

# Das Antwortverhalten befragter Mitarbeiter - eine kognitionspsychologische Perspektive

Armin Trost

- 1 Einleitende Bemerkungen
- 2 Die kognitiven Aufgaben eines befragten Mitarbeiters
  - 2.1 Das Verstehen der Frage
  - 2.2 Der Abruf relevanter Gedächtnisinhalte
  - 2.3 Die Urteilsbildung
  - 2.4 Die Formatierung des Urteils
  - 2.5 Die Editierung des Urteils
- 3 Kontexteffekte
  - 3.1 Kontexteffekte beim Verstehen der Frage
  - 3.2 Kontexteffekte beim Abruf von Informationen
  - 3.3 Kontexteffekte bei der Urteilsbildung
  - 3.4 Kontexteffekte bei der Formatierung des Urteils
  - 3.5 Kontexteffekte bei der Editierung des Urteils
- 4 Konsequenzen
  - 4.1 Interpretation von Befragungsergebnissen
  - 4.2 Konstruktion des Erhebungsinstruments
- 5 Literatur

## 1 Einleitende Bemerkungen

Im Zentrum einer Mitarbeiterbefragung (MAB) steht die *Befragung* der Mitarbeiter, jene Phase, in der die Mitarbeiter einer Organisation damit befaßt sind, Fragebogen mit meist standardisierten Fragen und geschlossenen Antwortvorgaben auszufüllen. In dieser Phase sind die Mitarbeiter aufgefordert, zu einer Vielzahl einzelner Fragen Antworten abzugeben. Diese Fragen beziehen sich im allgemeinen auf eine Reihe unterschiedlicher Themenbereiche. Die Allgemeinen Arbeitsbedingungen, das Vorgesetztenverhalten, die Zusammenarbeit mit den Kollegen sind nur drei Beispiele aus einem weiten Spektrum möglicher Fragenschwerpunkte (Borg, 1995a; Domsch & Schneble, 1993). Hierbei steht meist die Messung der Zufriedenheit mit Aspekten dieser Themenbereiche im Vordergrund. In Abbildung 1 ist eine Beispielfrage wiedergegeben. Auf dieses Beispiel wird im folgenden wiederholt Bezug genommen.

<b>Wie zufrieden sind Sie mit der Qualität Ihrer Arbeit?</b>				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sehr zufrieden	zufrieden	teils-teils	unzufrieden	sehr unzufrieden

Abbildung 1: Eine Beispielfrage.

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit den kognitiven Prozessen, die der Beantwortung von Zufriedenheitsskalen der in Abbildung 1 gezeigten Art zugrunde liegen. Dies geschieht in der Überzeugung, daß dem Verständnis dieser Prozesse für praxisbezogene Fragestellungen (Fragebogenkonstruktion, Ergebnisinterpretation, usw.) eine hohe Bedeutung zukommt.

Die kognitive Umfrageforschung, die sich die Erklärung kognitiver Prozesse im Antwortverhalten Befragter zum Ziel gesetzt hat, erfuhr in den vergangenen Jahren einen beachtlichen Aufschwung. Begründet wurde diese Forschungsrichtung im wesentlichen durch die Arbeit von Sudman und Bradburn (1982) und das erstmals im Jahr 1981 erschienene Buch von Schumann und Presser (1996). In einer Publikation von Hippler, Schwarz und Sudman (1987) wurden Beiträge einer Mannheimer Konferenz zur kognitiven Umfrageforschung veröffentlicht, die zu einem weiteren Meilenstein dieser Disziplin wurden. Dem folgten weitere wichtige Publikationen (Schwarz & Sudman, 1992, 1994, 1995). In der Zwischenzeit liegt ein erstes Lehrbuch zu kognitiven Prozessen bezüglich der Befragungsmethode vor (Sudman, Bradburn & Schwarz, 1996). Das Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, ausgewählte und als relevant erachtete Grundüberlegungen dieser praxisrelevanten Forschungsrichtung vor dem Hintergrund von MAB zu diskutieren. Dieser Beitrag stellt somit keine Zusammenfassung der Erkenntnisse dieser Disziplin dar.

Im folgenden Abschnitt werden die kognitiven Aufgaben, die ein befragter Mitarbeiter bei der Beantwortung einzelner Fragen zu erfüllen hat, aufgezeigt. Anschließend wird auf die Bedeutung des Befragungskontextes und die Entstehung von Kontexteffekten eingegangen. In Abschnitt 4 werden schließlich Konsequenzen, die sich aus den bis dahin angestellten Überlegungen ableiten lassen, diskutiert.

## **2 Die kognitiven Aufgaben eines befragten Mitarbeiters**

Beim Ausfüllen eines Fragebogens wiederholt sich für den Befragten ein immer wiederkehrender Prozeß, der mit dem Verstehen einer Frage beginnt und mit der Artikulation einer Antwort, meist durch Anbringen eines Kreuzchens in einem vorformatierten Kästchen, endet.

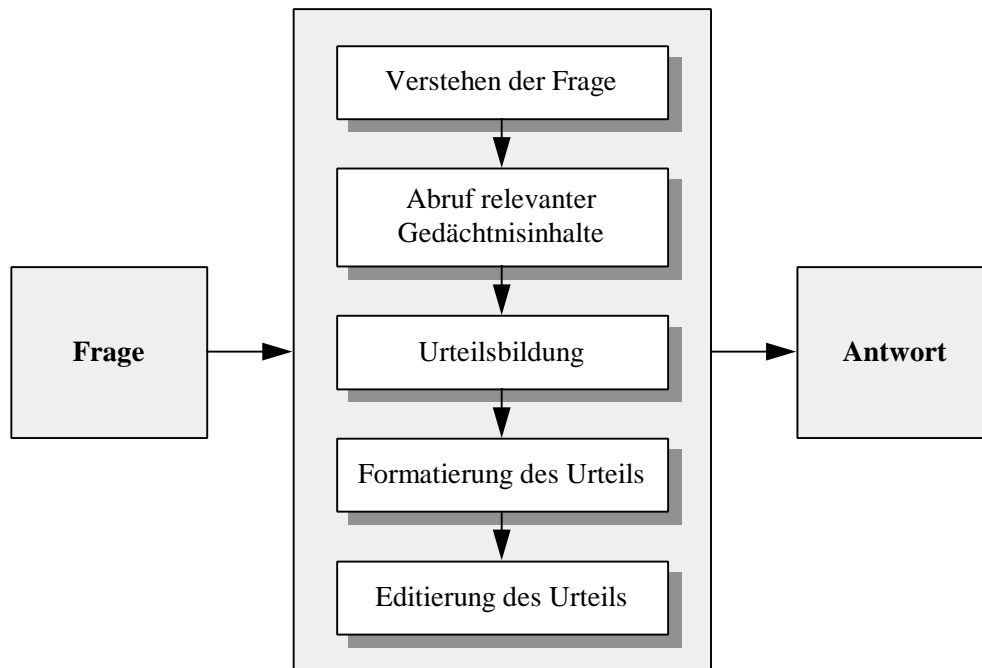


Abbildung 2: Die kognitiven Aufgaben eines Befragten.

Im Bereich der kognitiven Umfrageforschung besteht weitestgehend ein Konsens darüber, daß Befragte in der Befragungssituation eine Reihe spezifischer Aufgaben zu lösen haben (z. B. Strack, 1994; Strack & Martin, 1987; Sudman, Bradburn & Schwarz, 1996; Tourangeau & Rasinski, 1988). Diese Aufgaben lassen sich anhand eines Prozeßmodells beschreiben. Wird ein Mitarbeiter nach der Zufriedenheit mit der Qualität seiner Arbeit gefragt, so muß dieser die Frage zunächst verstehen. Dies bedeutet bezüglich dieses Beispiels, daß sich der Befragte an Merkmale und Ereignisse aus der Vergangenheit erinnern muß, die dieser mit seiner Arbeit und deren Qualität in Verbindung bringt. Ausgehend von den Erinnerungen, die ihm hierzu in den Sinn kommen, muß er schließlich auf der Grundlage eines individuellen Standards ein Zufriedenheitsurteil bilden, vorausgesetzt er kann auf kein verfügbares Urteil aus der Vergangenheit zurückgreifen. Als nächstes steht der Befragte vor der Aufgabe, sein Urteil in den vorgegebenen Antwortkategorien unterzubringen. Dieser Schritt wird als die Formatierung des Urteils bezeichnet. Der Gesamtprozeß schließt damit, daß der befragte Mitarbeiter sein Urteil editieren muß. Hierbei hat er eine Entscheidung darüber zu treffen, inwieweit er sein zunächst gebildetes Urteil tatsächlich zum Ausdruck bringt oder ob er sein Urteil in eine bestimmte Richtung korrigiert. Abbildung 2 gibt diesen Gesamtprozeß schematisch wieder.

Die Abfolge der einzelnen Prozeßschritte ist nicht unbedingt zeitlich sequentiell zu verstehen. Es ist vielmehr davon auszugehen, daß Befragte bei der Beantwortung einer Frage zwischen den unterschiedlichen Aufgaben hin und her springen. So kann etwa der Abruf relevanter Informationen einen Einfluß auf das Verständnis ausüben.

In den folgenden Abschnitten werden die verschiedenen Aufgaben eines Befragten detailliert behandelt.

## 2.1 Das Verstehen der Frage

Die Beantwortung einer Frage durch einen Mitarbeiter beginnt damit, daß dieser die an ihn gerichtete Frage in irgendeiner Weise interpretieren muß. Dieser Teilprozeß basiert

zunächst auf dem Verständnis der einzelnen Begriffe, die eine Frage beinhaltet. Ausgehend vom Verständnis dieser Begriffe entwickelt der Befragte eine semantische Interpretation bezüglich der Frage insgesamt. Darüber hinaus beinhaltet jede Frage neben dem semantischen Inhalt eine pragmatische Aufforderung. Der Befragte muß eine Vorstellung davon entwickeln, was der Untersucher im Zusammenhang mit der jeweiligen Frage von ihm wissen möchte. Es ist davon auszugehen, daß dieser Prozeß einer alltäglichen Konversation gleichermaßen zugrunde liegt. Wird z.B. die Frage „Wie geht’s?“ gestellt, so bereitet die semantische Interpretation dieser Frage im allgemeinen keine Probleme. Die pragmatische Interpretation dieser Frage kann demgegenüber recht unterschiedlich ausfallen. Während die einen sich dazu aufgefordert sehen, mit einem „und selber?“ zu antworten, liefern andere eine eher detaillierte Information über ihre momentane Befindlichkeit. Die pragmatische Interpretation einer Frage erlangt in erster Linie bei offenen Fragen eine Relevanz. Im folgenden wird daher vor allem auf das semantische Verständnis einer Frage eingegangen.

Greifen wir zur Verdeutlichung dieser kognitiven Aufgabe das Beispiel aus Abbildung 1 auf. Der befragte Mitarbeiter muß für sich zunächst die Frage beantworten, was der Untersucher mit "Qualität der Arbeit" meint. Theoretisch sind hier mehrere Möglichkeiten denkbar. Zwei Alternativen seien hierzu aufgeführt.

- Unter "Qualität der Arbeit" meint der Untersucher die Güte dessen, was man in der alltäglichen Arbeit als Produkt oder Dienstleistung hervorbringt: „Wie zufrieden bin ich mit dem, was ich tagtäglich leiste?“
- "Qualität der Arbeit" bezieht sich auf Merkmale der Tätigkeit. Hier können Aspekte wie Entscheidungsfreiheit, Schädigungslosigkeit, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten etc. relevant sein: „Wie zufrieden bin ich mit den Bedingungen meiner Tätigkeit?“

Was der befragte Mitarbeiter unter "Qualität der Arbeit" versteht, bleibt letztlich ihm überlassen. Gerade bei Fragebogenerhebungen ist dies insofern problematisch, als Befragte hierbei keine Möglichkeit haben, ihre Interpretation der Frage durch das Einbringen von Verständnisfragen zu regulieren.

Frageninhalte sind für Befragte unterschiedlich eindeutig. Während die soziodemographische Frage nach dem Geschlecht bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten zu keinen semantischen Interpretationsschwierigkeiten führt, ist dies bei Fragen nach beispielsweise der "internen und externen Kundenzufriedenheit" oder bei Fragen, die sich auf bestimmte Maßnahmen, wie etwa einer ISO 9000-Zertifizierung oder einer Einführung von Lean Management beziehen, weitaus häufiger der Fall. Am uneindeutigsten sind Fragen dann, wenn sie sich auf Inhalte beziehen, für die es in der Realität keine Entsprechung gibt. In der Umfrageforschung wurden solche Fragen, die zurecht als unsinnig zu bezeichnen sind, verwendet, um bestimmte Prozesse im Antwortverhalten Befragter zu untersuchen (Bishop, Tuchfaber & Oldendick, 1986; Bungard, 1979; Schuman & Presser, 1996; Smith, 1984). Zwei immer wieder auftretende Ergebnisse sind hierbei von besonderem Interesse. Erstens werden solche Fragen von der überwiegenden Mehrheit der Befragten beantwortet. Befragte lassen sich durch den objektiven Unsinn einer Frage offensichtlich nicht davon abhalten, eine Antwort abzugeben. Zweitens sind die Antworten der Befragten keineswegs zufällig. Vielmehr unterliegt der Beantwortungsprozeß bezüglich Fragen dieser Art systematischen Einflüssen. Auch konzentrieren sich die Befragungsergebnisse bezogen auf derartige Fragen häufig nicht auf die neutrale Mitte. Diese Ergebnisse sind im Hinblick auf das Verstehen einer Frage von hoher Bedeutung: Wie

verleiht ein Befragter einer Frage eine semantische Bedeutung, wenn diese objektiv gänzlich bedeutungslos ist?

Befragte gehen zurecht davon aus, daß der sequentielle Verlauf einer Befragung einen inhaltlichen "roten Faden" aufweist. Fragen werden im Rahmen einer schriftlichen Befragung häufig in einzelne abgegrenzte Themenblöcke gegliedert. Dem Befragten wird es dadurch ermöglicht, vom Inhalt einer Frage auf den Inhalt der unmittelbar folgenden Frage zu schließen. Findet sich die Frage zur "Qualität der Arbeit" in einer Reihe von Fragen zu äußeren Rahmenbedingungen, Belastungsfaktoren etc. wieder, wird der befragte Mitarbeiter diese eher im Hinblick auf die Bewertung von Tätigkeitsmerkmalen interpretieren.

Die kognitive Psychologie legt die Annahme nahe, daß Befragte die Bedeutung einer Frage auf der Basis jener Gedächtnisinhalte deuten, die den Befragten in der Befragungssituation am leichtesten in den Sinn kommen (Anderson, 1988). Dabei handelt es sich um Inhalte, an die der Befragte bis zu diesem Zeitpunkt am häufigsten gedacht hat, um Inhalte, mit denen sich der Befragte in der unmittelbaren Vergangenheit am häufigsten beschäftigt hat oder um prägnante einmalige Ereignisse. Die Frage „Wie stehen Sie zum Thema Golf?“ wird demnach von einem Golf-Fahrer anders verstanden als von einem Golf-Spieler.

## **2.2 Der Abruf relevanter Gedächtnisinhalte**

Ausgehend von der subjektiven Interpretation einer Frage hat der befragte Mitarbeiter die Aufgabe, relevante Informationen aus dem Gedächtnis abzurufen. Der befragte Mitarbeiter muß sich eine mentale Vorstellung vom erfragten Sachverhalt bilden. Nehmen wir an, ein Mitarbeiter würde die in Abbildung 1 dargestellte Beispielfrage im Sinne einer Bewertung der Tätigkeitsmerkmale der eigenen Arbeitssituation interpretieren, so müßte sich dieser im folgenden eine bewußte Vorstellung von diesen Merkmalen bilden. Die in MAB erfragten Sachverhalte sind den befragten Mitarbeitern in der Befragungssituation durch direkte Wahrnehmung meist nicht zugänglich. Dies bedeutet, daß die Vorstellungen über die erfragten Sachverhalte auf der Basis von Erinnerungen ins Bewußtsein gerufen werden müssen.

Sieht sich ein Mitarbeiter entsprechend dem Beispiel "Qualität der Arbeit" mit der Aufgabe konfrontiert, über Merkmale seiner Tätigkeit nachzudenken, so wird diese Aufgabe durch einige Faktoren wesentlich erschwert. Erstens weist jede Arbeitstätigkeit eine unendliche Anzahl einzelner Merkmale auf, zweitens hat ein Befragter beim Ausfüllen eines Fragebogens kaum Zeit, intensiv über seine Tätigkeit nachzudenken. Drittens ist die kognitive Informationsverarbeitungskapazität eines jeden Menschen von Natur aus begrenzt, so daß der befragte Mitarbeiter in dieser Situation nicht fähig ist, alle Aspekte seiner Arbeitssituation ins Gedächtnis zu rufen. Wie bewältigt ein Mitarbeiter, der sich mit der Beantwortung dieser (durchaus üblichen) Frage konfrontiert sieht, diese eigentlich unlösbare Aufgabe?

Die kognitionspsychologische Forschung hat hierauf eine einfache Antwort. Zunächst wird davon ausgegangen, daß es sich beim Menschen im allgemeinen um einen sogenannten "kognitiven Geizkragen" handelt (Taylor, 1981; Leyens & Codol, 1990). Der Mensch versucht, mit möglichst geringem kognitiven Aufwand auszukommen, um die Vielzahl alltäglicher Entscheidungen zufriedenstellend zu treffen. Der Mensch wird daher auch als "satisfizer" bezeichnet, der bestrebt ist, Probleme zufriedenstellend zu lösen, im Gegensatz zum "optimizer", der sich das Ziel gesteckt hat, immer das Best-

mögliche zu erreichen (Simon, 1981). Für den Abruf relevanter Gedächtnisinhalte in der Befragungssituation bedeutet dies, daß der Befragte solange in seinem Gedächtnis sucht, bis er aus subjektiver Sicht genügend Informationen im Bewußtsein hat. Dann bricht er seine Suche ab.

Die kognitive Verfügbarkeit von Gedächtnisinhalten spielt hierbei eine entscheidende Rolle. Wird ein Mitarbeiter dazu veranlaßt, über Merkmale seiner Arbeitstätigkeit nachzudenken, wird sich dieser an folgende Merkmale am leichtesten erinnern:

- Merkmale, an die der Befragte kurze Zeit vor der Befragung gedacht hat
- Merkmale, mit welchen sich der befragte Mitarbeiter in der Vergangenheit häufig beschäftigt hat
- Merkmale, die beim Befragten zu einer intensiven Auseinandersetzung mit denselben geführt haben
- Einzigartige (saliente) Merkmale

Diese Aufzählung von Faktoren hinsichtlich der Reproduktion von Gedächtnisinhalten erhebt keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit. Darüber hinaus wird auf eine Gewichtung dieser Faktoren, wie sie im Rahmen der kognitionspsychologischen Literatur diskutiert wird, verzichtet (Kintsch, 1982; Lindsey & Norman, 1977). Es soll vielmehr darauf hingewiesen werden, daß Urteile nicht auf der Basis aller objektiv relevanten Informationen erfolgen, sondern auf der Grundlage eines kognitiv in der Befragungssituation verfügbaren Erinnerungsausschnitts.

In diesem Zusammenhang sind zwei Arten verfügbarer Gedächtnisinhalte zu unterscheiden, nämlich chronisch und temporär verfügbare Gedächtnisinhalte. Chronisch verfügbare Gedächtnisinhalte sind Inhalte, die einem Befragten ohne intensives Nachdenken zu jedem Zeitpunkt in den Sinn kommen. Temporär verfügbare Gedächtnisinhalte sind demgegenüber Inhalte, die nur durch intensives Nachdenken oder durch externe Hinweise ins Bewußtsein gelangen. Gedächtnisinhalte sind in erster Linie dann chronisch verfügbar, wenn sie Teil der alltäglichen Auseinandersetzung sind. Diese Unterscheidung wird im Zusammenhang mit der Entstehung von Kontexteinflüssen beim Abruf relevanter Informationen (Abschnitt 3.2) aufgegriffen.

### 2.3 Die Urteilsbildung

Die Literatur zum Thema Arbeitszufriedenheit legt die Vorstellung nahe, Mitarbeiter würden über eine bestimmte Zufriedenheit bezüglich unterschiedlicher Aspekte ihrer Arbeit verfügen, deren Ausprägung durch bloßes Erfragen in Erfahrung gebracht werden kann (Neuberger, 1974, 1985). Dies trifft auf einzelne Mitarbeiter und einzelne Aspekte sicherlich auch zu. Ein EDV-Spezialist, der seit langer Zeit für die Anschaffung moderner Hard- und Software eintritt, wird auf die Frage nach der Zufriedenheit mit der EDV-Ausstattung ein Urteil verfügbar haben, welches er schon vor der Befragung gebildet hat. Auf dieses kann er in der Befragungssituation direkt zurückgreifen. In MAB sind Mitarbeiter jedoch nicht selten aufgefordert, je nach Anzahl der Fragen über 100 Einzelurteile zu fällen. Es wäre unrealistisch, ein dauerhaft abrufbares und differenziertes Gefüge von 100 und mehr Einzelzufriedenheiten anzunehmen. Es liegt vielmehr nahe, daß Mitarbeiter in der Befragungssituation temporäre Urteile über die Mehrheit der erfragten Sachverhalte bilden.

Diese Urteile basieren auf den Informationen, die einem Befragten zum jeweilig erfragten Sachverhalt in den Sinn kommen. Wird ein Mitarbeiter nach der Zufriedenheit

mit seinem Einkommen gefragt, so ist davon auszugehen, daß sich dieser zunächst an sein Einkommen erinnert. Um ein Zufriedenheitsurteil bezogen auf das Einkommen zu bilden, hat der Befragte die Aufgabe, dieses an einem Vergleichsstandard zu messen, da es sich bei Zufriedenheitsurteilen immer um komparative Urteile handelt. Ein Jahresgehalt von 80.000 DM Brutto ist für den einen Mitarbeiter Grund genug, Zufriedenheit zu äußern. Andere Mitarbeiter würden ein Gehalt dieser Höhe als unbefriedigend bezeichnen. Der Unterschied zwischen diesen beiden Kategorien von Mitarbeitern besteht in deren Vergleichsstandard.

Der Ökonom Easterlin untersuchte mittels standardisierter Befragung die allgemeine Lebenszufriedenheit von weißen und farbigen Einwohnern Nordamerikas. Ziel der Untersuchung war es, Unterschiede der Zufriedenheit in Abhängigkeit des sozialen Lebensstandards herauszufinden. Das Ergebnis bestand darin, daß die Bewohner "farbiger" Siedlungen gleich zufrieden waren wie die Bewohner "weißer" Siedlungen. Dies verwundert insofern, als der objektive Lebensstandard der "farbigen" Bewohner weit unter dem der "weißen" Bewohner lag. Die Annahme, Geld mache auch nicht glücklich, schien damit bestätigt zu sein. Als Easterlin schließlich "farbige" Bewohner in "weißen" Wohnbezirken befragte, zeigte sich ein erheblicher Unterschied in der Lebenszufriedenheit: "Farbige" Bewohner in "weißen" Siedlungen sind unzufriedener als ihre "weißen" Nachbarn (Easterlin, 1974).

Dieses Beispiel macht deutlich, daß objektive Gegebenheiten einen vergleichsweise geringen Einfluß auf die gemessene Zufriedenheit ausüben. Worauf es ankommt ist der jeweilige Vergleichsstandard. In der Arbeitspsychologie wurden diese Überlegungen z.B. von Bruggemann aufgegriffen und im Zusammenhang mit der Arbeitszufriedenheit weiterentwickelt (Bruggemann, 1974).

Diese Ansätze gehen implizit von der Annahme aus, Menschen würden über *ein* bestimmtes Vergleichsniveau verfügen, an welchem wahrgenommene Sachverhalte gemessen werden. Arbeitszufriedenheit wird hierbei als Differenz zwischen wahrgenommener IST-Situation und dem durch das Vergleichsniveau (Anspruchsniveau) vorgegebenen SOLL-Zustand verstanden. Entgegen der Annahme eines einzigen dauerhaften Anspruchsniveaus wird in diesem Beitrag die Auffassung vertreten, daß Mitarbeiter in der Befragungssituation erinnerte Merkmale ihrer Situation an unterschiedlichen Vergleichsstandards messen, wobei je nach Situation jenes Vergleichsniveau herangezogen wird, welches zum Zeitpunkt der Befragung kognitiv verfügbar ist. Dies sei am Beispiel aus Abbildung 1 verdeutlicht.

Ein Mitarbeiter, der sich durch diese Frage dazu aufgefordert sieht, ein Zufriedenheitsurteil über die Merkmale seiner Tätigkeit zu bilden, wird sich zunächst an Merkmale seiner Tätigkeit erinnern. Zur Bildung eines Zufriedenheitsurteils bedarf es dann eines Vergleichs dieser erinnerten Merkmale mit einem subjektiven Vergleichsstandard. Hierzu stehen dem befragten Mitarbeiter eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Verfügung. So kann der Befragte seine Arbeitssituation mit den Bedingungen seiner Kollegen, seines Vorgesetzten oder seines Ehepartners vergleichen. Der Befragte kann seine jetzige Situation mit solchen aus der Vergangenheit, an einer anderen Arbeitsstelle, vergleichen. Ist dem befragten Mitarbeiter eine Norm zur Gestaltung von Arbeitstätigkeiten bekannt, so steht es ihm frei, seine eigene Tätigkeit an dieser zu messen. Die Vergleichsmöglichkeiten sind in ihrer Vielzahl unbegrenzt. Es ist davon auszugehen, daß die kognitive Verfügbarkeit und somit die Verwendung dieser optionalen Vergleichsstandards situativ variiert.

## 2.4 Die Formatierung des Urteils

Käme ein Befragter bezogen auf die Beispielfrage in Abbildung 1 zu dem Urteil, daß er hinsichtlich der Qualität seiner Arbeit „eigentlich nicht allzuviel zu beanstanden“ habe, so stünde dieser vor der Aufgabe, dieses Urteil in Entsprechung mit den vorgegebenen Antwortvorgaben zu bringen.

Aus praktischer Sicht liegt die Annahme nahe, daß Befragte die Formulierungen der Antwortkategorien zur einzigen Grundlage der Formatierung ihres Urteils machen. Erkenntnisse der kognitiven Umfrageforschung stellen diese Annahme jedoch in Frage. Neben der expliziten Bezeichnung einer Antwortkategorie erlangt die relative Position einer Antwortkategorie zur Gesamtskala eine zentrale Bedeutung. Die Antwortkategorie „sehr zufrieden“ in Abbildung 1 wird durch Befragte somit auf der Grundlage zweier Informationen interpretiert.

Zum einen interpretiert ein Befragter die Bedeutung dieser Antwortkategorie auf der Basis der expliziten Bezeichnung „sehr zufrieden“. Dies entspricht der oben aufgeführten pragmatischen Annahme. Es ist jedoch davon auszugehen, daß der Formulierung „sehr zufrieden“ als solche unterschiedliche Bedeutungen zugewiesen werden. Gibt ein Mitarbeiter an, mit der Qualität seiner Arbeit „sehr zufrieden“ zu sein, so kann dies bedeuten, daß dieser mit der Qualität seiner Arbeit überaus glücklich ist, daß er von der Qualität seiner Arbeit geradezu begeistert ist, oder daß er sich eine bessere Qualität seiner Arbeit kaum vorstellen könnte. Für den Begriff „sehr zufrieden“ gibt es keine objektive Entsprechung.

Zum anderen interpretiert ein Befragter diese Antwortkategorie als das extreme positive Ende eines möglichen Bewertungsspektrums. Die relative Position dieser Antwortkategorie legt dem Befragten unabhängig von deren expliziten Bezeichnung nahe, daß es sich hierbei um die Bewertungsalternative handelt, zu der es in positiver Richtung keine weitere Steigerung mehr gibt.

Schwarz, Hippler, Deutsch und Strack (1985) führten zu dieser Problematik eine vielzitierte Untersuchung im Bereich der autobiographischen Urteilsbildung durch. Sie baten Befragte, die Häufigkeit ihres Fernsehkonsums anzugeben. Variiert wurden hierbei die Antwortvorgaben, wobei in der einen Bedingungen hohe Antwortvorgaben und in der anderen Bedingung niedrige Antwortvorgaben dargeboten wurden. Die konkreten Antwortvorgaben, sowie die Befragungsergebnisse sind in Tabelle 4 wiedergegeben.

Tabelle 4: Antwortvorgaben und berichteter täglicher Fernsehkonsum  
(aus Schwarz, Hippler, Deutsch & Strack, 1985).

<i>Hohe Antwortvorgaben</i>		<i>Geringe Antwortvorgaben</i>	
Bis 2½ Stunden	62,5 %	bis ½ Stunde	7,5 %
2½ bis 3 Stunden	23,4 %	½ bis 1 Stunde	17,7 %
3 bis 3½ Stunden	7,8 %	1 bis 1½ Stunden	26,5 %
3½ bis 4 Stunden	4,7 %	1½ bis 2 Stunden	14,7 %
4 bis 4½ Stunden	1,6 %	2 bis 2½ Stunden	17,7 %
mehr als 4½ Stunden	0,0 %	mehr als 2½ Stunden	16,2 %



Hier zeigt sich deutlich die Auswirkung der Variation der Antwortvorgaben auf das Antwortverhalten. Während 37,5 % der Befragten, denen die Liste mit hohen Antwortvorgaben vorlag, einen Fernsehkonsum von mindestens 2½ Stunden pro Tag angaben, war dies nur bei 16,2 % jener Befragten der Fall, die ihren Fernsehkonsum auf der Skala mit geringen Häufigkeitsvorgaben berichten sollten. Die Autoren vermuten, daß die Befragten von den Extrempunkten der Antwortskala auf die Häufigkeitsverteilung der Population schließen und die eigene Position im Verhältnis zu dieser Verteilung einschätzen.

## 2.5 Die Editierung des Urteils

Gehen wir von dem Fall aus, ein Mitarbeiter käme zu dem Schluß, die Antwortkategorie „zufrieden“ würde am meisten seiner Einschätzung entsprechen, so müßte sich dieser überlegen, ob er tatsächlich angibt, „zufrieden“ zu sein, oder ob er gezielt anders antworten soll. Hier kommen motivationale Aspekte des Antwortverhaltens zum Tragen. Grundsätzlich ist davon auszugehen, daß Befragte ihre Antwort an individuellen Nutzen-Kosten-Erwartungen ausrichten. Dies bedeutet, daß Befragte bei der Beantwortung einer Frage darüber nachdenken, ob unterschiedliche Antwortalternativen zu positiven oder negativen Konsequenzen führen (Esser, 1986). Davon ausgehend ist zu erwarten, daß Befragte ihre Antworten entsprechend ihrer vermuteten Konsequenzen korrigieren.

Eine in der Literatur häufig diskutierte Antworttendenz besteht darin, Antworten bezüglich der Konsequenz sozialer Bewertungen zu korrigieren. Im Zentrum dieser Überlegungen steht das Konzept sozial erwünschten Antwortverhaltens. Dieses geht von der Annahme aus, daß Befragte motiviert sind, sich in der Befragungssituation positiv darzustellen (Crown & Marlowe, 1964; DeMaio, 1984). Diese Tendenz ist bei anonymen, schriftlichen Befragungen gegenüber mündlichen persönlichen Interviews vergleichsweise gering, erlangt daher im Zusammenhang mit MAB eine eher untergeordnete Bedeutung. Des weiteren sind Antworttendenzen in Richtung sozialer Erwünschtheit in erster Linie bei Fragen mit sozial unerwünschten (sogenannten bedrohlichen) Inhalten zu erwarten. Dies gilt z.B. bei Fragen zum täglichen Alkoholkonsum.

Neben der motivationalen Tendenz sozial erwünschte Antworten abzugeben, können andere nutzentheoretische Überlegungen bei MAB zum Tragen kommen (Esser, 1986). Erfolgen MAB mit der Zielsetzung einer differenzierten Rückmeldung, so daß für kleinste Abteilungen eigene Auswertungen, verbunden mit einer eigenen Ergebnismeldung, durchgeführt werden, resultiert daraus in meisten Fällen eine Wettbewerbssituation zwischen verschiedenen Organisationseinheiten. Vor allem Vorgesetzte beschäftigen sich mit der Frage, wie sie und ihre Abteilung im Vergleich zu anderen Organisationseinheiten "abschneiden". Eine Möglichkeit, positive Ergebnisse zu erhalten, besteht auf seiten der Vorgesetzten zum einen darin, eigene Urteile in die positivere Richtung zu editieren. Zum anderen ist nicht auszuschließen, daß Vorgesetzte bestimmte (positive) Ergebniserwartungen in offener oder aber subtiler Weise an ihre unterstellten Mitarbeiter vermitteln.

Gerade bei kleinen Analyseeinheiten ist die Anonymität nur in begrenztem Maße möglich. Wird z.B. die „sehr zufrieden“-Antwortkategorie von keinem Mitarbeiter einer kleinen Abteilung angekreuzt, so weiß der Vorgesetzte zwar nicht, was jeder einzelne seiner Mitarbeiter konkret geantwortet hat. Er weiß jedoch, daß jeder Mitarbeiter nicht die „sehr zufrieden“-Kategorie angekreuzt hat. Dadurch wird jeder Mitarbeiter zum öffentlichen Täter hinsichtlich der Verletzung der Ergebniserwartungen des Vorgesetzten.

Um dies zu vermeiden, kann ein Mitarbeiter sein initiales Urteil in positiver Richtung editieren.

### 3 Kontexteffekte

Es wäre naiv, anzunehmen, Mitarbeiter würden über eine permanent abrufbare Zufriedenheit, bezogen auf unterschiedliche Aspekte ihrer Arbeit verfügen. Die Antworten befragter Mitarbeiter sind vielmehr als das Resultat kognitiver Prozesse in der gegebenen Befragungssituation unter Berücksichtigung des Befragungskontexts zu verstehen. Je nach Befragungskontext können die Antworten der befragten Mitarbeiter unterschiedlich ausfallen (z. B. Strack und Martin, 1987; Schwarz und Sudman, 1992). Kontexteinflüsse sind aus der Wahrnehmungspsychologie schon seit langem bekannt. Vergleicht man die zwei inneren Quadrate in Abbildung 3 hinsichtlich ihrer Intensität, so kann man sich dem Eindruck, das rechte Quadrat sei heller als das linke, kaum verwehren. Objektiv weisen die inneren Quadrate eine identische Intensität auf.



Abbildung 3: Kontextabhängigkeit bei der Intensitätswahrnehmung. Entgegen dem subjektiven Eindruck, weisen die kleinen Quadrate die objektiv gleiche Intensität auf.

Würde man Befragten die linke Seite der Abbildung 3 mit der Frage „Wie bewerten Sie die Intensität des inneren Quadrats?“ darbieten, käme man zu gänzlich anderen Antworten, als wenn man die rechte Seite dieser Abbildung vorlegen würde. Man spricht hierbei von einem Kontext- oder Kontrasteffekt. Sudman, Bradburn und Schwarz weisen in bezug auf die Messung von Einstellungen darauf hin, daß eine kontextunabhängige Urteilsbildung prinzipiell nicht möglich ist: „Whereas reports about behaviors or events can at least in principle, be verified, attitude reports reflect subjective evaluative judgements. Yet human judgement is *always* [Hervorhebung im Original, Anm. des Verf.] context-dependent; in essence, context-free judgement do not exist (1996, S. 81)“.

Im vorausgegangen Abschnitt wurde auf die verschiedenen Aufgaben eines Befragten eingegangen. In der kognitiven Umfrageforschung besteht weitestgehend ein Konsens darüber, daß auf jeder Stufe der Erfüllung dieser Aufgaben Kontexteinflüsse zum Tragen kommen können (Strack & Martin, 1987; Schwarz & Sudman, 1992). Im folgenden werden die Kontexteinflüsse im Zusammenhang mit den verschiedenen Aufgaben eines Befragten aufgezeigt.

#### 3.1 Kontexteffekte beim Verstehen der Frage

Vorausgehende Fragen können das Verständnis einer Frage maßgeblich beeinflussen. Zum einen erhöhen vorausgehende Fragen die Verfügbarkeit bestimmter kognitiver Kon-

zepte. Zum anderen folgt ein Befragter der Logik, daß aufeinanderfolgende Fragen in einem inhaltlichen Zusammenhang stehen. Strack liefert hierzu ein anschauliches Beispiel: Die Frage „Mögen Sie Kohl?“ wird gänzlich anders verstanden, wenn ihr die Frage „Mögen Sie Spargel?“ vorausgeht, als wenn sie der Frage „Mögen Sie Lafontaine?“ folgt (Strack, 1994).

Selbst die Formulierung der Antwortvorgaben kann einen Kontexteffekt im Hinblick auf das Verständnis einer Frage bewirken. Würde man Mitarbeiter fragen, wie häufig sie sich im vergangenen Monat so richtig über ihren Vorgesetzten geärgert haben, so wäre zu erwarten daß die Formulierung „so richtig ärgern“ wesentlich durch den Inhalt der Antwortvorgaben bestimmt wird. Reicht die Antwortskala von „kein mal“ bis „mehr als drei mal“ wird die Formulierung „so richtig ärgern“ im Hinblick auf das Ausmaß des Ärgers als heftiger interpretiert, als bei Antwortvorgaben die von „weniger als fünf mal“ bis „mehr als zwanzig mal“ reicht (Schwarz, Strack, Müller & Chassein, 1988).

Für die Formulierung einer Frage gilt hier die Regel, daß der Kontexteinfluß mit dem Mangel an Eindeutigkeit zunimmt. Umso uneindeutiger eine Frage aus Sicht des Befragten ist, desto eher wird dieser im Hinblick auf ein besseres Verständnis der Frage auf den Kontext zugreifen.

### 3.2 Kontexteffekte beim Abruf von Informationen

In vielen Untersuchungen konnte man eindrucksvoll zeigen, daß vorausgehende Fragen einen wesentlichen Einfluß auf die Verfügbarkeit bestimmter Gedächtnisinhalte haben. Eine dieser Untersuchungen sei im folgenden kurz dargestellt.

Schwarz, Strack und Mai (1991) stellten im Rahmen einer Erhebung folgende Fragen: (A) „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Ehe?“ und (B) „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Leben insgesamt?“. Dabei wurde die Reihenfolge der Fragen systematisch variiert. In der einen Bedingung wurde zuerst die spezifische Frage A, dann die allgemeine Frage B gestellt. In der anderen Bedingungen wurde diese Reihenfolge umgekehrt: erst Frage B, dann Frage A. Daraufhin wurden die Korrelationen der beiden Fragen in der jeweiligen Bedingung analysiert. In der ersten Bedingung (erst A dann B) ergab sich eine Produkt-Moment-Korrelation von  $r=.67$ , bei der zweiten Bedingung (erst B dann A) betrug die Korrelation  $r=.32$ . Diese Ergebnisse lassen sich wie folgt erklären. Wird zuerst nach der Zufriedenheit mit der Ehe (als ein spezifisches Merkmal) gefragt, wird die Erinnerung der Befragten unmittelbar auf diesen Aspekt gelenkt und zur Grundlage für die Beantwortung der zweiten, allgemeinen Frage nach der Lebenszufriedenheit gemacht. Wird hingegen erst nach der Lebenszufriedenheit gefragt, besteht nur eine vergleichsweise geringe Chance, daß Befragte vor dem Hintergrund der Vielzahl relevanter Aspekte (Gesundheit, Beruf, Wohnsituation, etc.) unmittelbar an ihre Ehe denken. Die Unterscheidung zwischen chronisch und temporär verfügbarer Information (vgl. Abschnitt 2.2) erlangt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung.

Für die folgenden Überlegungen seien zwei Beispielfragen wiedergegeben:

A) Wie zufrieden sind Ihrer Ansicht nach die Mitarbeiter an Ihrem Standort mit dem Informationsfluß im allgemeinen?

B) Inwieweit sind Sie an Ihrem Arbeitsplatz Lärmbelästigungen ausgesetzt?

Frage A bezieht sich auf ein sehr allgemeines, facettenreiches Thema (Informationsfluß), umfaßt einen umfangreichen Bezugsrahmen (Standort) und fordert vom Befragten ein Fremdurteil (die Mitarbeiter). Frage B hingegen bezieht sich auf einen eingeschränkten,

eindimensionalen Sachverhalt (Lärmbelästigung), umfaßt einen engen Bezugsrahmen (an Ihrem Arbeitsplatz) und verlangt vom befragten Mitarbeiter ein Selbsturteil.

Die Beantwortung der Frage A macht den Abruf von nahezu unendlich vielen Informationen notwendig. Ein Befragter müßte sich hierzu die Zufriedenheit aller Mitarbeiter am Standort, bezogen auf alle relevanten Aspekte des Informationsflusses ins Gedächtnis rufen. Er wäre nicht im entferntesten dazu in der Lage, all jene Informationen ins Bewußtsein zu bringen, die zur Beantwortung dieser Frage erforderlich wären. Anders verhält es sich bei Frage B. Hier wäre der befragte Mitarbeiter durchaus in der Lage, sich eine vollständige Vorstellung von der Lärmbelästigung an seinem Arbeitsplatz ins Bewußtsein zu rufen, da der Befragte täglich mit diesem Merkmal der Arbeitsumgebung konfrontiert ist. Es ist daher davon auszugehen, daß Frage B auf der Grundlage chronisch verfügbarer Informationen beantwortet werden würde. Erfordert die Beantwortung einer Frage ein so hohes Ausmaß an Informationen, wie es bei Frage A der Fall ist, besteht eine große Wahrscheinlichkeit, daß Befragte auf temporär verfügbare Informationen zurückgreifen. Hierbei können vorausgehende Fragen Gedächtnisinhalte temporär verfügbar machen. D.h. Befragte erinnern sich an bestimmte Aspekte nur deshalb, weil sie durch vorausgegangene Fragen auf diese aufmerksam gemacht worden sind. Es wäre daher zu erwarten, daß Frage A in höherem Maße kontextabhängig beantwortet würde, als Frage B.

Zusammenfassend ist festzuhalten, daß dann ein geringerer Kontexteinfluß zu erwarten ist, wenn die Beantwortung einer Frage den Abruf von vorwiegend chronisch verfügbaren Gedächtnisinhalten erforderlich macht.

### 3.3 Kontexteffekte bei der Urteilsbildung

Zufriedenheitsurteile basieren stets auf der Grundlage eines bestimmten Standards. Betrachtet man die Demonstration in Abbildung 3, so wird deutlich, daß die Beurteilung der Intensität der inneren Quadrate auf der Grundlage des Umfelds (Kontext) erfolgt. Des weiteren verdeutlicht diese Demonstration, daß es *den* dauerhaften stabilen Standard nicht gibt, sondern daß das Vergleichsniveau, anhand dessen ein Urteil über einen Sachverhalt gebildet wird, situativ bedingt ist. In MAB wird häufig die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit ihrem Einkommen insgesamt?“ in dieser oder ähnlicher Form gestellt. Diese Frage ist ohne Bezug zu einem Standard nicht zu beantworten. Für den befragten Mitarbeiter bestehen mehrere denkbare Vergleichsstandards. So kann ein Mitarbeiter sein Einkommen im Vergleich zu seinem früheren Einkommen, im Vergleich zu seinen Kollegen, zu Freunden oder zu seinem Ehepartner etc. beurteilen. Darüber hinaus besteht die Option, das Einkommen an der eigenen und fremden Leistung oder an den Verdienstmöglichkeiten in anderen Unternehmen zu messen. Welches Vergleichsniveau ein befragter Mitarbeiter letztendlich zur Beantwortung dieser Frage heranzieht, bleibt dem Untersucher verborgen. Durch vorausgehende Fragen kann also die kognitive Verfügbarkeit bestimmter Standards erhöht werden.

Erkenntnisse aus mehreren Untersuchungen der kognitiven Umfrageforschung legen darüber hinaus die Annahme nahe, daß vorausgegangene Urteile zu ähnlichen Sachverhalten eine Auswirkung auf die Urteilsbildung bei nachfolgenden Fragen haben (Schumann & Ludwig, 1983; Strack, Schwarz & Gschneidinger, 1985). In vielen MAB werden Fragen zu einzelnen Aspekten eines Themenbereichs durch eine zusammenfassende Frage ergänzt. Wird beispielsweise die Zufriedenheit mit verschiedenen Facetten des Führungsverhaltens erfragt, so besteht eine verbreitete Vorgehensweise darin, ab-

schließlich die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Vorgesetzten insgesamt?“ zu stellen. Es ist nicht davon auszugehen, daß ein befragter Mitarbeiter diese zusammenfassende Frage isoliert und ohne Bezug zu vorausgehenden Urteilen beantwortet. Vielmehr ist anzunehmen, daß ein Befragter diese Frage auf der Grundlage der vorausgegangenen Urteile beantwortet, ohne erneut über einzelne Aspekte des Führungsverhaltens nachzudenken (Sudman, Bradburn & Schwarz, 1996).

### 3.4 Kontexteffekte bei der Formatierung des Urteils

Im Bereich der Einstellungsmessung konnte gezeigt werden, daß die Bedeutung, die Befragte den dargebotenen Antwortkategorien zuweisen, von den erfragten Sachverhalten vorausgehender Fragen abhängig ist (Ostrom & Upshaw, 1968). Erkenntnisse hierzu stammen jedoch in erster Linie aus der Psychophysik (Helson, 1964; Brown, 1953). Ein typisches Beispiel für eine Untersuchungsstrategie bezüglich dieser Thematik ist in Abbildung 4 wiedergegeben. Würde man die einzelnen Quadrate in dieser Abbildung Befragten mit der Bitte darbieten, diese hinsichtlich ihrer Größe, anhand einer Skala mit den Endpunkten "groß" bis "klein", zu bewerten, so hätte die Bezeichnung "groß" eine unterschiedliche Bedeutung, je nachdem, ob man die obere oder die untere Reihe darbieten würde.

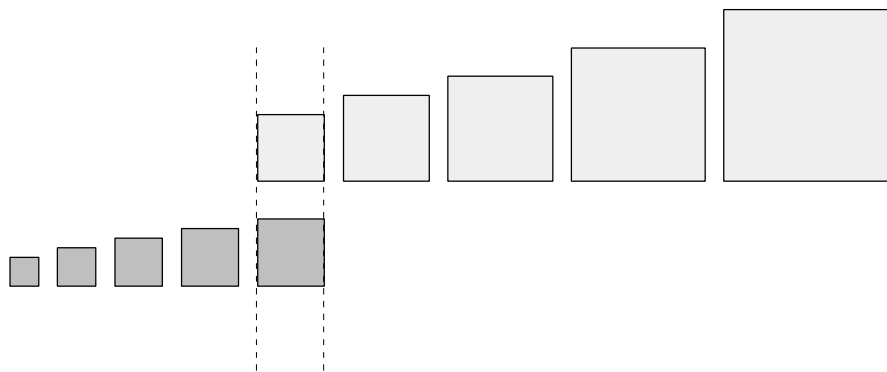


Abbildung 4: Die Abhängigkeit der Bedeutung des Begriffs "groß" von den relativen Ausprägung dargebotener Stimuli: Das linke Quadrat der oberen Reihe ist in seiner Größe identisch mit dem rechten Quadrat der unteren Reihe. In der oberen Reihe würde man es als klein, in der unteren Reihe hingegen als groß beurteilen.

Die Demonstration in Abbildung 4 macht deutlich, daß die Bezeichnung "groß" oder "klein" keine objektive Entsprechung hat. Die Bedeutung dieser Begriffe ist vom jeweiligen Kontext abhängig.

Es liegt nahe, diesen Zusammenhang auf Zufriedenheitsurteile im Rahmen von MAB zu übertragen, wenngleich dem Autor zum aktuellen Zeitpunkt keine empirischen Arbeiten bekannt sind, die diese Annahme hinreichend unterstützen.

### 3.5 Kontexteffekte bei der Editierung des Urteils

In Abschnitt 2.5 wurde aufgezeigt, daß Befragte im Zusammenhang mit der Editierung des Urteils eine Entscheidung darüber zu fällen haben, inwieweit sie ihr initiales Urteil z.B. in Richtung der sozialen Erwünschtheit korrigieren sollen. Vorausgehende Fragen können die kognitive Verfügbarkeit sozialer Erwartungen erhöhen. Ein fiktives Beispiel

soll dies verdeutlichen. Man stelle sich vor, im Rahmen einer MAB würde man folgende Fragen nacheinander darbieten:

A) Inwiefern sind Sie der Ansicht, daß der Erfolg des Unternehmens von dem Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters abhängig ist?

B) Inwieweit sind Sie bereit, mehr zu leisten als man von Ihnen erwartet?

Da der Zusammenhang zwischen Erfolg und Engagement im allgemeinen kaum angezweifelt wird, wäre zu erwarten, daß Frage A von der überwiegenden Mehrheit der Befragten eine klare Zustimmung erfahren würde. Darüber hinaus ist engagiertes Verhalten in hohem Maße sozial erwünscht. Frage A würde beim befragten Mitarbeiter diese soziale Erwartung ins Bewußtsein rufen. Es wäre wahrscheinlich, daß Befragte die Frage B nach der Darbietung von Frage A eher im Sinne dieser sozialen Erwartung beantworten würden, als wenn Frage A der Frage B nicht vorausgehen würde, da Frage A die Verfügbarkeit des Engagements als sozial erwünschtes Verhalten erhöht und dieser Aspekt bei der Beantwortung der Frage B mitberücksichtigt wird.

## 4 Konsequenzen

In den vorausgegangenen Abschnitten wurde auf die kognitiven Prozesse, die dem Antwortverhalten befragter Mitarbeiter zugrunde liegen, Bezug genommen. Hierbei wurde verdeutlicht, daß Antworten dieser Mitarbeiter das Ergebnis kontextabhängiger, kognitiver Prozesse in der Befragungssituation sind. Hinsichtlich der Interpretation von Befragungsergebnissen und der Konstruktion von Erhebungsinstrumenten lassen sich daraus Konsequenzen ableiten, auf die im folgenden eingegangen wird.

### 4.1 Interpretation von Befragungsergebnissen

Können Befragungsergebnisse als Hinweis für die objektive Beschaffenheit der Arbeitssituation betrachtet werden? Sind Befragungsergebnisse aus verschiedenen Studien vor dem Hintergrund der in diesem Beitrag dargestellten Überlegungen vergleichbar? Auf diese Fragen wird im folgenden Bezug genommen.

#### *Zusammenhang zwischen Befragungsergebnissen und objektiven Bedingungen*

MAB erfolgen im allgemeinen mit der Zielsetzung, Verbesserungsprozesse auszulösen. Diese Verbesserungsprozesse beziehen sich auf reale Arbeitsbedingungen. Es stellt sich daher die Frage, inwieweit die gemessene Arbeitszufriedenheit in einem Zusammenhang mit diesen realen Bedingungen steht. Die Überlegungen in den vorausgegangenen Abschnitten machen deutlich, daß Zufriedenheitsurteile befragter Mitarbeiter durch komplexe kognitive Prozesse gebildet werden. In welcher Weise ein Mitarbeiter eine Frage und deren Antwortvorgaben interpretiert, woran sich dieser bei der Beantwortung der Frage erinnert, welchen Standard er zur Grundlage macht etc. ist von vielen situativen Gegebenheiten abhängig. In Abschnitt 3 wurde detailliert darauf eingegangen, daß der Fragebogenkontext einen systematischen Einfluß auf alle Aufgaben eines befragten Mitarbeiters und somit auf das Antwortverhalten ausübt. Befragungsergebnisse sind somit nicht nur auf reale Merkmale der erfragten Sachverhalte zurückzuführen, sondern auch auf den systematischen Einfluß des Fragebogenkontextes. Je größer der Einfluß des Fragebogenkontextes auf das Urteilsverhalten eines Befragten ist, desto geringer ist der Bezug seiner Antwort zu dem erfragten Sachverhalt.

### *Vergleichbarkeit von Befragungsergebnissen*

In der Praxis der MAB rückt das Interesse, Vergleichsdaten aus unterschiedlichen Erhebungen heranzuziehen, zunehmend in den Vordergrund. Diese Strategie wird häufig in Verbindung mit dem Benchmarking-Konzept gesehen. Abgesehen davon, daß hierbei die Idee des Benchmarking grundlegend mißverstanden wird, ist eine solche Vorgehensweise in Anbetracht der Überlegungen, wie sie in diesem Beitrag aufgezeigt wurden, problematisch. Vergleiche von Befragungsergebnissen aus Studien in unterschiedlichen Unternehmen sind vor allem dann kaum zu gebrauchen, wenn diese auf voneinander abweichenden Frageformulierungen und Fragereihenfolgen basieren. Kleinste Veränderungen in der Formulierung der Fragen sowie Variationen in der Fragenreihenfolge können einen erheblichen Einfluß auf das Antwortverhalten befragter Mitarbeiter haben, was sich letztendlich in den deskriptiven Befragungsergebnissen niederschlagen kann.

Ähnliches gilt für Befragungen, die zum wiederholten Male in einem Unternehmen durchgeführt werden. Ändert sich das Befragungsinstrument zwischen zwei Erhebungszeitpunkten, so stellt dies eine ernsthafte Gefährdung der Interpretierbarkeit gemessener Veränderungen dar (Cook & Campbell, 1979).

## **4.2 Konstruktion des Erhebungsinstruments**

Sudman und Bradburn (1974) sehen in der Konstruktion des Erhebungsinstruments und der Frageformulierung die zentralen Herausforderungen im Hinblick auf eine Reduktion von Antworteffekten. In ihrem Standardwerk „Asking Questions“ geben Sudman und Bradburn hierzu wertvolle, praktische Hinweise (Sudman & Bradburn, 1982). Darüber hinaus existieren in der Zwischenzeit wissenschaftlich fundierte Systeme zur Bewertung von Erhebungsinstrumenten. Diese Systeme erlauben es, Fragen hinsichtlich Ihrer „Anfälligkeit“ für Antworteffekte zu charakterisieren (Lessler & Forsyth, 1996).

In den vorausgegangenen Abschnitten wurden die verschiedenen Aufgaben befragter Mitarbeiter sowie die damit einhergehenden Kontexteffekte detailliert dargestellt. Jede dieser Aufgaben kann durch die Frageformulierung und Fragenreihenfolge beeinflusst werden. Die Gültigkeit und Verwendbarkeit der Antworten befragter Mitarbeiter ist maßgeblich dadurch bestimmt, ob die Frageformulierungen und Fragenreihenfolge günstig für die Lösung der oben aufgezeigten kognitiven Aufgaben sind. Im folgenden werden daher Gestaltungskriterien aufgezeigt, die in erster Linie aus Erkenntnissen der Psychologie der Befragung abgeleitet sind.

### *Verständlichkeit*

Befragte müssen eine Frage verstehen, um sie beantworten zu können (siehe Abschnitt 2.1). Die Verständlichkeit von Fragen ist ausschließlich über Pretests zu ermitteln. In einem Pretest wird ein Erhebungsinstrument oder Teile daraus mehreren Probanden dargeboten, um im Vorfeld Probleme bei der Beantwortung der Fragen zu ermitteln. Die am meisten verbreitete Vorgehensweise bei Pretests besteht darin, einen Fragebogen ausgewählten Personen zur Beantwortung vorzulegen, um im Anschluß daran zu fragen, wo Probleme bei der Beantwortung aufgetreten sind. Diese Strategie ist denkbar schlecht, da Befragte häufig selbst nicht merken, daß sie eine Frage in einer anderen Weise verstanden haben, als es der Untersucher eigentlich intendiert hatte. Eine aus psychologischer Sicht gewinnbringende Strategie besteht darin, Probanden dazu aufzufordern, in eigenen

Worten wiederzugeben, was sie glauben, was der Untersucher durch die jeweiligen Fragen in Erfahrung bringen will.

### *Bekanntheitsgrad*

Zur Beantwortung einer Frage müssen Befragte relevantes Wissen aus dem Gedächtnis abrufen, sie müssen sich an Ereignisse, Merkmale und Verhaltensweisen erinnern, die sie für die Beantwortung einer Frage für relevant erachten (siehe Abschnitt 2.2). Kritisch wird dies vor allem dann, wenn Befragte über wenige oder keine Gedächtnisinhalte, über kein Wissen bezüglich des erfragten Inhalts verfügen. Was passiert, wenn Mitarbeiter etwas bewerten sollen, was sie nicht kennen? Wie bereits erwähnt, zeigen Ergebnisse aus der Befragungsforschung, daß erstens ein Großteil der Befragten trotzdem antwortet (Schumann & Presser, 1996). Zweitens bewerten Mitarbeiter das, was sie nicht kennen, tendenziell schlechter, als das, was sie kennen. Drittens beantworten Befragte Fragen mit für sie unbekanntem Inhalt auf der Basis dessen, was sie glauben, womit die Frage zu tun haben könnte. Befragte schließen bei unbekanntem Frageinhalt häufig aus dem Fragenkontext auf den vermutlichen Frageinhalt (Strack, 1994).

Werden Mitarbeiter im Rahmen von MAB z.B. zu bestimmten Maßnahmen befragt, die sie nicht kennen, dann ergeben sich die oben aufgezeigten Probleme. Die befragten Mitarbeiter beantworten Fragen hierzu auch, wenn sie die jeweilige Maßnahme nicht kennen. Sie beantworten diese tendenziell schlechter, als jene Mitarbeiter, die mit der entsprechenden Maßnahme vertraut sind.

Es sollte daher sichergestellt werden, daß die Inhalte der Fragen eines Erhebungsinstrumentes hinreichend bekannt sind. Andernfalls ist die Darbietung einer „Kann ich nicht beurteilen“-Antwortkategorie anzuraten. Erfolgen mehrere Fragen zu einem möglicherweise unbekanntem Sachverhalt ist darüber hinaus eine Filterfrage, die den Bekanntheitsgrad dieses Sachverhalts erfragt, zu empfehlen.

### *Bezug zu Ereignissen und Verhaltensweisen*

Wie bereits an mehreren Stellen erwähnt, müssen sich Befragte zur Beantwortung einer Frage an relevante Ereignisse, Verhaltensweisen oder Merkmale ihrer individuellen Arbeitswelt erinnern. Werden Befragte dazu aufgefordert, ein Zufriedenheitsurteil abzugeben, müssen sie darüber hinaus erinnerte Gedächtnisinhalte in bezug zu einem Vergleichsstandard bewerten. Dieser letztgenannte Schritt ist häufig gar nicht notwendig, wenn die Frage richtig formuliert wird. Anstatt zu fragen, ob die Mitarbeiter zufrieden mit der Koordination zwischen ihnen und ihren Kollegen sind, ist es viel einfacher, zu fragen, ob zwischen dem befragten Mitarbeiter und seinen Kollegen jede Woche eine Besprechung stattfindet.

Weil es für einen Befragten aus kognitiver Sicht einfacher ist, die Existenz konkreter Verhaltensweisen, Ereignisse oder Merkmale zu beurteilen, sollte eine Frage mit dieser Zielsetzung formuliert werden, wenn es aus inhaltlichen und strategischen Gesichtspunkten angemessen ist.

### *Spezifität*

Die Frage „Wie zufrieden sind Sie mit der Zusammenarbeit zwischen Ihrer Abteilung und den anderen Abteilungen?“ mag aus inhaltlichen Gesichtspunkten als wertvoll erscheinen. Isoliert betrachtet ist sie aus befragungspsychologischer Sicht eher als kritisch zu bewerten. Was muß ein Befragter gedanklich leisten, um diese Frage hinreichend ernsthaft zu



beantworten? Der Befragte müßte sich an alles erinnern, was in bezug auf „die Zusammenarbeit zwischen seiner Abteilung und den anderen Abteilungen“ bedeutsam ist. Es liegt nahe, daß der befragte Mitarbeiter in der Kürze der Zeit über ein paar wenige Dinge nachdenken wird, um dann auf der Grundlage dessen, was ihm in der kurzen Zeit in den Sinn kommt, eine Antwort zu bilden. Er wird bei weitem nicht über alles nachdenken, was im Hinblick auf die Beantwortung dieser Frage objektiv betrachtet relevant ist. Die Frage nach der „Zusammenarbeit zwischen seiner Abteilung und den anderen Abteilungen“ ist hierfür viel zu allgemein formuliert. Egal, ob eine Frage allgemein oder spezifisch formuliert ist, der Befragte wird immer nur über spezifische Inhalte nachdenken. Alles andere würde ihn kognitiv überfordern. Daher sollte eine Frage generell so spezifisch wie möglich formuliert werden, um eine Vergleichbarkeit der Antworten zu gewährleisten.

#### *Konkretisierung einer allgemeinen Frage durch vorausgehende spezifische Fragen*

In Abschnitt 3 wurde detailliert diskutiert, daß die Beantwortung einer Frage in hohem Maße kontextabhängig ist. Ein bedeutsamer Kontext ist in den vorausgehenden Fragen zu sehen. Hieraus lassen sich konkrete Implikationen für die Gestaltung eines Erhebungsinstruments zur MAB ableiten.

Es ist im Rahmen einer MAB sinnvoll, an bestimmten Stellen allgemeine Fragen zur Zufriedenheit mit ausgewählten Sachverhalten zu stellen. „Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit Ihrer Tätigkeit?“, „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Vorgesetzten?“ oder „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer beruflichen Entwicklung?“ sind nur drei Beispiele aus einem weiten Bereich denkbarer, allgemeiner Fragen. Werden Fragen dieser Art isoliert gestellt, so ist in keinster Weise sichergestellt, wie Befragte die jeweilige Frage verstehen, woran sie bei der Beantwortung der Frage denken, was sie als Vergleichsniveau zur Urteilsbildung heranziehen. Ein Weg, um Befragte kognitiv „etwas an der Hand zu nehmen“, besteht in der Darbietung spezifischer Fragen, um dann im Anschluß an diese eine allgemeine Frage zu stellen. Dadurch kann gewährleistet werden, daß Befragte der Beantwortung einer allgemeinen Frage Inhalte der vorausgehenden, spezifischen Fragen zugrunde legen.

#### *Individueller Bezug*

Betrachtet man gängige Verfahren zur subjektiven Bewertung der Arbeit (z.B. Domsch, 1985; Fischer & Lück, 1974; Neuberger & Allerbeck, 1978; von Rosenstiel et al., 1992; Udris & Alioth, 1980), so fällt auf, daß viele Fragen von den Befragten ein Kollektivurteil verlangen. Die folgende Frage gibt dies beispielhaft wieder: „Wie zufrieden sind *die Mitarbeiter* mit dem Entlohnungssystem?“. Ein Frage dieser Art fordert Mitarbeiter dazu auf, ein Urteil über sich und die Kollegen abzugeben. Dies ist aus zweifacher Hinsicht nachteilig. Erstens ist es für den einzelnen befragten Mitarbeiter kognitiv bei weitem aufwendiger, sein eigenes Urteil und das vermutete Urteil seiner Kollegen gedanklich zu einem einzelnen Urteil zu integrieren. Zweitens kommen bei Vollerhebungen, wie sie bei MAB generell zu empfehlen sind, sowieso alle Mitarbeiter zur Sprache, so daß ein Kollektivurteil hinfällig wird. Wenn jeder einzelne Mitarbeiter eine Antwort abgibt, erübrigt sich die Notwendigkeit, daß jeder Mitarbeiter über sich und andere ein Urteil abgeben muß. Ein Gesamturteil kann im Rahmen der Auswertung durch Mittelwertbildung einfacher und zuverlässiger ermittelt werden. Die Frage „Wie zufrieden sind *Sie* mit dem Entlohnungssystem?“ wäre in jeglicher Hinsicht einfacher zu beantworten und aussagekräftiger.

### Neutralität

Fragen können als solche dem Befragten eine Antwort nahelegen. Dies ist z.B. dann der Fall, wenn eine Frage Inhalte aufweist, die bereits in der Frageformulierung bewertet werden. Neuberger liefert hierzu ein anschauliches Beispiel: „Was halten Sie von den langhaarigen Gammlern im Betrieb?“ (1974, S. 24). Dieses Beispiel macht dem Befragten deutlich, daß der Untersucher eine Ansicht vertritt, die kaum als neutral zu erkennen ist. Ergebnisse der Befragungspsychologie unterstützen die Annahme, daß Befragte dann in die Richtung der vom Interviewer oder Untersucher nahegelegten Meinung tendieren, wenn diese für die Befragten erkennbar ist. Dieser Aspekt ist in direkter Beziehung zum Antwortverhalten gemäß der sozialen Erwünschtheit zu sehen. Weniger problematisch, aber dennoch kritisch sind Fragen, die als Aussagen formuliert werden und bei denen der Befragte die Aufgabe hat, den Grad seiner Zustimmung anzugeben. Vergleicht man (1) das Item „Ich erhalte von meinem Vorgesetzten ausreichend fachliche Unterstützung.“ (mit den Antwortkategorien „trifft voll zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“) und (2) das Item „Erhalten Sie von Ihrem Vorgesetzten ausreichend fachliche Unterstützung?“ (mit den Antwortkategorien „ja“ bis „nein“), dann fällt unmittelbar auf, daß das zweite Item einer natürlicheren Kommunikationsform entspricht, wohingegen das erste Item durch seinen Aussagecharakter tendenziell eine bestimmte Richtung der Antwort suggestiv nahelegt. Eine Frage ist dann diesem Kriterium entsprechend formuliert, wenn sie gegenüber dem Befragten eine neutrale Sichtweise des Untersuchers signalisiert.

### Geringe Bedrohlichkeit

Es ist grundsätzlich davon auszugehen, daß Befragte in der Befragungssituation ihr Verhalten an antizipiertem Nutzen oder Schaden orientieren (siehe 2.5). „Was sind die Folgen, wenn ich diese oder eine andere Antwort abgebe?“ dürfte eine Frage sein, die sich Befragte implizit beim Ausfüllen eines Fragebogens häufig stellen. In diesem Zusammenhang kommen motivationspsychologische Aspekte zum Tragen. Die Bewertung der Folgen einer Antwort hängt im wesentlichen von den Motiven des Befragten ab. Ein zentrales, häufig erwähntes Motiv ist das, sich gegenüber anderen und sich selbst in ein positives Bild zu rücken. Aus diesem Motiv heraus ist anzunehmen, daß Befragte häufig die Tendenz zeigen, in einer sozial erwünschten Weise Antworten abzugeben (DeMaio, 1984). Fragen, die eine starke Tendenz sozial erwünschten Antwortverhaltens auslösen, werden in der Literatur als "bedrohliche" Fragen bezeichnet. Die Frage „Sind sie im vergangenen Jahr ohne triftigen Grund (z.B. Krankheit, Todesfall) von der Arbeit fern geblieben?“ ist ein typisches Beispiel einer bedrohlichen Frage. Es ist somit bei der Frageformulierung darauf zu achten, den bedrohlichen Charakter einer Frage so gering wie möglich zu halten. Eine grundlegende Möglichkeit, den bedrohlichen Charakter von Fragen abzuschwächen, liegt in der Zusicherung einer anonymen Auswertung. Diese stößt jedoch an Grenzen, wenn relativ kleine Auswerteeinheiten zur Erstellung abteilungsspezifischer Ergebnisberichte zugrunde gelegt werden.

## 5 Literatur

- Anderson, J. R. (1988). *Kognitive Psychologie. Eine Einführung*. Heidelberg: Spektrum der Wissenschaft.
- Bishop, G. F., Tuchfarber, A. J. & Oldendick, R. W. (1986). Opinions on fictitious issues. The pressure to answer survey questions. *Public Opinion Quarterly*, 50, 240-250.

- Borg, I. (1995a). *Mitarbeiterbefragung: Strategisches Auftau- und Einbindungsmanagement*. Göttingen: Verl. für Angewandte Psychologie.
- Brown, D. R. (1953). Stimulus similarity and the anchoring of subjective scale. *American Journal of Psychology*, 66, 199-214.
- Bruggemann, A. (1974). Zur Unterscheidung verschiedener Formen der Arbeitszufriedenheit. *Arbeit und Leistung*, 28, 281-284.
- Bungard, W. (1979). Methodische Probleme der Befragung älterer Menschen. *Zeitschrift für angewandte und experimentelle Psychologie*, 26 (2), 211-237.
- Cook, T. D. & Campbell, D. T. (1979). *Quasi-Experimentation: design and analysis issues for field settings*. Chicago: Rand McNally.
- Crown, D. & Marlowe, D. (1964). *The Approval Motive*. New York: John Wiley and Sons.
- DeMaio, T. J. (1984). Social Desirability and survey measurement: A review. In F. Turner & E. Martin (Eds.), *Surveying Subjective Phenomena*, 2, (S. 257-282). New York: Russel Sage Foundation.
- Domsch, M. & Schneble, A. (1993). Mitarbeiterbefragungen. In L. v. Rosenstiel, E. Regnet & M. Domsch (Hrsg.), *Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement* (3. Aufl.) (S. 515-529). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Domsch, M. (1985). Das Konzept der Arbeitsgruppe "Mitarbeiterbefragungen". In A. Töpfer & E. Zander (Hrsg.), *Mitarbeiterbefragungen. Ein Handbuch* (S. 109-126). Frankfurt, New York: Campus.
- Easterlin, R. A. (1974). Does economic growth improve the human lot? In P. A. David & M. W. Reder (Eds.), *Nations and households in economic growth. Essay in honor of Moses Abramovitz*. New York: Academic Press.
- Esser, H. (1975). *Soziale Regelmäßigkeiten des Befragtenverhaltens*. Meisenheim: Hain.
- Esser, H. (1986). Können Befragte lügen? Zum Konzept des "wahren Wertes" im Rahmen der handlungstheoretischen Erklärung von Situationseinflüssen bei der Befragung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 38, 314-336.
- Fischer, L. & Lück, H. E. (1972). Entwicklung einer Skala zur Messung der Arbeitszufriedenheit. *Psychologie und Praxis*, 16, 64-76.
- Helson, H. (1964). *Adaption-Level Theory*. New York: Harper & Row.
- Hippler, H.-J., Schwarz, N., & Sudman, S. (Eds.). (1987). *Social information processing and survey methodology*. New York: Springer.
- Kintsch, W. (1982). *Gedächtnis und Kognition*. Berlin u.a.: Springer.
- Lessler, J. T. & Forsyth, B. H. (1996). A coding system for appraising questionnaires. In N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Answering Questions* (pp. 259-291). San Francisco: Jossey-Bass.
- Leyens, J.-P. & Codol, J.-P. (1990). Soziale Informationsverarbeitung. In W. Stroebe, M. Hewstone, J.-P. Codol & G. M. Stephenson (Hrsg.), *Sozialpsychologie. Eine Einführung* (S. 89-111). Berlin u.a.: Springer.
- Lindsey, P. H. & Norman, D. A. (1977). *Human Information Processing* (2. Aufl.). New York: Academic Press.
- Neuberger, O. & Allerbeck, M. (1978). *Messung und Analyse von Arbeitszufriedenheit. Erfahrungen mit dem "Arbeitsbeschreibungs-Bogen (ABB)"*. Bern: Huber.
- Neuberger, O. (1974). *Messung der Arbeitszufriedenheit*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Neuberger, O. (1985). *Arbeit*. Stuttgart: Enke.
- Ostrom, T. M. & Upshaw, H. S. (1968). Psychological perspective and attitude change. In A. C. Greenwald, T. C. Brook & T. M. Ostrom (Eds.), *Psychological foundation of attitudes*. New York: Academic Press.

- Rosenstiel, L. v., Falkenberg, T., Hehn, W., Henschel, E. & Warns, I. (1982). *Betriebsklima heute*. Forschungsbericht herausgegeben vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, München.
- Schuman, H. & Ludwig, J. (1983). The norm of even-handedness in surveys as in life. *American Sociological Review*, 48, 112-120.
- Schuman, H., & Presser, S. (1996). *Questions and answers in attitude surveys. Experiments on question form, wording and context* (2nd ed.). New York: Academic Press.
- Schwarz, N. & Sudman, S. (1994). *Autobiographical memory and the validity of retrospective reports*. New York: Springer.
- Schwarz, N. & Sudman, S. (1995). *Answering Questions. Methodology for Determining Cognitive and Communicative Processes in Survey Research*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schwarz, N. & Sudman, S. (Eds.). (1992). *Context Effects in Social and Psychological Research*. New York: Springer.
- Schwarz, N., Hippler, H.-J., Deutsch, B., & Strack, F. (1985). Response categories: Effects on behavioral reports and comparative judgements. *Public Opinion Quarterly*, 49, 388-395.
- Schwarz, N., Strack, F., & Mai, H. P. (1991). Assimilation and contrast effects in part-whole question sequence. A conversational logic analysis. *Public Opinion Quarterly*, 55, 3-23.
- Schwarz, N., Strack, F., Müller, G., & Chassein, B. (1988). The range of response alternatives may determine the meaning of question: Further evidence on informative function. *Social Cognition*, 6, 107-117.
- Simon, H. A. (1981). *Entscheidungsverhalten in Organisationen. Eine Untersuchung von Entscheidungsprozessen in Management und Verwaltung*. Landsberg a. L.: Verlag Moderne Industrie.
- Smith, T. W. (1984). Nonattitudes: A review and evaluation. In F. Turner & E. Martin (Eds.), *Surveying Subjective Phenomena* (vol. 2, pp. 215-255). New York: Russel Sage.
- Strack, F. & Martin, L. L. (1987). Priming, judging and communication: A process account of context effects in attitude surveys. In H.-J. Hippler, N. Schwarz & S. Sudman (Eds.), *Social Information Processing and Survey Methodology* (pp. 123-148). New York: Springer.
- Strack, F. (1994). *Zur Psychologie der standardisierten Befragung: Kognitive und kommunikative Prozesse*. Berlin u.a.: Springer.
- Strack, F., Schwarz, N. & Gschneidinger, E. (1985). Happiness and reminiscing: The role of time perspective, affect, and mode of thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1460-1469.
- Sudman, S. & Bradburn, N. (1974). *Response effects in surveys: A review and synthesis*. Chicago: Aldine.
- Sudman, S. & Bradburn, N. M. (1982). *Asking Questions*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sudman, S.; Bradburn, N. M. & Schwarz, N. (1996). *Thinking about Answers. The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Taylor, S. E. (1981). The interface of cognitive and social psychology. In J. Harvey (Ed.), *Cognition, social behavior, and the environment* (pp. 189-211). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Tourangeau, R. & Rasinski, K. A. (1988). Cognitive Processes underlying context effects in attitude measurement. *Psychological Bulletin*, 103, 299-314.
- Udris, I. & Alioth, A. (1980). Fragebogen zur "subjektiven Arbeitsanalyse" (SAA). In E. Martin, I. Udris, U. Ackermann, & K. Oegerli (Hrsg.), *Monotonie in der Industrie* (S. 61-68). Bern: Huber.