Expertise in Bezug auf einen bestimmten Forschungsstand
Gruppendiskussion bzw. Fokusgruppendifkussion	Mehr oder weniger strukturiertes Gespräch mehrerer Personen in Bezug auf ein bestimmtes Thema – moderiert von einer/m Forscher/in
Tiefeninterview	Offene, wenig strukturierte Befragung – Aufdeckung unbewusster Strukturen
Narratives Interview	Offene, unstrukturierte Befragung – Erhebung von biografischen Erzählungen

Tabelle 1 Die wichtigsten Formen in der qualitativen Forschung inkl. kurzer Beschreibung (eigene Darstellung nach Hug/Poscheschnik 2015)

2.2 Erstellung eines Leitfadens für qualitative Interviews

Bei der Erstellung eines Leitfadens für die Interviewdurchführung können Sie sich z.B. auf die SPSS-Methode nach Helfferich (2009) beziehen. Die vier Buchstaben stehen in diesem Fall für die Arbeitsschritte im Erstellprozess des Leitfadens, die in Tabelle 2 ersichtlich sind.

Buchstabenkürzel	Arbeitsschritt
S – sammeln	Offenes Brainstorming zum Sammeln von Fragen
P – prüfen	Fragen auf die Geeignetheit über prüfen – ungeeignete Fragen (geschlossene Fragen, reine Faktenabfragen, wertende Fragen, suggestive Fragen) werden gestrichen
S – sortieren	Die verbliebenen Fragen sortieren – nach <i>offene Erzählaufforderung</i> , <i>Aufrechterhaltungsfragen</i> und <i>konkrete Nachfragen</i>
S – subsumieren	Fragen subsumieren – an entsprechender Stelle in den Leitfaden einordnen

Tabelle 2 Die SPSS-Methode nach Helfferich (eigene Darstellung nach Kruse 2015 in Anlehnung an Helfferich 2009)

Ein Beispiel, wie die Fragen eines Leitfadens für qualitative Einzelinterviews aussehen können wird in Tabelle 3 dargestellt.

Fragen- bzw. Aussagenart	Beispielformulierung für den Interviewer/ -in
Begrüßung	<i>Herzlich willkommen. Schön, dass Sie sich Zeit genommen haben. Guten Tag. Ich begrüße Sie ganz herzlich zum heutigen Interview</i>
Vorstellung	<i>Mein Name ist... Ich komme von ...</i>
Erläuterung des Forschungsprojektes	<i>Gerne möchte ich mit Ihnen kurz noch einmal das Thema und auch den aktuellen Stand des Forschungsprojektes erläutern. Das Ziel dieses Interviews ist es...</i>
Einverständnisabfrage	<i>Sind Sie damit einverstanden, dass das Interview mittels Audiogerät aufgezeichnet wird?</i>
Eingangsfrage	<i>Ich möchte mit Ihnen ein Gespräch über das Thema X führen. Bitte sagen Sie mir alles, was Ihnen spontan zu X einfällt. Welche Aufgaben nehmen Sie hier zu dem Thema X wahr?</i>
Offene Leitfragen	<i>Möglichst offen, an den Forschungsfragen orientiert und nach der SPSS Methode geprüft und ausgewählt (s.o.)</i>
Neutrale Aufforderungen nach Rückfragen der Befragten	<i>Sie können anfangen, womit Sie wollen... Das liegt ganz bei Ihnen... Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten, allein das, was Sie über das Thema denken, ist wichtig...</i>
Positive, verstärkende Bewertung nach Rückfragen der Befragungsperson	<i>Das kann ich (sehr) gut nachvollziehen</i>
Präzisierungen	<i>Mit anderen Worten...? Sie meinen...?</i>
Aussagen, die ein Gespräch wieder beleben können	<i>Denken Sie ruhig noch etwas nach Wieso? Was halten Sie davon? Was können Sie mir sonst noch dazu sagen?</i>
Zurückliegendes erneut aufgreifen	<i>Sie haben vorhin gesagt... Um noch einmal auf das Thema X zurückzukommen...</i>
Zusatzfragen nach Abschluss des Interviews	<i>Was ist an X besonders positiv bzw. negativ? Welche zukünftigen Entwicklungen wären wünschenswert? Ggfs. Welche weitere Person sollte ich noch interviewen?</i>
Verabschiedung	<i>Aus Wiedersehen. Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben. Vielen Dank für das Interview. Kommen Sie gut nach Hause.</i>

Tabelle 3 Beispiele für Fragen in der qualitativen Einzelinterviewführung (eigene Darstellung nach Magerhans 2016 in Anlehnung an Neumann 2006)

2.3 Auswahl und Ansprache von Interviewpartnerinnen und -partnern

Die Auswahl von Interviewpartnern/-innen richtet sich nach Ihren Forschungsfragen. Die **Anzahl der Gespräche** orientiert sich nach den Erkenntnissen und dem Forschungsgegenstand. Für Expertengespräche wählen Sie Personen, die mit dem Thema Ihrer Bachelorarbeit an entscheidender Stelle befasst sind. Bitte bereiten Sie die Gespräche gut vor und fragen keine Rahmendaten ab, die Sie aus

anderen Quellen beziehen können. Ihr Interesse sind über die von Ihnen bereits erfassten Rahmen-
daten hinaus Erkenntnisse über Haltungen, Einschätzungen und Handlungslogiken.

Ihre Ansprache der zu befragenden Personen kann durch verschiedene Strategien erfolgen. Im
Folgenden werden Ihnen hierzu Beispiele genannt. Zum einen können Sie das **Schneeballverfahren**
anwenden. Bei diesem Verfahren bitten Sie die interviewten Personen, wiederum andere Personen
zu benennen, die angesprochen werden können (vgl. z.B. Kruse 2015). Diese Strategie bietet sich an,
wenn innerhalb vorgegebener Strukturen weitere Probanden gefunden werden sollen. Zum anderen
können Sie das **Gatekeeper/-innen bzw. Multiplikatoren/-innen Verfahren** anwenden. Diese
Strategie bezieht sich auf die Ansprache von Personen, die in ihrer Institution oder Organisation pas-
sende Interviewpartner/-innen benennen. Des Weiteren können Sie sich **direkter Recherche-**
strategien bedienen, wie z.B. die Suche über Telefonbücher, Internetauftritte oder z.B. Anzeigen in
Zeitungen und anderen Medien. Natürlich können Sie verschiedene der zuvor genannten Strategien
miteinander kombinieren (vgl. Kruse 2015).

Die Erstkontaktaufnahme sollten Sie zunächst telefonisch und nur in Ausnahmefällen schriftlich
gestalten. Höfliches Nachfassen, falls keine Antwort erfolgt, ist erlaubt. Unabhängig von der Wahl der
Ansprache gilt, die Informationen die Sie vermitteln wollen im Vorfeld schriftlich festzuhalten –
mögliche Interviewpartner/-innen stellen sich zumeist folgende Fragen:

Mögliche Informationsbedürfnisse der Interviewpartner/-innen
Was ist das für ein Studienprojekt, warum und wozu wird es gemacht?
Wieso soll gerade ich interviewt werden und was habe ich davon?
Was ist das für ein Interview und wie ist der Ablauf?
Wie lange wird das Gespräch in etwa dauern?
Was passiert mit meinen Daten?

Tabelle 4 Mögliche Informationsbedürfnisse der Interviewpartnerinnen und Interviewpartner
(eigene Darstellung nach Kruse 2015)

Planen Sie eine Pufferzeit ein, da die Gespräche oftmals länger dauern. Nach dem Erstkontakt sollten
Sie alle Absprachen per E-Mail noch einmal bestätigen.

2.4 Interviewdurchführung

Die Interviewdurchführung ist aufgrund des hohen kommunikativen Aufwands eine anspruchsvolle
Situation für Sie. Generell sind Face-to-Face-Interviews zu bevorzugen. Telefonische Interviews
führen oft zu anderen Ergebnissen. Ihre Grundhaltung ist offen und eher einem Gespräch gleich-
zusetzen. Die Gespräche werden nach der Einverständnisabfrage mittels Audiogeräten aufgezeich-
net, was die weitere Verarbeitung für Sie vereinfacht und die Nachvollziehbarkeit gewährleistet (das
benötigte Aufnahmegerät kann in Raum B.2OG.05 ausgeliehen werden. In dem Fall, dass kein Gerät
zur Verfügung steht, können Sie sich mit Hilfsmitteln wie dem Smartphone behelfen). Während des
Interviews ist es wichtig, den Interviewten bei der Beantwortung der Fragen so viel Raum wie mög-
lich zu lassen. Somit wird eine Beeinflussung durch Sie weitgehend verhindert. Dabei sollten Sie aktiv
vermeiden, Fragen zu stellen, die beispielsweise eine spezifische Wirkung haben oder Deutungs-
angebote beinhalten (vgl. Kruse 2015).

Eine Form der Arbeitserleichterung in der Interviewaufbereitung und Durchführung ist die Anfer-
tigung von **Prä- und Postskripten**.

Ein **Präskript** beinhaltet Notizen im Vorfeld des Interviews. In diesem werden Ihre Erwartungen an das konkrete Interview sowie Ihre Befindlichkeiten schriftlich festgehalten. Die Anfertigung eines Präskriptes verdeutlicht Ihnen vor Beginn des Gespräches noch einmal das Ziel des Interviews (vgl. Mey/ Mruck 2007).

Ein Beispiel für die Erstellung eines **Präskripts** kann in Abbildung 1 eingesehen werden.

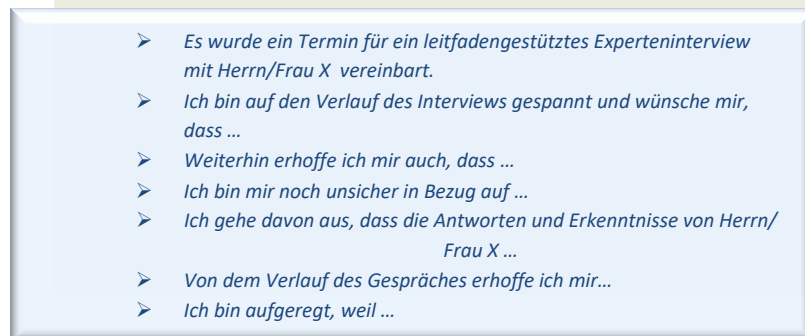
- 
- *Es wurde ein Termin für ein leitfadengestütztes Experteninterview mit Herrn/Frau X vereinbart.*
 - *Ich bin auf den Verlauf des Interviews gespannt und wünsche mir, dass ...*
 - *Weiterhin erhoffe ich mir auch, dass ...*
 - *Ich bin mir noch unsicher in Bezug auf ...*
 - *Ich gehe davon aus, dass die Antworten und Erkenntnisse von Herrn/
Frau X ...*
 - *Von dem Verlauf des Gespräches erhoffe ich mir...*
 - *Ich bin aufgeregt, weil ...*

Abbildung 1 Beispiel für die Anfertigung eines Präskripts (eigene Darstellung nach Jaeggi/Faas/Mruck 1998)

Unmittelbar nach jedem Interview sollten Sie zusätzlich ein **Postsript** anfertigen, welches nonverbale Aspekte des Gespräches enthält. Dieses enthält Merkmale wie: Gesprächsatmosphäre, Befindlichkeiten, Rapport (Beziehung zwischen Ihnen und der interviewten Person), Gesprächsverlauf, Interaktion, Besonderheiten, auffallende Themen und Störungen (vgl. Kruse 2015).

3. Nachbearbeitung und Auswertung der qualitativen Erhebung

3.1 Das Transkribieren

Die Transkription ist das schriftliche Fixieren der zuvor aufgezeichneten Interviews. Für die Transkription und die Auswertung der Interviews sollten Sie genügend Zeit einplanen. Erstellen Sie bitte im Vorwege einen Transkriptionsleitfaden. Dieser enthält Transkriptionsregeln, die von Ihnen eigenständig nach Ihren Forschungsfragen festgelegt werden. So kann darüber entschieden werden, ob Räuspern, Füllwörter („ähm“ etc.), Sprechpausen oder auch Seufzen in das Transkript einfließen sollen (vgl. Kuckartz 2016). Die Programme MAXQDA zum Auswerten und f4 zur Transkription von Audiodateien sind in der Hochschule vorhanden (MAXQDA: Poolraum A.10G.03; das Programm f4 inkl. Aufnahmegerät kann in Raum B.20G.05 ausgeliehen werden). Es gibt aber auch entsprechende freeware (z.B. easytranscript <http://www.e-werkzeug.eu/index.php/de/>). Die Transkripte werden als Datei oder ausgedruckt den Prüfenden mit der Abgabe zugänglich gemacht. Bitte geben Sie ggfs. gesondert zu der Abgabe beim Prüfungsamt eine CD für die Prüfer/-innen ab (dies wird unterschiedlich gehandhabt – bitte mit den jeweils mit den Prüfenden absprechen).

3.2 Die Auswertung

Auch für die Auswertung qualitativer Interviews steht Ihnen eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung. Im Folgenden einige Möglichkeiten, die Sie nach Absprache und auswählen und Ihre Auswahl begründen. Die **qualitative Inhaltsanalyse** ist ein Auswertungsverfahren des qualitativen Forschens, die zum Ziel hat, schriftlich festgehaltene Kommunikation systematisch und theoriegeleitet zu analysieren (vgl. Mayring 2002/2010). Auf Grund des zeitlichen Rahmens von Bachelorarbeiten wird an diesem Punkt die **inhaltlich-strukturierende-qualitative-Inhaltsanalyse** nach Kuckartz (2016) oder

Mayring (2015) empfohlen. Kuckartz bietet eine klare Strukturierung des Vorgehens zur Analyse des transkribierten Materials, die in Tabelle 5 skizziert wird. Beide Vorgehen sind gut mit der Analysesoftware MAXQDA kompatibel.

Neben der Analyse beschreibt Kuckartz (2016) die Bildung der Kategorien und Kodierregeln, das Vorgehen der Erstellung von Subkategorien sowie die grafische Darstellung der Ergebnisse. Eine Anpassung dieses Auswertungsverfahrens ist von Ihnen zu begründen und zu dokumentieren. Hier können die Betreuer/-innen der Bachelorarbeit zu Rate gezogen werden. Zur weiteren Erläuterung qualitativer Inhaltsanalysen kann Mayring (2015) herangezogen werden.

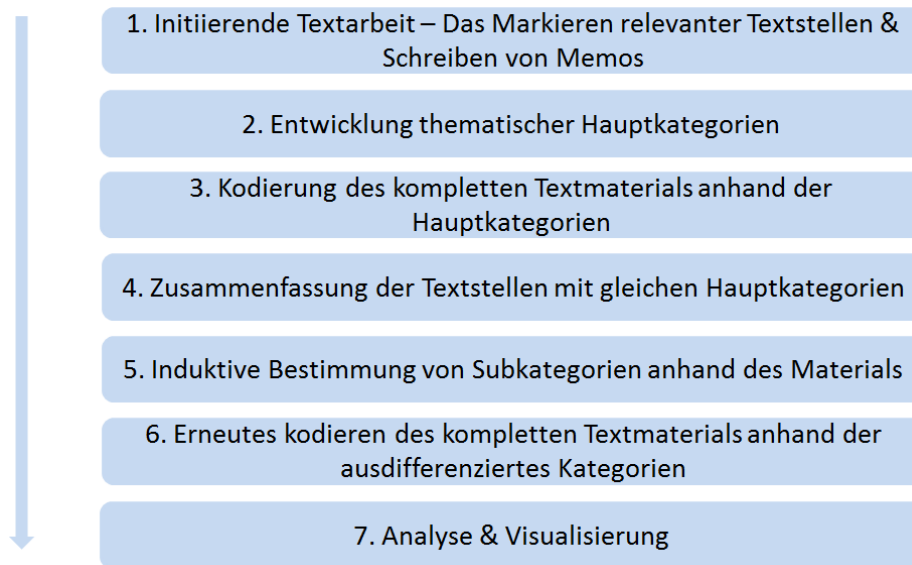


Tabelle 5 Ablauf der inhaltlich-strukturierenden-Inhaltsanalyse (eigene Darstellung nach Kuckartz 2016)

3.3 Qualität und Bewertungskriterien der qualitativen Erhebung

Auch Ihre qualitative Forschungsarbeit muss nach allgemein gültigen Kriterien bewertet werden. Sie sollten insbesondere folgende Kriterien grundsätzlich einhalten: Sie sollten Ihren Forschungsprozess transparent und nachvollziehbar für die Prüfer/-innen gestalten, was durch eine **Dokumentation** Ihres Vorgehens sichergestellt werden kann. Hierbei ist es wichtig, dass Sie die Begründung Ihrer Methodenauswahl ausweisen und die einzelnen Schritte nachvollziehbar dokumentieren (vgl. Flick/Kardorff/Steinke 2012). Sollte die inhaltlich-strukturierende-Inhaltsanalyse gewählt werden ist die **inhaltliche Übereinstimmung** zu berücksichtigen, bei der die Anwendung der festgelegten Kategorien konsequent und durchdacht erfolgt (vgl. Kuckartz 2016). Im Allgemeinen sollte der Forschungsprozess Ihre Erkenntnisse im Zusammenhang mit der Fachliteratur **schlüssig argumentativ** dargestellt sein und auf Basis hinreichender Textbelege (z.B. Zitate aus den Interviews) belegt werden. Ihre Bachelorarbeit soll damit inhaltlich kohärent sein und immer wieder auf **Relevanz (Forschungsfrage!)** geprüft werden. Zudem ist eine **Reflexion Ihres gesamten Forschungsprozesses** von großer Wichtigkeit (vgl. Kuckartz 2016; Flick/Kardorff/Steinke 2012).

Literaturverzeichnis

Flick, U./ von Kardorff, E./ Steinke, I. (2012): Qualitative Forschung – Ein Handbuch (9. Auflage). Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Hug, T./ Poscheschnik, G. (2015): Empirisch forschen – Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium (2. Auflage). Wien: Verlag Huter & Roth KG

Jaeggi, E./ Faas, A./ Mruck, K. (1998): Denkverbote gibt es nicht! Vorschlag zur interpretativen Auswertung kommunikativ gewonnener Daten. 2. Überarbeitete Fassung. Forschungsbericht aus der Abteilung Psychologie im Institut für Sozialwissenschaften der Technischen Universität Berlin, Nr. 98-2. URL: https://www.ph-freiburg.de/fileadmin/dateien/fakultaet3/sozialwissenschaft/Quasus/Volltexte/jaeggi_mruck.denkverbote.pdf

Kruse, J. (2015): Qualitative Interviewforschung – Ein integrativer Ansatz (2. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa

Kuckartz, U. (2016): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (3. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa

Magerhans, A. (2016): Marktforschung – Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung (5. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa

Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (11. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa

Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (12. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa

Mey, G. / Mruck, K. (2007): Qualitative Interviews. In: Naderer, G./ Balzer, E. (Ed.): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden und Anwendungen. Wiesbaden: Gabler 2007. URN: <http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/299>