

Interviewereffekte

LVA 232.101, Leitung: Dr. Peter Holtz, WS 2015

16.01.2016 - Roland Allerstorfer

Was sind Interviewereffekte?

- ▶ Systematische Unterschiede zwischen den Befragten, die durch die wahrgenommenen Eigenschaften oder das Verhalten des Interviewers entstehen (Groves 1989)
- ▶ Interviewer nehmen eine zentrale, oft unterschätzte Rolle in der Umfrageforschung ein
 - ▶ Stellen Erstkontakt her
 - ▶ Animieren zur Teilnahme an der Umfrage
 - ▶ Administrieren Fragebögen
 - ▶ Erklären gegebenenfalls Fragen
 - ▶ Zeichnen Antworten auf
 - ▶ Haben maßgeblichen Einfluss auf die Qualität der erhobenen Daten

Arten von Interviewereffekten

▶ Interviewer-Bias

- ▶ Bestimmte Populationswerte durch Anwesenheit/Verhalten des Interviewers systematisch über- oder unterschätzt
- ▶ zB Befragte korrigieren ihr Einkommen gegenüber Interviewern systematisch nach oben

▶ Interviewer-Varianz

- ▶ Anteil an der totalen Varianz der Antworten verursacht durch Unterschiede zwischen den Interviewern
- ▶ Bezeichnet systematische Verzerrungen des Antwortverhaltens zwischen Interviewern
- ▶ zB Ausmaß der Verzerrung im selbstberichteten Einkommen hängt vom wahrgenommenen sozioökonomischen Status des Interviewers ab
- ▶ Dadurch erhöht sich der Standardfehler der Erhebung und die Präzision der Umfrageergebnisse sinkt

Arten von Interviewereffekten

▶ Interviewer-Designeffekt

- ▶ Wie stark die Präzision der Umfrageergebnisse dadurch beeinträchtigt wird, hängt von Antworthomogenität und der durchschnittlichen Interviewerauslastung ab
- ▶ Bei Intra-Interviewer-Korrelation von 0,01 und durchschnittlicher Anzahl von Interviews/Interviewer von 25 steigt Standardfehler um 11%, was Verringerung des Stichprobenumfangs von 20% entspricht (gegenüber einfacher Zufallsstichprobe) (Biemer/Lyberg 2003)
- ▶ Deutlich größere Stichprobe nötig um dasselbe Maß an Präzision zu erreichen

Erhebungsmodus und Interviewereffekte

- ▶ Persönliche Befragung vs telefonische Umfragen
 - ▶ Laut Studie (Groves 1989) erheblich stärkere Interviewereffekte (Intra-Interviewer-Korrelation) bei persönlichen Interviews als bei telefonischen Umfragen
 - ▶ Persönliche Befragungen: 0,005 bis 0,102 (Gesamtmittelwert 0,031)
 - ▶ Telefonische Befragungen: 0,002 bis 0,018 (Gesamtmittelwert 0,009)
 - ▶ Dabei gilt es aber zu beachten, dass die Interviewerauslastung in Telefonstudios deutlich höher ist als bei Face-to-Face-Umfragen (Glantz/Michael 2014)

Fragemerkmale und Interviewereffekte

- ▶ Existiert ein Zusammenhang zwischen Merkmalen von Fragen und Interviewereinflüssen?
- ▶ Naheliegende Hypothese: Fragen nach sensiblen Einstellungsthemen oder offene Fragen sind anfälliger für Interviewereffekte
 - ▶ Einschlägige Studien zeigen aber kein eindeutiges Bild
 - ▶ Faktenfragen und geschlossene Fragen weniger anfällig für Interviewereffekte (Schnell/Kreuter 2005)
 - ▶ Keine signifikanten Unterschiede zwischen den Fragetypen (Groves 1989)
- ▶ Hinweise, dass schwierige Fragen größere Interviewereffekte aufweisen (Schaeffer et al. 2010)
 - ▶ „Schwierigkeitsgrad“ in Studie anhand der Erinnerungsleistung und der Verankerung der Einstellung zum Thema analysiert

Eigenschaften der Interviewer

- ▶ Der Zusammenhang zwischen Interviewereigenschaften und Interviewereffekten vergleichsweise gut erforscht
- ▶ 2 Kategorien von Eigenschaften
 - ▶ Sichtbare Eigenschaften
 - ▶ Von Befragten direkt erfasst und somit direkte Auswirkung auf Antwortverhalten
 - ▶ zB Geschlecht, Ethnie, Auftreten, Körpersprache oder verbales Verhalten des Interviewers
 - ▶ Nicht-sichtbare Eigenschaften
 - ▶ Werden erst im Laufe des Interviews bemerkbar
 - ▶ zB Persönlichkeitsmerkmale wie Extrovertiertheit oder rollenbezogene Eigenschaften wie Einstellung des Interviewers zum Thema der Befragung oder den Befragten

Studien zu sichtbaren Eigenschaften

- ▶ Ethnische Herkunft/Geschlecht
 - ▶ Kaum Auswirkungen auf Teilnahmebereitschaft aber substantielle Effekte auf das Antwortverhalten der Befragten (Weisberg 2005, Schaeffer et al. 2010, El-Menouar 2014, Huddy et al. 1997)
 - ▶ Matching-Hypothese:
 - ▶ Gleiche ethnische Herkunft/gleiches Geschlecht → validere Antworten (Schaeffer et al. 2010)
 - ▶ Matching kann aber auch zu Anpassung der Antworten an wahrgenommenen sozialen Erwartungen des Interviewers angepasst (Anderson et al. 1988)

Studien zu sichtbaren Eigenschaften

- ▶ Alter/Erfahrung des Interviewers
 - ▶ Ältere/erfahrenere Interviewer erzielen höhere Kooperationsraten/Teilnahmeraten (Groves/Couper 1998, Hox/de Leeuw 2002)
 - ▶ Mehr Antwortverweigerungen bei Fragen nach Einkommen und stärkere Zustimmungstendenzen bei Einstellungsfragen (Olson/Bilgen 2011)
 - ▶ Höhere Produktivität auf Kosten der Interviewqualität (Schaeffer et al. 2010)
- ▶ Stimmausdruck und nonverbales Auftreten
 - ▶ Feminität der Stimme, Stimmhöhe, Intonation und Sprachfluss hat positiven Einfluss auf Teilnahmebereitschaft
- ▶ Extrovertiertheit/Selbstüberzeugung des Interviewers
 - ▶ Positiver Zusammenhang zwischen Merkmalsausprägung und Teilnahmebereitschaft
 - ▶ Effekte jedoch relativ schwach ausgeprägt

Studien zu nicht-sichtbaren Eigenschaften

- ▶ Extrovertiertheit/Selbstüberzeugung des Interviewers
 - ▶ Positiver Zusammenhang zwischen Merkmalsausprägung und Teilnahmebereitschaft (Jäckle et al 2013, Weisberg 2005)
 - ▶ Effekte jedoch relativ schwach ausgeprägt
- ▶ Erwartung der Interviewer
 - ▶ Bei Erwartung einer negativen Reaktion auf unangenehme Frage kommt es zu höherer Antwortverweigerung (Schaeffer et al. 2010)

Fazit zu Studienergebnissen

- ▶ Vergleichsweise geringes Bewusstsein für Interviewereffekte als für stichprobenbedingte Effekte auf Umfrageergebnisse
- ▶ Interviewereffekte basieren auf der dynamischen Interaktion von Interviewern/Befragten/Befragungsthema
- ▶ Großteil der Studien konzentriert sich auf die Untersuchung einzelner Aspekte → Zusammenspiel der Faktoren bleibt jedoch unberücksichtigt
- ▶ Gesamthafte Analyse von dynamischen Gesprächssituationen

Minimierung von Interviewereffekten

- ▶ Interviewereffekte einer der wenigen Aspekte von des totalen Umfragefehlers, der unter der direkten Kontrolle des Forschers steht
- ▶ Empathie erhöht Teilnahmeraten
 - ▶ Interaktion herstellen und aufrechterhalten
 - ▶ Schnelle Reaktion auf verbale und nonverbale Hinweise
 - ▶ Standardisierung tendenziell kontraproduktiv
- ▶ Standardisierte Gesprächsführung minimiert Interviewereffekte
 - ▶ Fragewortlaut
 - ▶ Reihenfolge der Fragen
 - ▶ Art und Weise wie Fragen gestellt werden

Vielen Dank!