



holz|hauerei

QUALITATIVE INTERVIEWS

*Mit Empathie
und Methode
Einsichten in
die Motive und
Bedürfnisse
von Kunden
gewinnen*

Dr. Brigitte Holzhauer, Dipl. Psych.
Uhlandstr. 20 D- 68167 Mannheim

T: +49 621 150 4876
M: +49 160 980 622 88

mail: mail@holzhauerei.de
web: www.holzhauerei.de

QUALITATIVE UND QUANTITATIVE FORSCHUNG VERFOLGEN UNTERSCHIEDLICHE ZIELE

Qualitative Forschung

- ✗ Ziel: Verstehen, aufdecken,
- ✗ Theorien entwickeln
- ✗ Offene Interviews
- ✗ Offene Fragen
- ✗ Kleine Stichproben



Fotos: www.istockphoto.com

Quantitative Forschung

- ✗ Ziel: Zählen, messen
- ✗ Theorien prüfen
- ✗ Standardisierte Erhebung
- ✗ Geschlossene Fragen
- ✗ Große Stichproben



BEI QUALITATIVEN INTERVIEWS SPRECHEN DIE BEFRAGTEN MIT IHREN EIGENEN WORTEN

- ✗ Ziel: Spontane, unbeeinflusste Auseinandersetzung der Befragten mit dem Untersuchungsthema
- ✗ Zwanglose Gesprächsführung: Ohne Vorgabe von vorgefertigten Denkstrukturen und Kategoriensystemen
- ✗ Alltagssprache: Kommunikationsform der Erzählung und des Gesprächs, Vermeidung künstlicher Frage- und Antwortspiele
- ✗ In der Regel Audio- oder Video-Aufnahme und anschließende Transkription

DIE INTERVIEWERIN GEHT EMPATHISCH AUF IHRE GESPRÄCHSPARTNERIN EIN

- ✘ Die Interviewerin orientiert sich an einem Themenkatalog, ist aber nicht sklavisch daran gebunden.
- ✘ Die Interviewerin spricht in der Alltagssprache mit ihrer Gesprächspartnerin und formuliert die Fragen entsprechend.
- ✘ Die Interviewerin gibt der Gesprächspartnerin Raum für ihre Ausführungen und Schwerpunktsetzungen.
- ✘ Die Interviewerin hört zu, zeigt Empathie, geht auf die Befragte ein und bestärkt sie darin, ihre Sicht der Dinge darzustellen.
- ✘ Die Interviewerin gibt keine Antworten vor.

DIE INTERVIEWERIN ORIENTIERT SICH AN EINEM INTERVIEWLEITFADEN

- ✘ Besteht meist aus Fragen unterschiedlicher Hierarchien:
 - Einstiegsfragen dienen zur Eröffnung eines neuen Themas und sollten allen Befragten einheitlich gestellt werden
 - Vertiefungsfragen kann die Interviewerin entsprechend des Gesprächsflusses und der Gesprächspartnerin variieren.
 - Sondierungsfragen müssen oft gar nicht explizit gestellt werden. Sie dienen der Interviewerin zur Kontrolle, ob über alle relevanten Aspekte gesprochen wurde
- ✘ Abhängig von den Schwerpunktsetzungen der Gesprächspartnerin kann bzw. muss die Interviewerin die Reihenfolge der Fragen ändern und den Leitfaden flexibel handhaben

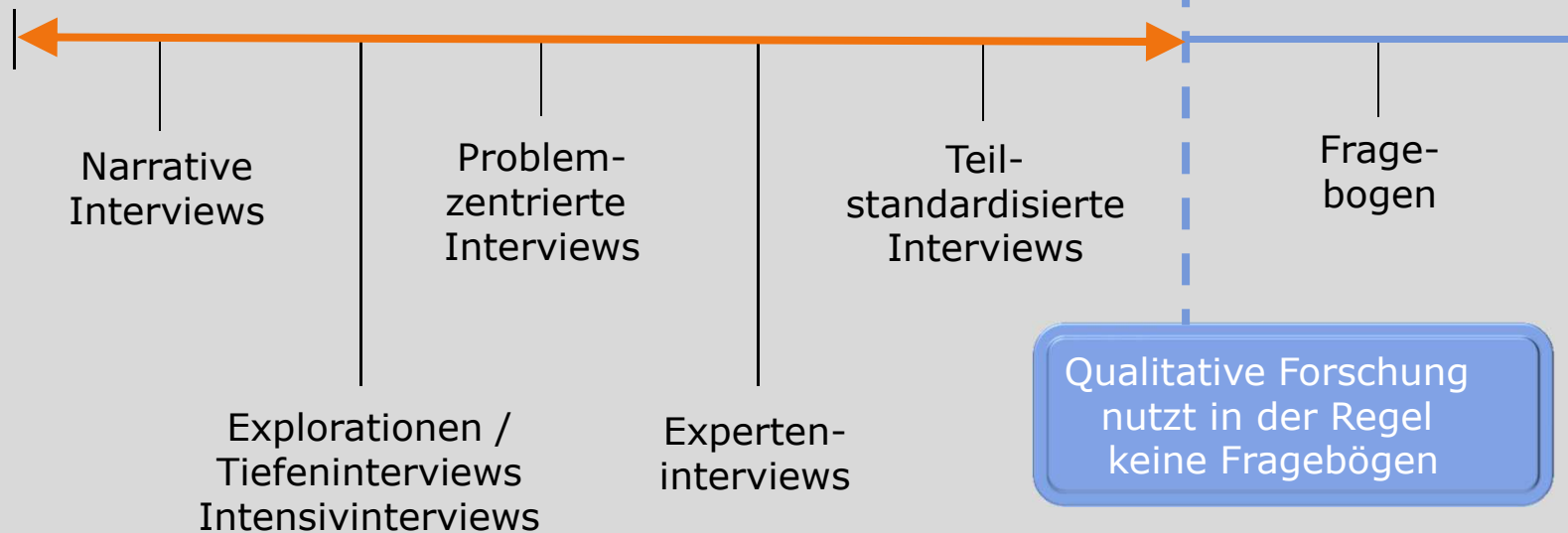
QUALITATIVE INTERVIEWS BESTEHEN ÜBERWIEGEND AUS OFFENEN FRAGEN

- ✗ Offene Fragen regen zu Ausführungen an, „öffnen“ die Befragten
 - „Was halten Sie von Bio-Lebensmitteln?“
 - Nicht: „Sind sie für oder gegen Bio-Lebensmittel?“
- ✗ Vermitteln der Gesprächspartnerin, dass die persönliche Meinung interessant und wichtig ist
- ✗ Verstärken den Mitteilungsfluss der Gesprächspartnerin ohne inhaltliche Beeinflussung
 - Zum Beispiel durch interessierte Nachfragen
 - Oder durch emotionales Mitgehen: „mhm“, „aha“

ES GIBT UNTERSCHIEDLICHE FORMEN QUALITATIVER INTERVIEWS

Unstandardisiert

Standardisiert



DIE AUSWERTUNG QUALITATIVER INTERVIEWS: LOST IN SPACE?



DIE ANALYSE QUALITATIVER INTERVIEWS IST KOMPLEX UND ARBEITSAUFWENDIG

- ✘ Komplexer / komplizierter Auswertungs- und Analyseprozess
 - Fülle an Material, „information overload“
 - Ermessens- und Interpretationsspielraum des Forschers
- ✘ Theoriegestützte Vorgehensweisen bei der Analyse, zum Beispiel:
 - Phänomenologische Analyse, Hermeneutik
 - Grounded Theory (*Glaser, Strauss*)
 - Objektive Hermeneutik (*Oevermann*)
 - Qualitative Inhaltsanalyse (*Mayring*)

GRUNDSÄTZLICHE AUSWERTUNGSSCHRITTE

1. Schritt: Protokoll / Transkript des Interviews
 - Fragen und Antworten, entweder wörtlich oder leicht gestrafft
 - Eventuell mit nichtsprachlichen Äußerungen oder mit (gekennzeichneten) Kommentaren der Interviewerin
2. Schritt: Analyse eines Falles
 - Ganzheitliches Verstehen entlang der Erzählstruktur
 - Lesen zwischen den Zeilen: Motive, Intentionen, Gefühle
3. Schritt: Analyse über die Gesamtzahl der Fälle hinweg
 - Bei der qualitativen Inhaltsanalyse: Erstellen eines Kategoriensystems...
 - und Zuordnung der Aussagen der einzelnen Interviews zu den Kategorien
4. Schritt: Interpretation und Ergebnisdarstellung
 - Hypothesenbildung, Aufdecken von Mustern, Ableitung von Kernaussagen

GÜTEMERKMALE DER QUALITATIVEN ANALYSE

8. Auswertung, Analyse, Interpretation

Die qualitative Analyse strebt neben der deskriptiven Zusammenfassung der Ergebnisse die analytische Induktion an, d. h. aus den qualitativen Erhebungen werden Hypothesen generiert bzw. allgemeingültige Erklärungsmodelle hergeleitet.

Sämtliche dokumentierten Befunde (z. B. Rahmenbedingungen, verbaler bzw. non-verbaler Kontext, Untersuchungsmaterialien) fließen in die Auswertung ein.

Kennzeichen einer qualitativ hochwertigen Analyse ist, dass Befunde nicht nur im Querschnitt, also im inter-personellen bzw. fallübergreifenden Vergleich, sondern auch im Längsschnitt, also intra-personell bzw. fallintern, analysiert werden.

Das Vorgehen orientiert sich an wissenschaftlich anerkannten qualitativen Auswertungsverfahren wie z. B. qualitativer Inhaltsanalyse, Konversationsanalyse oder hermeneutischer Verfahren. Welche Verfahren konkret Anwendung finden, orientiert sich am Gegenstand, den Inhalten und der Zielsetzung der Untersuchung. Die Ergebnisse der Analyse werden dort, wo es zum vertiefenden Verständnis und zur Nachvollziehbarkeit beiträgt, durch charakteristische Zitate (Verbatims) belegt. Zitate müssen klar als solche erkennbar und der jeweils befragten Zielgruppe (z. B. „junge Frauen“, „ältere Frauen“) zuzuordnen sein.

Qualitative Forschung trifft keine numerischen Aussagen.



**Standortbestimmung und Gütemerkmale
qualitativer Markt- und Sozialforschung**



2007, S. 26

LITERATURAUSWAHL

- ✗ Bogner, Alexander/ Littig, Beate / Menz, Wolfgang (2005): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Aufl. Wiesbaden.
- ✗ BVM EDITION (2007): Standortbestimmung und Gütemerkmale qualitativer Markt- und Sozialforschung. BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V., Berlin.
- ✗ Flick, Uwe / Kardoff, Ernst, Steinke, Ines 2005): Qualitative Sozialforschung. Eine Handbuch. Reinbek.
- ✗ Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch. Mit Online-Materialien. 5. Aufl., Weinheim.
- ✗ Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. 5. Aufl., Weinheim.
- ✗ Naderer, Gabriele / Balzer, Eva (2007): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen, Methoden und Anwendungen. Wiesbaden.
- ✗ Schütze, Fritz (1983): Biographieforschung und narratives Interview, in: Neue Praxis, 13 (3), 283-293. http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/5314/ssoar-np-1983-3-schutze-biographieforschung_und_narratives_interview.pdf
- ✗ Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview. Forum Qualitative Sozialforschung. 1(1) Art 22. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1132/2519>.

DR. BRIGITTE HOLZHAUER



Leistungsspektrum

- MARKTFORSCHUNG
 - Qualitative Forschung: Fokusgruppen, Kreativgruppen, Tiefeninterviews
 - Quantitative Forschung: Erhebungsinstrumente; statistische Analysen
- BUSINESS COACHING
 - Coaching: Unternehmer-, Gründer-, Karriere-Coaching
 - Consulting: Positionierung, Zielgruppen, Trends, Innovationen
- COACHING FÜR FORSCHER
 - Beratung und Karrierecoaching für Forscher und Wissenschaftler

Profil

- Diplom Psychologin, selbständige Markt- und Sozialforscherin, Business Coach
- Langjährige Erfahrung in der Markt- und Sozialforschung (z.B. Max-Planck-Institut, Sinus Institut, Homburg & Partner)
- Dozentin der DUW – Deutsche Universität für Weiterbildung, Berlin, sowie der Carl-Benz-Akademie
- Mitglied im Berufsverband deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) und im Berufsverband deutscher Psychologen (BDP)
- Kooperation mit einem Kompetenz-Netzwerk freiberuflicher Experten



holz|hauerei

**ICH BEDANKE MICH
GANZ HERZLICH FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**

Dr. Brigitte Holzhauer, Dipl. Psych.
Uhlandstr. 20 D- 68167 Mannheim

T: +49 621 150 4876
M: +49 160 980 622 88

mail: mail@holzhauerei.de
web: www.holzhauerei.de