

Methodenkompass für Exkursionen



Befragung

Autor: [Andreas Hoogen \(2023\)](#)

www.geo-exkursionen.de

Alle Rechte vorbehalten.

©2023 Andreas Hoogen, c/o Gymnasium Hochdahl, Rankestr. 4-6, 40593 Erkrath

Sämtliche Inhalte, Fotos, Texte, Karten und Graphiken sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung weder ganz noch auszugsweise vervielfältigt oder veröffentlicht werden. Die Speicherung, Veränderung und Vervielfältigung für unterrichtliche Zwecke sind hingegen zulässig.

Der Autor und Herausgeber übernehmen keine Haftung für inhaltliche oder drucktechnische Fehler. Für Hyperlinks im PDF gilt der Haftungsausschluss der Website www.geo-exkursionen.de.

Zum Autor:

Dr. Andreas Hoogen ist Lehrer am Gymnasium Hochdahl. Er war wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität zu Köln und Lehrbeauftragter an der Bergischen Universität Wuppertal.

Befragung

Bedeutung der Methode

Die Befragung ist eine der wichtigsten empirischen sozialwissenschaftlichen Methoden und damit auch ein bedeutendes humangeographisches Instrument. Sie dient der Erhebung von Daten und damit der Informationsgewinnung. Es gibt verschiedene Arten von Befragungen, die in der Schule eingesetzt werden können: offene (sogenannte narrative) Interviews, Leitfrageninterviews (z.B. mit Expert:Innen) oder standardisierte Befragungen. Auch das Setting von Befragungen kann sich unterscheiden: von Face-to-face Befragungen über Telefoninterviews bis hin zu Online-Befragungen.

Meines Erachtens können längere Interviews auf Exkursionen kaum sinnvoll eingesetzt werden. Besonders schwierig ist dort der Zugang zu den Befragten. Sobald sich die Befragung länger als ein paar Minuten hinzieht, besteht das Risiko eines Abbruchs und damit auch Frust bei den Schüler:innen.¹ Eine Ausnahme bilden Experteninterviews, die aber in der Regel nicht spontan erfolgen. Im Folgenden soll es deshalb vor allem um für Exkursionen besonders geeignete festgelegte, identische, standardisierte Befragungen gehen und weniger um qualitative Befragungen in offenen Interviews. Auch steht hier die Face-to-Face-Befragung im Vordergrund, es geht schließlich um Exkursionsmethodik. Zu anderen Befragungstypen gibt es eine Menge Fachliteratur wie zum Beispiel MEIER KRUKER & RAUH 2005 oder auf dem Niveau von Oberstufenschüler:innen bei HOOGEN 2020 (Download [hier](#)).

Ähnlich groß wie die Vielfalt der Methoden ist auch die Zahl der möglichen Ziele und Themen, bei denen Befragungen eingesetzt werden können. Ziel der Geographie ist es immer, Erkenntnisse über Räume und deren Wahrnehmung durch Individuen zu gewinnen. In der Schule fördert die Arbeit mit Primärdaten neben der Erkenntnisgewinnung vor allem auch das Verständnis von Daten im Allgemeinen. Damit wird ein wichtiger Beitrag zur Vorbereitung auf das wissenschaftliche Arbeiten an der Universität geleistet. Ihr kommt folglich ein hoher Wert im Bereich der Metho

1. Achtest du bei deinem täglichen Konsum auf Umweltfreundlichkeit?							
Ja, immer	1	2	3	4	5	6	7 Nein, nie
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Informierst du dich über aktuelle Umweltprobleme?							
Nein, gar nicht	1	2	3	4	5	6	7 Sehr oft
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Wie wichtig findest du Fridays for future?							
Unwichtig	1	2	3	4	5	6	7 wichtig
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Ist dir Mülltrennung wichtig?							
Nein, gar nicht	1	2	3	4	5	6	7 Sehr wichtig
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Achtest du bei der Wahl des Verkehrsmittels auf die Umwelt?							
Nein, gar nicht	1	2	3	4	5	6	7 Ja, sehr
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fragebogen eines Projektes zum Umweltbewusstsein und Umwelthandeln am Gymnasium Hochdahl, Quelle: Screenshot in GrafStat

denkompetenz zu, der gerade die im Fach Geographie besonders bedeutsame Auswertung und kritische Reflexion von Statistiken eine ganze andere Tiefe verleiht.

Beschreibung der Methode

Die Schritte, wie eine Befragung durchzuführen ist, finden sich zum Erarbeiten mit Schüler:innen in den Materialien dieses Artikels. Im Folgenden sollen allerdings einige allgemeine Aspekte zur Durchführung von Befragungen erörtert werden. Der Fokus soll hier auf einer standardisierten Befragung liegen, bei der die Interviewsituation jeweils möglichst identisch ist. Bei diesem Befragungstyp ist es das Ziel, die Antworten miteinander vergleichen zu können und über eine größere und zufällig ausgewählte Stichprobe ein gewisses Maß an Repräsentativität herzustellen. Für die Schule ist es wichtig, dass die Schüler:innen die Grundidee dieses methodischen Zugangs kennenlernen. Aus diesem Grund sollte das Ziel nicht die Perfektion der Ergebnisse sein, sondern das *Handeln* selber. Fehler können dadurch immer als Ansatz für eine kritische Auseinandersetzung und – vor allem anderen – das Lernen sein. Es lässt sich durchaus sagen, dass Datenfehler aus dieser Perspektive heraus erwünscht sind.

Bei der Methode sollte ein wichtiger Aspekt beachtet werden: BETTE ET AL. (2015) postulieren, dass Befragungen eine beliebte Methode sind. Ich habe aus meiner Erfahrung da allerdings einen anderen Eindruck: ein erheblicher Teil der Schüler:innen – vor allem zwischen Klasse 7-10 – hat bei Befragungen Hemmungen beim Ansprechen von Passanten. Dies sollte immer bedacht werden

¹ Natürlich sind auch narrative Interviews im Unterricht möglich, beispielsweise zu Erfahrungen mit Reisen oder Raumwahrnehmung, allerdings eher nicht im Rahmen von Exkursionen.

und die Schüler:innen müssen vor Ort genau auf die Aufgabe eingestellt werden. Zur Anschauung könnte der/die Lehrer*in eine Befragung zunächst selber durchführen, um Ängste zu nehmen. Es ist auch ratsam, einen Rahmen mit festen Vorgaben anzulegen, z.B. eine Mindestzahl an befragten Personen. Dies reduziert das Vermeidungsverhalten.

Werden Schüler*innen in ein Geschäft geschickt, sollte immer vorher geklärt werden, ob der Inhaber mit einer Befragung einverstanden ist. Am besten sollte dies auf einer Vorexkursion oder per Mail geklärt werden, damit es keine bösen Überraschungen am Exkursionstag gibt. Das gilt für alle Arten von Räumen in Privatbesitz, beispielsweise auch für Einkaufszentren.

Auch bei face-to-face-Befragungen bietet sich die Anlage eines Onlinefragebogens, z.B. bei GrafStat an, bei dem die Schüler:innen die Antworten der Passanten selber mit dem Smartphone eingeben. So ist die Aufwertung der Daten sehr viel einfacher, gerade weil GrafStat auch Tools zur Auswertung bereitstellt. Eine Anleitung für GrafStat findet sich ebenfalls bei HOOGEN 2020 ([hier](#)). Heute bietet sich ein Onlinefragebogen noch mehr an, weil durch die Pandemie alle Schulen über ihre digitalen Plattformen verfügen und teilweise, beim Microsoft 365 auch gleich über implementierte Befragungsprogramme wie *Forms*. Auch wenn es etwas Einarbeitungszeit braucht, ist der Nutzen ungleich höher, gerade auch weil bei der Datendarstellung viel Zeit gespart wird. Natürlich ist eine Befragung mit Stift und Papier auch möglich.

Anwendungsbereiche

- Konsumverhalten
- Wahrnehmung von Räumen (z.B. touristische Orte, Problemviertel, Angsträume)
- Motivationen für Raumhandeln (z.B. pendeln)
- Diverse Themen im Rahmen von Facharbeiten

Literatur

- BETTE, J.; HEMMER, M.; MIENER, K.; SCHUBERT, J.-C. (2015): Welche Arbeitsweisen interessieren Schüler auf Exkursionen? In: Praxis Geographie 7–8, 2015, S. 62-64
- HOOGEN, A. (2020): Eine Befragung mit GrafStat durchführen - Einführung in die quantitative Methodik und GrafStat für Facharbeiten und kleinere Projekte, Link: <https://geo-exkursionen.de/2021/02/09/einfuehrung-in-die-arbeit-mit-grafstat-fuer-facharbeiten/>, Stand: 04.12.2021
- MEIER KRUKER, V.; RAUH, J. (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie, Darmstadt

M1 Schritte einer Befragung

Im Internet lassen sich eigentlich zu jeder Frage Graphiken mit Ergebnissen von Befragungen finden. Wenn ich aber eine Fragestellung in meinem direkten Umfeld habe (z.B. „Wo kaufen die Leute aus meinem Ort ein?“, „Wie verbringen Menschen aus meiner Stadt ihren Urlaub?“ oder „Was gucken sich die Tourist:innen in meinem Ort für Sehenswürdigkeiten an?“), gibt es meist keine passenden Informationen.

Um diese Informationen zu erheben, können wir eine eigene Befragung durchführen. Befragungen sind eine wichtige Methode der geographischen Forschung. Mit ihnen können wir Informationen über Räume und über das Verhalten von Menschen im Raum gewinnen.

Der Ablauf einer Befragung ist in verschiedene Phasen unterteilt:

Fragestellung, Hypothesen

Zunächst muss die **Fragestellung** formuliert werden, also was genau untersucht werden soll. Anschließend werden **Hypothesen** aufgestellt. Das sind Vermutungen, die in der Zählung überprüft werden.

Ein Beispiel für eine Fragestellung wäre: „Wie machen Menschen aus meiner Stadt Urlaub?“ Eine dazu passende Hypothese wäre: „Die meisten Menschen in meinem Ort machen Strandurlaub.“

Merkmale & Kategorien

Aus der Fragestellung heraus wird festgelegt, welche Informationen – **Merkmale** genannt - ich brauche und diese Merkmale müssen kategorisiert werden. Bei der Fragestellung oben könnte beispielsweise die Häufigkeit gezählt werden und auch die Länge, auch könnten je nach Interesse nur Reisen über mindestens fünf Tage gezählt werden, Wochenendausflüge zählen dann nicht mit.

Weiter müssen die vielen Möglichkeiten in **Kategorien** zusammengefasst werden. Die Länge kann in Tagen erfasst werden, auch hier können Gruppen gebildet werden (z.B. 5-7 Tage, 8-14, >14 Tage). Aktivitäten müssen stark zusammengefasst werden, z.B. *Skiurlaub*, *Standurlaub*, *Städtereisen* usw.

Stichprobe & Raum

Eine weitere wichtige Frage ist die Auswahl der **Stichprobe**, d.h. wen befrage ich, wie viele Leute, wann und wo. Das ist ganz entscheidend, weil die Ergebnisse an einem Flughafen ganz andere sind als vor einem Supermarkt. Die Frage nach dem „Wie viele?“ ist schwierig zu beantworten. Es gilt: mehr ist besser! Weitere Informationen zur Stichprobe findet ihr in M4.

Erstellung eines Fragebogens

Haben wir Merkmale & Kategorien festgelegt und Überlegungen zur Stichprobe gemacht, wird jetzt der **Fragebogen** erstellt. Hilfen zur Erstellung findet ihr in M2 und M3. Der Fragebogen muss auf jeden Fall getestet werden. Am einfachsten geht das mit Freunden oder der Familie, noch besser ist aber der **Test** in einer ähnlichen Situation wie bei der richtigen Befragung.

Durchführung der Befragung

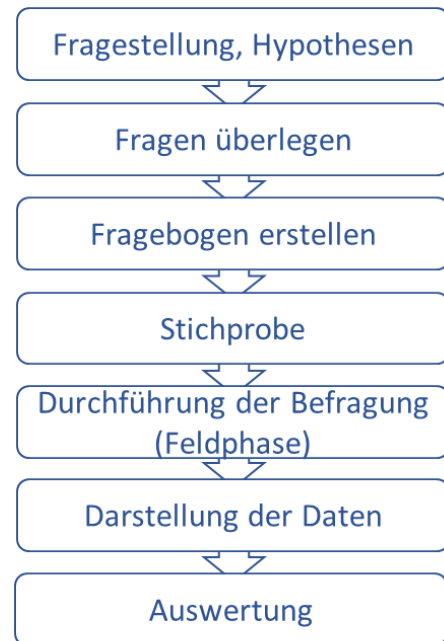
In diesem Schritt werden in der Befragung die Ergebnisse, auch **Daten** genannt, erhoben. Hier darf nicht geschludert oder gepuscht werden. Werden die Ergebnisse nicht richtig erfasst, Fragen nicht gestellt oder die Befragten irgendwie beeinflusst, ist die ganze Untersuchung wertlos. Weitere Informationen zur Technik der Befragung findet ihr in M5.

Darstellung

In diesem Schritt müssen die Ergebnisse anschaulich aufbereitet werden, z.B. in Tabellen, Diagrammen, Schaubildern, Karten oder in Textform.

Auswertung

In der Auswertung werden die Hypothesen überprüft. Anschließend müssen die Ergebnisse für eine Präsentation aufbereitet werden.



vereinfacht nach: MEIER KRUKER; RAUH 2005: 86

M3 Wichtige Faustregeln für die Fragebogenerstellung

Bei jeder Frage sollte genau überlegt werden, welche Antworten möglich wären, wie mit den Antworten umzugehen wäre, wie zielführend sie wären, was man mit den Antworten hinterher machen will und es sollte bedacht werden, wie sich der Befragte fühlen könnte.

Ein paar wichtige Faustregeln sollten darüber hinaus noch beachtet werden (nach MEIER KRUKER & RAUH 2005:94f):

Tipp	Ungünstige Frage	Bessere Frage(n)
Die Fragen sollten einfach und verständlich formuliert sein (vermeiden von Fremdwörtern usw.) und möglichst kurz. Ansonsten kreuzt der Befragte evtl. nicht das an, was er wirklich denkt. Auch komplizierte Rechenaufgaben sollten vermieden werden.	Wie gestaltest du deine Freizeit? Wie viel Prozent deines Taschengeldes gibst du für deine Handyrechnung aus?	Was sind deine Hobbys? Wie viel Taschengeld bekommst du? Wie hoch ist deine monatliche Handyrechnung?
Konkret ist immer besser als abstrakt	Wie zufrieden bist du mit der digitalen Ausstattung der Schule?	Wie zufrieden bist du mit der Ausstattung der PC-Räume/ Klassenräume/ Lehrerzimmer?
Alles, was den Befragten zu einer bestimmten Antwort verleiten könnte (Suggestivfragen), sollte man weglassen oder umformulieren. Positiv oder negativ belastete Begriffe wie Freiheit oder Flüchtling sollten vermieden werden, genau wie das Vorwegnehmen einer Antwort.	Bist du für Demokratie? Findest du gut, dass ...	Hältst du es für sinnvoll, bei bestimmten Entscheidungen Parlamente entscheiden zu lassen oder sollte das Volk direkt befragt werden? Wie bewertest du ...
Keine hypothetischen Fragen stellen.	Angenommen, es gäbe in der Schule W-Lan, was ...	Wie würdest du den Mehrwert von W-Lan für den Unterricht einschätzen (sehr hoch, hoch, niedrig, sehr niedrig)
Jede Frage sollte so balanciert sein, dass sie sowohl positive als auch negative Antwortmöglichkeiten enthält, evtl. mit Antworten in der Grauzone/dazwischen.	Bist du für W-Lan in der Schule? (Ja/Nein)	Bist du für oder gegen W-Lan in der Schule? (Klar für W-Lan, eher für W-Lan, eher gegen W-Lan, klar gegen W-Lan)
Mehrdimensionale Fragen sollten in zwei Teile geteilt werden.	Bist du für oder gegen W-Lan in der Schule um einen besseren Unterricht zu erreichen?	Bist du für oder gegen W-Lan in der Schule? Ist W-Lan geeignet, um besseren Unterricht zu erreichen?
Bei Fragen nach Entfernungen, Häufigkeiten oder Dauer sollten IMMER Einheiten angegeben werden.	Wie viel nutzt du YouTube? Viel, eher viel, eher wenig, wenig, nie	Wie viel nutzt du YouTube täglich? > 4 Stunden, 4-2 Stunden., 2-1 Stunde, <1 Stunde
Die Anzahl der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten sollte nicht zu lang sein.	Was ist deine liebste Freizeitbeschäftigung? Fußball, Basketball, Handball, Leichtathletik, Hockey, Reiten, Judo, Karate, ...	Was ist deine liebste Freizeitbeschäftigung? Sport, Erholung, Entspannung, Sonstiges

Quelle: HOOGEN 2020, nach MEIER KRUKER & RAUH 2005: 94f

M4 Eine Stichprobe ziehen

Eine ganz wichtige Entscheidung ist die nach der Auswahl der Befragten. Dafür müsst ihr erst überlegen, über wen ihr eigentlich eine Aussage treffen wollt. Diese Gruppe nennt man **Grundgesamtheit**:

- Alle Kund:innen eines Supermarktes
- Alle Pendler:innen in einer Stadt
- Alle Tourist:innen in einem Ort
- Alle Schüler:innen einer Schule

Da wir normalerweise nicht alle Menschen der Grundgesamtheit befragen können, muss eine **Stichprobe** gezogen werden. Wollt ihr Aussagen über alle Kunden eines Supermarktes haben, z.B. zu deren Kaufverhalten und fragt nur Schüler:innen an eurer Schule, kommt wahrscheinlich heraus, dass diese Kunden v.a. Chips, Eis oder Schokolade kaufen. Das ist verständlicherweise nicht übertragbar auf alle Kunden des Supermarktes.

Stellt ihr euch aber an die Tür des Supermarktes und befragt immer nur jeden 10. Kunden und am besten noch zu verschiedenen Zeiten und an verschiedenen Tagen in der Woche, dann ist das Ergebnis weniger einseitig und ihr könnt aus der Befragung Rückschlüsse für alle Kunden treffen. Man spricht dabei von **Repräsentativität**.

Diese Repräsentativität hängt auch von der Menge der Befragten, also von der **Größe der Stichprobe** ab. Fragt ihr nur einen oder zwei Kunden, kann es sein, dass diese besonders viel Bier kaufen oder Vegetarier sind. Das ist dann nur vom Zufall abhängig. Fragt ihr aber einhundert Leute, nimmt dieser Zufall immer weiter ab. Der Anteil der Vegetarier in der Stichprobe nähert sich dem Anteil der Vegetarier in der Grundgesamtheit an. Es ist schwer, hier eine Richtgröße zu nennen, weil Repräsentativität ein mathematisch kompliziertes Problem ist, aber unter 100 Befragten spielt der Zufall noch eine sehr große Rolle. Es gilt: mehr ist besser.

M5 Befragung

Für die Befragung selber müsst ihr in jedem Fall bestimmte Regeln einhalten. Um die Ergebnisse vergleichbar zu halten, solltet ihr auf keinen Smalltalk machen, sondern immer die gleiche Anrede, die gleiche kurze Einleitung verwenden. Für eine Befragung von Passanten sollte der Fragebogen kurz sein, damit die Menschen nicht irgendwann abbrechen. Sagt am besten vorher, wie lange es dauert.

Die Antworten können in einer Tabelle oder in ausgedruckten Fragebögen notiert werden. Strichlisten sind nicht sinnvoll, für die Auswertung muss erkennbar sein, welche Antworten jeweils zu einer Person gehören. Besser als eine Tabelle ist es, wenn ein Onlinefragebogen angelegt wird, in den die Antworten der Passanten selber mit dem Smartphone eingegeben werden. Das macht die Darstellung z.B. in *Excel*, oder auch die Auswertung der Daten sehr viel einfacher.