

## **Zur Erstellung des Fragebogens:**

In der Literatur werden sechs Kategorien beschrieben, die für die korrekte Beantwortung des Fragebogens hinderlich sein könnte<sup>1</sup>.

### 1. Äußere Umstände

Uninteressante Befragungsthemen und Überlänge: Wir nehmen an, dass für die Teilnahme an der Umfrage ein gewisses Interesse an der Gemeinde vorhanden ist. Die Umfrage wurde vor Veröffentlichung getestet und wurde von den Teilnehmern nicht als zu langwierig eingestuft.

### 2. Menschliche Unzulänglichkeiten

Defizite im Verständnis-, Erinnerungs-, Vorstellungs-, Urteils- und Konzentrationsvermögen: Die Fragen konnten in den Tests schnell und der Frage entsprechend beantwortet werden; größere Anforderungen an die o. g. Vermögen wurden nicht gestellt.

### 3. Selbstachtung, Selbstdarstellung

Über-/Untertreiben, Lügen, Ausweichen, Anpassen, etc.: Durch die Anonymität des Antwortenden gehen wir von größtmöglicher Ehrlichkeit der Teilnehmer aus.

### 4. Beantwortungstaktik

Wahl von Skalenwerten, die im Mittelfeld liegen: In den Tests wurde bei Fragen mit Beantwortung per Schulnote oft die Angabe „zwischen 2 und 3“ gemacht. Wir geben den Teilnehmern mit dem Schulnoten-System eine leicht verständliche, breit gefächerte und dennoch deutliche Möglichkeit zur Beantwortung. Zur Verdeutlichung und zur Vermeidung der „einfachen Wahl des Mittelfeldes“ übersetzen wir die Schulnoten in ihre Begriffe von „sehr gut“ bis „ungenügend“, das macht die Auswahl durch die Teilnehmer sorgfältiger. Sollten in der Auswertung viele Antworten im Mittelfeld liegen, so ist dies bei der Interpretation der Ergebnisse beachtet worden.

### 5. Heraushören von Wertvorstellungen

Einige Fragen können nicht anders oder „versteckter“ gestellt werden und so ergibt sich daraus, dass eine leicht übertriebene Antwort besser ist als keine und diese Tatsache in der Auswertung zu berücksichtigen ist.xxx

### 6. Wahl der erstbesten Antwortvorgabe

Es gab in den Fragebögen keine Antwortmöglichkeit, die als „erstbeste“ ausgelegt oder erkannt werden konnte.

---

<sup>1</sup> "Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung" von Berekoven, Eckert und Ellenrieder, 2009