



So erreichen Sie, dass Ihre Umfrage ernst genommen wird

Beheben Sie die letzten Schwachstellen.
Dann können die Befragten bestmöglich antworten.

Was macht einen guten Befragten aus?

Einer der ganz großen Vorteile von Online-Umfragen ist, dass sie sich so leicht beantworten lassen. Nur ein paar Klicks und schon können Ihnen die Befragten die Informationen liefern, die Sie benötigen.

Aber wenn das Beantworten so leicht ist, ist es umso wichtiger, dass sich die Befragten genügend Zeit für ihre Antworten nehmen.

Wenn Befragte sich mal eben durch die Umfrage hangeln, ihr aber nicht die nötige Aufmerksamkeit schenken, spricht man von „Satisficing“, einer Wortschöpfung aus dem Englischen bestehend aus „Satisfying“ (zufriedenstellend) und „Suffice“ (ausreichen). Satisficing ist ein Problem, mit dem Umfrageersteller auf der ganzen Welt zu kämpfen haben. Das Ergebnis sind minderwertige Daten, die die Schlüsse, die aus der Umfrage gezogen werden können, stark beeinflussen.

Glücklicherweise gibt es Abhilfe. Sie als Umfrageersteller haben es in der Hand, die Befragten so zu motivieren, dass sie die bestmöglichen Antworten geben und nicht nur irgendwelche.

Optimizer und Satisficer

Grundsätzlich gibt es zwei Arten von Befragten: die Optimizer und die Satisficer.

Optimizer sind die Guten. Sie nehmen sich genügend Zeit, um über jede einzelne Frage nachzudenken und dann die bestmögliche Antwort zu geben.

Satisficer sind die weniger Guten. Sie betreiben zur Beantwortung der Fragen nur den Minimalaufwand, geben ungefähre statt genaue Antworten und denken vorher nicht wirklich über die Antworten nach.

Wie kommt es überhaupt zum Satisficing?

Einige Satisficer haben vielleicht einfach keine Lust auf die Umfrage und beantworten sie halbherzig. Häufig stecken aber auch echte Schwachstellen in der Umfrage dahinter. Hier die drei Hauptmängel in Umfragen:

- 1. Die Frage ist verwirrend gestellt.** Fragen, die schwer zu lesen sind (zu kompliziert, viele Fachausdrücke, grammatisch fehlerhaft usw.) können dazu führen, dass die Aufmerksamkeitsspanne der Befragten zu Ende ist, noch bevor diese mit dem Lesen fertig sind. Auch wenn diese Befragten eine Antwort geben, ist sie wahrscheinlich minderwertig.
- 2. Die Frage ist zu beladen.** Einige Fragen verlangen den Befragten viel ab, vielleicht zu viel. Ein Beispiel: Sie werden gefragt, wie oft Sie letztes Jahr geflogen sind. Wie würde Ihre Antwort aussehen?

Vielleicht wissen Sie die Antwort direkt, da Sie letztes Jahr gar nicht geflogen sind. Oder Sie haben Ihre gesamten Flugpläne auf Ihrem Smartphone gespeichert und rufen sie direkt ab. Wahrscheinlicher aber ist, dass Sie eine ungefähre Antwort geben werden. Irgendeine Schätzung aus dem Kopf. Ein Musterbeispiel für Satisficing.

- 3. Die Antwortoptionen passen nicht.** Die Befragten sehen keine Antwortoption, die auf sie zutrifft, aber sie beantworten die Frage trotzdem. Ein klassischer Fall von Satisficing: Trotz besserem Wissen wird eine suboptimale oder nur annähernd zutreffende Antwort gegeben.

Oder bei einer Multiple-Choice-Frage fehlt eine wichtige Antwortoption. Die Befragten wählen dann wahrscheinlich die nächstbeste Antwort aus, was aber die Datenqualität negativ beeinflusst.

Vielleicht enthält die Umfrage eine schwer zu beantwortende offene Frage, die auch noch Pflichtfrage ist. Satisficer geben dann wenig hilfreiche Antworten oder tippen einfach Quatsch ein, nur um die Frage abzuhaken.

7 Tipps zur Motivation Ihrer Befragten

Was Satisficing ist und weshalb es vorkommt, ist nun klarer.
Jetzt sollten wir uns um Abhilfe kümmern und aus Satisficern motivierte
und wertvolle Befragte machen.

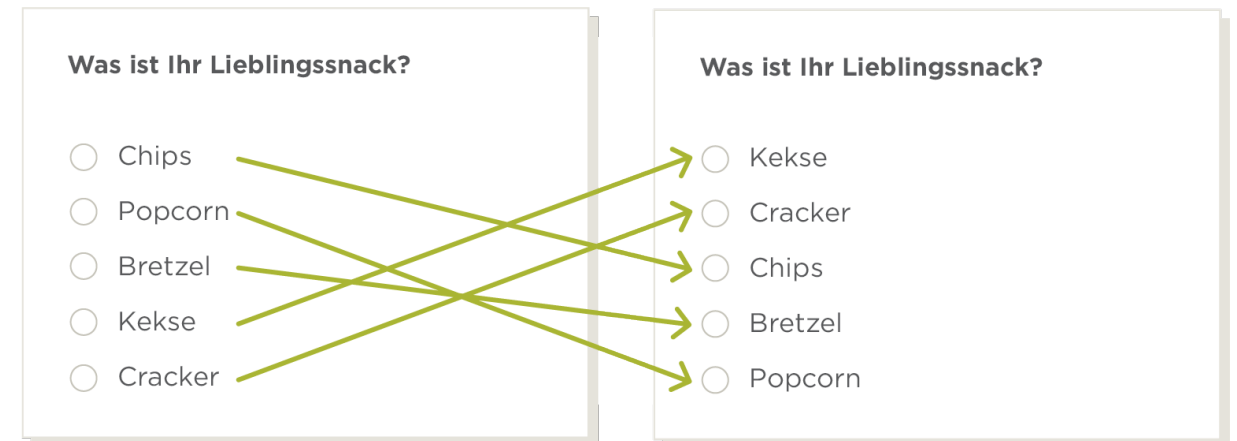
1. Antwortoptionen randomisieren: Ein typisches Verhalten beim Satisficing ist das Auswählen der erstmöglichen Antwort aus einer Reihe von Optionen.

Wenn Sie die Antwortoptionen randomisieren, also in zufälliger Reihenfolge anzeigen lassen, erhält nicht die erste Antwort die volle Aufmerksamkeit.

Ein Beispiel: Die Befragten sollen ihren Lieblings snack auswählen. Satisficer wählen wahrscheinlich die erstbeste Antwort, ohne die ganze Liste durchzugehen und ihren wirklichen Favoriten anzugeben.

Tipp

Um Verzerrungen dieser Art zu vermeiden, sollten Sie immer, wenn die Reihenfolge keine Rolle spielt, die Antwortoptionen für Multiple-Choice-Fragen randomisieren.



2. Fragen-Matrix klein halten: Matrixfragen sind eine gute Möglichkeit zum schnellen Beantworten verschiedener Fragen, die die gleichen Antwortoptionen aufweisen. Die Optionen werden hier in einem Gitter aufgeführt. Solche Gitter verführen aber leider auch dazu, durch die Fragen zu rasen.

Wenn Sie die Fragen-Matrix klein halten, verlieren sich die Befragten nicht in einer Wüste von Antwortoptionen.

Tipp

In der Regel sollten Matrixfragen auf maximal 5 Spalten und 10 Zeilen begrenzt werden. Eher weniger als mehr!

3. Keine unnötigen Pflichtfragen stellen: Zur Erinnerung: Nicht jede Frage ist für jeden Befragten von Wichtigkeit. Bei Pflichtfragen können die Befragten nicht mit der nächsten Seite fortfahren oder die Umfrage abschließen, ohne diese Frage beantwortet zu haben. Sie müssen also ein Antwort geben, auch wenn sie mit der Frage nichts anfangen können.

Tipp

Machen Sie eine Frage nur dann zur Pflichtfrage, wenn diese für die Umfrage entscheidend ist.

Bewerten Sie bitte die folgenden Snacks auf einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1, dass Sie das Produkt sehr wahrscheinlich nicht kaufen werden, und 5, dass Sie es sehr wahrscheinlich kaufen werden.

	1	2	3	4	5
Chips	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Popcorn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bretzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bewerten Sie bitte die folgenden Snacks auf einer Skala von 1 bis 10. Dabei bedeutet 1, dass Sie das Produkt sehr wahrscheinlich nicht kaufen werden, und 10, dass Sie es sehr wahrscheinlich kaufen werden.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Chips	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Popcorn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bretzel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kekse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cracker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Süßes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. **Abwechslung bringt Leben in die Umfrage:**

Befragte ermüden, wenn Sie immer und immer wieder die gleiche Art von Frage stellen. Wenn Sie viele ähnliche Fragen stellen müssen, gruppieren Sie sie in Abschnitte oder streuen Sie diese zwischen andere Fragetypen.

Tipp

Verwenden Sie nach Möglichkeit verschiedene Fragetypen, unterschiedliche Formulierungen und Seitenumbrüche, um natürliche Bremsen einzubauen, die Ihre Befragten auf Kurs halten. Ein Beispiel: Trennen Sie gleichartige Multiple-Choice-Fragen mit Bewertungsskala durch eine Frage, die frei beantwortet werden kann.

5. **Eine durchdachte Fragenreihenfolge ist entscheidend:**

Befragte neigen weniger dazu, abschließende Fragen einer Umfrage unachtsam zu beantworten, wenn sie sich bereits beim Beantworten vorangegangener Fragen große Mühe gegeben haben.

Die goldene Regel heißt daher: einfachere Fragen und Pflichtfragen am besten an den Anfang der Umfrage stellen.

Tipp

Wenn Sie Fragen haben, die eine erhöhte Aufmerksamkeit verlangen, ist es ratsam diese ans Ende der Umfrage zu stellen.

Wie sind Sie mit dem Angebot an Snacks in Ihrem Supermarkt zufrieden?

- Sehr zufrieden
- Zufrieden
- Unzufrieden
- Sehr unzufrieden

Welche anderen Snackangebote würden Sie begrüßen?

Wie sind Sie mit den Preisen in Ihrem Supermarkt zufrieden?

- Sehr zufrieden
- Zufrieden
- Unzufrieden
- Sehr unzufrieden

6. Vage Fragen, vage Antworten: Wie Sie eine Frage stellen, ist entscheidend für die Antwort, die Sie erhalten. Wenn offene Fragen nicht so formuliert sind, dass die erwartete Art der Antwort klar ist, schreiben die Befragten Antworten, die Ihnen nicht weiterhelfen.

Tipp

Offene Fragen sind ideal, wenn Sie Feedback wünschen, in eigenen Worten verfasste Antworten möchten oder keine Standardantworten wollen. Anderenfalls bieten geschlossene Fragen den Befragten mehr Klarheit und Konsistenz in der Beantwortung.

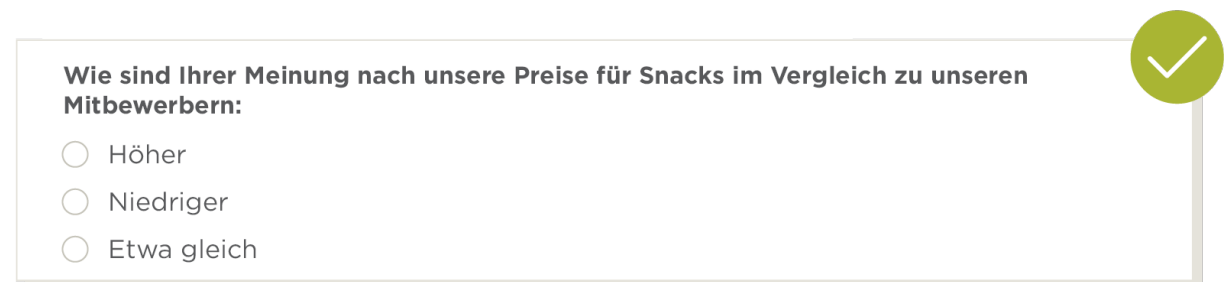
7. Befragte haben nur begrenzt Zeit: Lange, umständliche Umfragen frustrieren die Befragten leicht und führen dazu, dass sie die Umfrage nicht mehr ernst nehmen. In der Kürze liegt hier die Würze. Und nicht vergessen: klar verständliche Fragen stellen.

Tipp

Der Fortschrittsbalken kann eine gute Lösung sein. Befragte wissen dann, wie lange die Beantwortung der Umfrage noch dauert. Testen Sie vor dem Versenden der Umfrage Ihre Umfrage unbedingt selbst und stoppen Sie die benötigte Zeit.

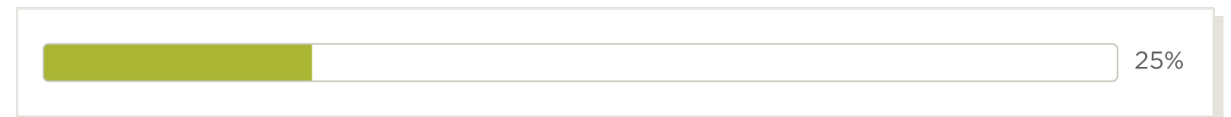


Was halten Sie von unseren Preisen für Snacks?



Wie sind Ihrer Meinung nach unsere Preise für Snacks im Vergleich zu unseren Mitbewerbern:

- Höher
- Niedriger
- Etwa gleich



25%

Satisficing ist immer ein Problem: egal ob die Umfragen persönlich, am Telefon, in Papierform oder online beantwortet werden.

Online-Umfragen bilden leider keine Ausnahme. Ihr großer Vorteil ist aber, dass Sie die Umfragen so programmieren können, dass Satisficing erkannt wird – auch nach dem Versenden an die Befragten. So können Sie vorsichtig direkt [Anpassungen der Datenqualität](#) vornehmen, statt damit bis zu den Umfrageergebnissen zu warten.

Natürlich können Sie die Befragten nicht zwingen, Ihrer Umfrage die volle Aufmerksamkeit zu schenken. Aber wenn Sie die Umfrage klug gestalten, können Sie ihnen den Weg zur bestmöglichen Beantwortung ebnen: Die Befragten „bleiben dran“ und Sie steigern die Qualität der eingeholten Daten.

Testen Sie diese Tipps direkt in Ihrer nächsten Umfrage.

Besuchen Sie uns unter [surveymonkey.de](https://www.surveymonkey.de) und registrieren Sie sich, um loszulegen.