
**Skype als geeignete Alternative in der
qualitativen Sozialforschung?**

–

Datenerhebung mit Hilfe von Videotelefonie

von

Anika Meß

Masterarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts (M.A.)

Soziologie
Universität Kassel

Oktober 2015

Betreuerinnen:

Dr. Anna Kosmützky, Universität Kassel

Dr. Nicole Witte, Georg-August-Universität Göttingen

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	3
1 Einleitung.....	3
2 Grundlagen und Vorüberlegungen.....	6
2.1 Aktueller Forschungsstand.....	6
2.2 Qualitative Online-Methoden.....	9
2.3 Das Interview.....	13
2.3.1 Das (klassische) Face-to-Face-Interview.....	14
2.3.2 Relevanz qualitativer Interviews.....	15
2.4 Skype.....	16
2.4.1 Die Software.....	16
2.4.2 Statistiken zur Internet- und Skypenutzung.....	17
2.5 Gütekriterien.....	19
3 Theoretischer Rahmen.....	25
3.1 Globalisierung.....	25
3.2 Forschungsinteresse.....	26
3.3 Parallelen zwischen Face-to-Face-, Telefon- und Skype-Interviews.....	27
3.4 Face-to-Face Nachteile.....	29
3.5 Qualitätsmerkmale eines Interviews.....	31
3.5.1 Response-, und Abbruchrate.....	31
3.5.2 Rapport.....	32
3.5.3 Setting.....	33
3.5.4 Selbstdarstellung des Interviewten.....	33
3.5.5 Soziale Erwünschtheit und soziale Entkontextualisierung.....	37
3.5.6 Anonymität.....	41
3.5.7 Aufzubringender Aufwand.....	42
3.5.8 Ethische Richtlinien.....	42
4 Empirische Herangehensweise.....	44
4.1 Vergleichsstudie.....	45
4.2 Stichprobe, Zugang und Rekrutierung.....	45
4.3 Leitfadententwicklung.....	47
4.4 Pretest.....	49
4.5 Feldphase.....	49
4.6 Software Pamela.....	51
4.7 Transkription.....	52
5 Analyse.....	54

6 Ergebnisse.....	57
6.1 Response-, und Abbruchrate.....	57
6.1.1 Gründe für das Interviewdesign.....	58
6.1.1.1 Face-to-Face-Gruppe.....	58
6.1.1.2 Skype-Gruppe.....	59
6.2 Rapport.....	61
6.3 Setting.....	62
6.4 Selbstdarstellung des Interviewten.....	64
6.5 Soziale Erwünschtheit und soziale Entkontextualisierung.....	65
6.6 Anonymität.....	68
6.6.1 Einschub: Skypes Imageproblem.....	71
6.7 Aufzubringender Aufwand.....	72
6.8 Ethische Richtlinien.....	75
6.9 Weitere Erkenntnisse.....	77
6.10 Zusammenfassende Übersicht der Ergebnisse.....	80
7 Diskussion.....	83
7.1 Bedeutung der Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfrage.....	83
7.2 Methodenkritik.....	84
8 Fazit.....	86
9 Anhang.....	90
9.1 Anhang 1: Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....	90
9.2 Anhang 2: Flyer.....	91
9.3 Anhang 3: Leitfaden.....	93
9.4 Anhang 4: Gedächtnisprotokoll.....	95
10 Quellenverzeichnis.....	96

Abstract

Schon seit bereits einiger Zeit werden in der Sozialforschung Skype-Interviews für die Datenerhebung genutzt, jedoch ohne explizites Wissen darüber, ob diese Art und Weise der Erhebung verwertbare Daten erzeugt. Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist es herauszufinden, ob diese Art der Interviewführung tatsächlich qualitativ hochwertige Daten erzeugen kann. Um diese Fragestellung zu beantworten, wurde eine Studie durchgeführt, mit deren Hilfe Face-to-Face-Interviews mit Skype-Interviews verglichen werden konnten. Was die Forschungsfrage betraf, so konnte gezeigt werden, dass Skype-Befragungen durchaus als gleichwertige Alternative gegenüber dem Goldstandard „Face-to-Face“ gesehen werden können. Neben einigen Vorteilen, welche Skype-Interviews bewirken, wurden auch Defizite festgestellt. Die Punkte, die sich als Nachteil gegenüber der persönlichen Befragung erwiesen, wie vor allem das Einhalten aller ethischen Richtlinien, sind zwar problematisch, müssen aber nicht zwangsläufig Skype-Befragungen als Forschungsmethode disqualifizieren.

1 Einleitung

Der alltägliche und routinierte Gebrauch der Software „Skype“ ist für viele Menschen heutzutage nicht mehr wegzudenken. Das Programm ermöglicht die Kommunikation von Personen, die sich beispielsweise in verschiedenen Städten, Ländern oder Kontinenten befinden. Räumliche Distanz stellt somit keine Hürde mehr da, Gespräche zu führen. Einzige Voraussetzung ist ein Internetanschluss, der die Leistung der Skype-Software tragen kann. Der zentrale Unterschied zur Telefonkommunikation ist das Medium Webcam. Dieses bewirkt, dass sich Menschen in Echtzeit gegenseitig betrachten können. Dieser wichtige Faktor ist dafür verantwortlich, dass ein Gefühl von Nähe zwischen (mindestens) zwei Personen geschaffen werden kann, selbst bei großer körperlicher Distanz.

In den letzten Jahren wird Skype nicht mehr nur für private Unterhaltungen genutzt. Auch Berufsbranchen haben die Vorteile für sich entdeckt. Sowohl Vorstellungsgespräche, als auch Gruppenkonferenzen werden vermehrt mit Hilfe von Skype oder ähnlicher Software durchgeführt. Nun liegt der nächste Schritt nahe, Skype¹ auch für die Forschung zu nutzen. Im Speziellen ist hier die Datengenerierung durch Interviews gemeint. Da sich gerade die qualitative Sozialforschung häufig auf klassische Gespräche zwischen Interviewer² und Interviewee

1 Neben Skype bestehen weiterhin zahlreiche weitere Programme, mit ähnlichen Funktionen. Die Wahl für diese Forschung fiel auf die Software „Skype“, da diese momentan die bekannteste und weit verbreitetste Form der Online-Telefonie darstellt.

2 Da in der deutschen Sprache durch den generischen Maskulin beide Geschlechter gleichermaßen miteinbezogen werden, wird in der vorliegenden Arbeit auf ein angehängtes „Innen“ und dergleichen verzichtet.

(Face-to-Face-Interview) bezieht, stellt sich an dieser Stelle die Frage, inwiefern sich eine PC-Kommunikationssoftware mit der Methodik der qualitativen Forschung verbinden lässt.

Zusätzlich wird das Internet bereits vermehrt für Forschungszwecke genutzt. Da sich mit den neuen technischen Möglichkeiten durch das Internet auch das soziale Handeln von Menschen verändert hat, muss sich die Soziologie ebenfalls mit diesen Erneuerungen befassen – sowohl theoretisch, als auch empirisch. Daran anknüpfend ist „Big Data“ ein populärer Begriff geworden, welcher genau diesen Umstand beschreibt (vgl. Reichert 2014). Zusätzlich beschreibt er, „[...] dass digitale Technologien nicht nur als neutrale Übermittler und passive Objekte firmieren, sondern in einer engen Verbindung mit Diskursen, Akteuren und Netzwerken stehen, die Gesellschaft und Subjekte verändern.“ (Reichert 2014: 9) Aus diesem Grund ist es von einer Gesellschaftswissenschaft zu erwarten, sich diesen Neuerungen anzupassen und diese zu verfolgen. Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, sich diesen Umständen auf der Ebene der Methodenforschung zu nähern um herauszufinden, in wie fern sich die Skype-Variante mit der klassischen, verbreitetsten Interview-Variante (Face-to-Face-Interview) vergleichen lässt und ob darüber hinaus gleichwertige Daten erzielt werden können. Gemeinsamkeiten und Unterschiede sollen also gefunden werden.

Bevor letztendlich die Studie vorgestellt werden soll, wird zunächst Bezug auf die wissenschaftliche Relevanz dieses Themas genommen, auf vorhandene Literatur zum Thema „Skype-Interviews“ sowie bisherige qualitative Vorgehensweisen im Internet. Ebenfalls wird das Programm Skype vorgestellt, sowie die Wichtigkeit von Interviews und wissenschaftlichen Gütekriterien. Der Theorie-Abschnitt befasst sich anschließend mit dem Definieren einzelner Qualitätsmerkmale, mit deren Hilfe Face-to-Face- und Skype-Befragungen verglichen werden. Nach dem ausführlichen Beschreiben der durchgeführten Studie sowie deren Analyse-methode, werden die gewonnenen Ergebnisse präsentiert und diskutiert. Das Fazit beschäftigt sich abschließend mit der Bedeutung der Ergebnisse sowie mit einem möglichen Ausblick für zukünftige Forschungen.

Dass Skype-Interviews großes Potenzial für die Sozialforschung bieten, haben bereits einige Autoren erkannt. „Wichtig ist jedoch, dass diese Form der Datenerhebung [Skype-Interviews] ausreichend reflektiert wird und dass gegebenenfalls eintretende Probleme oder Verzerrungseffekte rechtzeitig erkannt werden.“ (Sabina Misoch 2015: 184) Diesen Erwartungen und Herausforderungen stellt sich die vorliegende Arbeit.

Wissenschaftliche Relevanz

Die qualitative Sozialforschung muss, insbesondere durch ihre Verankerung in der Lebenswirklichkeit und Gegenwart der Befragten, besonderen Wert auf die Anpassung der theoretischen und methodischen Einbettung an neue soziale Wirklichkeiten und Kommunikationsformen legen. Verschiedenste methodische Vorgehen haben sich in der Vergangenheit entwickelt und verbessert. Die Sozialforschung entwickelte mit neuen technischen Möglichkeiten immer auch neue Methodiken, um den technischen Fortschritt zu nutzen um möglichst aussagekräftige Daten für die Sozialforschung zu gewinnen: Mit den ersten Telefonen kamen die Telefoninterviews, mit der Verbreitung des Internets entstanden die ersten Online-Fragebögen. Nun ist es ein wichtiger und notwendiger Schritt, Videokommunikation (zum Beispiel über Plattformen wie „Skype“) zu evaluieren und für die Sozialforschung nutzbar zu machen, da sich somit eventuell bisherige Nachteile von persönlichen Interviews vermeiden ließen und eine höhere Vielfalt in der Methodenauswahl entstünde.

Bereits seit langer Zeit sind qualitative Interviews nicht mehr ausschließlich Werkzeuge der Soziologie, sondern finden auch in sämtlichen anderen vorstellbaren wissenschaftlichen Bereichen Anwendung. Gerade die Psychologie baut stark auf qualitative Interviewtypen auf. Hubert Knoblauch (2010) nennt weitere wissenschaftliche Disziplinen, welche von neuen Erkenntnissen in der qualitativen Sozialforschung profitieren würden: die Linguistik, „Betriebswissenschaften, [die] Verwaltungswissenschaft, [die] Erziehungswissenschaft, [die] medizinischen Pflegewissenschaften und [das] Sozialwesen.“ (Knoblauch 2010: 625) Auch das Schulwesen, sowie die Ingenieurwissenschaften schöpfen Erkenntnisse aus qualitativen Forschungsmethoden, wie Interviews oder Ethnografien (vgl. Knoblauch 2010).

Wie man sieht, können neue Feststellungen und Ergebnisse aus der Methodenforschung sämtliche Wege in der Wissenschaft einschlagen und dort für Fortschritt sorgen. Aus diesem Grund ist die Bearbeitung des folgenden Themas nicht nur für eine spezifische Gruppe von Forschern interessant, sondern auch für sämtliche eben genannte Bereiche der Wissenschaft.

Besagte Erhebungen sind häufig sehr kostspielig. So müssen beispielsweise bei qualitativen Interviews eine gewisse Anzahl von Interviewern ausgewählt, geschult und bezahlt werden, Distanzen müssen zurückgelegt werden, Incentives werden vergeben, etc. Hier wäre es also von Vorteil, Methoden zu testen bzw. weiterzuentwickeln, welche die Faktoren „Finanzen“ und „Aufwand“ nicht weiter belasten – im besten Falle sogar eher entlasten. Am Ende dieser Arbeit soll gesagt werden können, ob die Methode der Skype-Befragung dies – ohne Qualitätsverlust – schaffen kann. Ein Vorschlag, wie Interviewqualität erfasst werden kann, wird ebenfalls einen größeren Teil der Arbeit einnehmen.

2 Grundlagen und Vorüberlegungen

Im nachfolgenden Kapitel finden die Grundlagen und Vorüberlegungen bezüglich Skype-, und Face-to-Face-Interviews ihren Platz, welche vor der empirischen Arbeit Beachtung finden sollen.

2.1 Aktueller Forschungsstand

„Im Hinblick auf die Qualität der mittels der Skype-Interviews erhobenen Daten liegen bislang nicht ausreichend zuverlässige und systematische Vergleichsstudien vor, sodass hierzu keine empirisch validen Aussagen möglich sind.“ (Misoch 2015: 183)

Die bisherige Literatur zum Thema „Skype-Interviews“ ist derzeit sehr überschaubar. Einige der Veröffentlichungen sind nebensächlich zur eigentlichen Forschungsfrage entstanden. Der Großteil legt den Fokus eher auf den zweckgerichteten Aspekt von Skype-Interviews, statt auf den methodischen. Die Eignung der Methode war somit strenggenommen durchaus anzweifelbar. Im Nachhinein wurden schließlich meist theoretische Auseinandersetzungen bezüglich der Methode verfasst: Vor- und Nachteile, Vergleiche mit bisherigen Interviewformen sowie Tipps für die Durchführung eines Skype-Interviews

An dieser Stelle sollen drei der wenigen empirischen Studien kurz vorgestellt werden, welche mit unterschiedlichen Methoden zu unterschiedlichen Ergebnissen gekommen sind:

(1) Eine Arbeit zu dem Thema ist von Hannah Deakin und Kelly Wakefield (2013) aus Großbritannien: *„Skype interviewing: reflections of two PhD researchers“*. Diese Arbeit ist zurzeit die aktuellste und wird mit am häufigsten in weiterer Literatur aufgegriffen, da sie zu den wenigen Studien gehören, die Skype-Interviews direkt mit Face-to-Face-Interviews vergleichen. Deakin und Wakefield (2013) gehen stark auf die positiven Eigenschaften von Skype als Interviewmethode ein und sehen großes Potenzial. Eine Erhebung von insgesamt 80 Interviews wurde durchgeführt. Diese wurden auf zwei Interviewer aufgeteilt, welche unterschiedliche Themen in den Befragungen fokussierten. Es wurden in der hier durchgeführten Studie zwei Gruppen pro Interviewer gebildet – eine Face-to-Face-Gruppe sowie eine Skype-Gruppe. Rekrutiert wurde über verschiedene Wege: Persönlich, per E-Mailkontakt, sowie über soziale Netzwerke im Internet (vgl. Deakin und Wakefield 2013). Hierbei ist wichtig zu erwähnen, dass die Autoren ihre Studie nicht zur Erforschung der Interviewmethode erstellt haben. Dass einige Interviews per Skype geführt wurden, hatte in diesem Fall eher pragmatische Gründe, wie beispielsweise die geografische Erreichbarkeit der Befragten. Die Erhebung verfolgte ursprünglich das Ziel, bestimmte inhaltliche Themen abzuarbeiten³. Das ganze Paper

³ Ein Forscher interviewte zum Thema „Academic networking for learning and teaching“, der andere zum Thema „Student work placement mobility in Europe“ (Deakin und

ist somit eher ein Nebenprodukt einer ursprünglich anderen Forschungsidee. Aus diesem Grund ist die gewählte Methode nicht vollständig valide. Ein weiterer Kritikpunkt meinerseits an der Untersuchung ist, dass ein Forscher fast die Hälfte aller Befragten (46%) persönlich kannte (vgl. Deakin und Wakefield 2013). Hier wird die wissenschaftliche, eher distanzierte, Beziehung zwischen Interviewer und Interviewee stark beeinflusst, welche wiederum auf die Interviewereffekte, die Responserate und die soziale Erwünschtheit Einfluss nehmen kann. Als Ergebnis prognostizieren Deakin und Wakefield (2013) eine sehr positive Zukunft für Skype-Interviews. Die zwei Interviewer konnten größtenteils positive Erfahrung mit der neuen Methode sammeln und würden diese für andere qualitative Untersuchungen weiterempfehlen. So wie jeder Interviewmodus hat auch die Skype-Befragung Vor- und Nachteile. Je nach Forschungsfrage und verfügbaren Ressourcen muss ein Forscher abwägen, welche Form geeignet ist. Deakin und Wakefield (2013) sehen das Skype-Interview jedenfalls als geeignete Alternative zu den persönlichen Face-to-Face-Interviews.

(2) Die zweite empirische Erhebung zum Thema „Skype-Befragungen“ ist von Thomas Weinmann et al. (2012) mit dem Titel „*Testing Skype as an interview method in epidemiologic research: response and feasibility*“. Dieser – sehr kurze Artikel – beschäftigt sich mit einem Vergleich von Telefon- und Skype-Interviews. Methodisch wurde folgendermaßen vorgegangen: Die Forscher wählten eine Stichprobe von 300 Personen aus dem Einwohnermelderegister in Landsberg aus, welche per Randomisierung in die Telefon- oder Skype-Gruppe eingeteilt wurden (jeweils N = 150). Anschließend wurden die potenziellen Interviewees auf postalischem Wege kontaktiert. Die Personen der Skype-Gruppe bekamen ebenfalls die Möglichkeit auf ein Telefoninterview, falls sie keinen Zugang zur Software hatten. Reagierten die Probanden nicht, so wurden sie weitere zwei- bis fünfmal versucht zu erreichen (vgl. Weinmann et al. 2012).

Am Ende konnten die Forscher 31 durchgeführte Telefoninterviews, sowie 15 Skypeinterviews⁴ verzeichnen. Die niedrige Responserate in der Skype-Gruppe hat die Autoren dazu veranlasst, Skype-Interviews als nicht geeignete Forschungsmethode zu betrachten: „Our study shows that phone interviews are still more feasible than Skype interviews in epidemiologic research in Germany.“ (Weinmann et al. 2012: 960)

An dieser Stelle ist es jedoch wichtig zu betonen, dass die Ergebnisherleitung jedoch recht fragwürdig erscheint. Nonresponse als einzigen Indikator für die Qualität einer Forschungsmethode zu benutzen erscheint hier zu simpel. Zudem der Response der Skype-Gruppe höher ist, als die letztendlich durchgeführten Interviews innerhalb der Gruppe. Schließlich mussten acht Personen nur von der Responserate abgezogen werden, weil sie kein Skype

Wakefield 2013: 608).

4 Acht Personen der Skype-Gruppe, welche sich für ein Interview zur Verfügung stellen wollten, hatten keine Skype-Software und wurden somit per Telefon interviewt.

zur Verfügung hatten. Also scheiterte es hier zum Teil an der Durchführung, nicht an den eigentlichen Rückmeldungen. Leider sind in dem besagten Artikel keine weiteren Details der Interviews beschrieben.

Die durchgeführte, recht aufwändige Methodik hätte mit Sicherheit anspruchsvollere und komplexere Ergebnisse erzielen können. Des Weiteren scheint eine niedrige Responserate ein eher allgemeines Problem von epidemiologischen Umfragen zu sein, was die Autoren Weinmann et al. (2012) mit Hilfe von Galea und Tracy (2007) bestätigen. Nichtsdestotrotz sehen die Autoren trotz ihrer Studie weiteres Potenzial in Skype als Forschungsdesign.

(3) Die dritte hier vorgestellte Studie ist von Catherine Bertrand und Laurent Boudeau aus dem Jahr 2010: „*Research interviews by Skype: A new data collection method*“. Die Autoren gaben einigen PhD-Studenten die Aufgabe, Interviews über Skype mit Studierenden und Akademikern – auch von anderen Kontinenten – zu führen. Auf welcher Sprache die Interviewer das Interview hielten, durften sie selbst entscheiden. Sie sollten fokussierte Interviews zu dem Thema „Motivation für die Wahl alternativer Transportmittel“ halten. Nach dieser Feldphase veranstalteten die Autoren eine Gruppendiskussion mit den besagten Interviewern. Diese sollten ihre Erfahrungen mit Skype-Interviews gemeinschaftlich erörtern und miteinander austauschen. Die Ergebnisse dieser Fokusgruppe – die aus einer homogenen sozialen Gruppe aus fünf PhD-Studenten bestand – waren anschließend die Grundlage der beschriebenen Studie. Die Analyse der Fokusgruppe ergab, dass mit Skype ein empfehlenswerter Interviewmodus realisierbar ist. Alle Interviewer hatten positive Erfahrungen mit der Methode und hielten diese ebenfalls für valide. Die Autoren geben viele wertvolle Tipps im Umgang mit der Software, welche für diese Arbeit teilweise übernommen wurden. Beispielsweise wird in dem Artikel die Software „Pamela“ vorgestellt und empfohlen, mit der die Skype-Befragungen aufgezeichnet wurden. Auf Empfehlung der Studie hin wurde auch für diese Arbeit das Programm Pamela verwendet. Bertrand und Bourdeau (2010) legen in ihrer Analyse großen Wert auf kleine Details, welche jedoch größere Auswirkungen auf die Qualität der Methode haben können, wie beispielsweise der nicht ganz 100%-ige Augenkontakt, der durch die kurze Distanz von Webcam und Skypefenster entsteht, oder die Platzierung des Leitfadens während des Interviews (vgl. Bertrand und Bourdeau 2010). Zwar sind die Autoren weniger systematisch vorgegangen (keine Vergleichsgruppe), dennoch konnten aus den verschiedenen subjektiven Eindrücken der Interviewer wichtige und sinnvolle Empfehlungen abgeleitet werden.

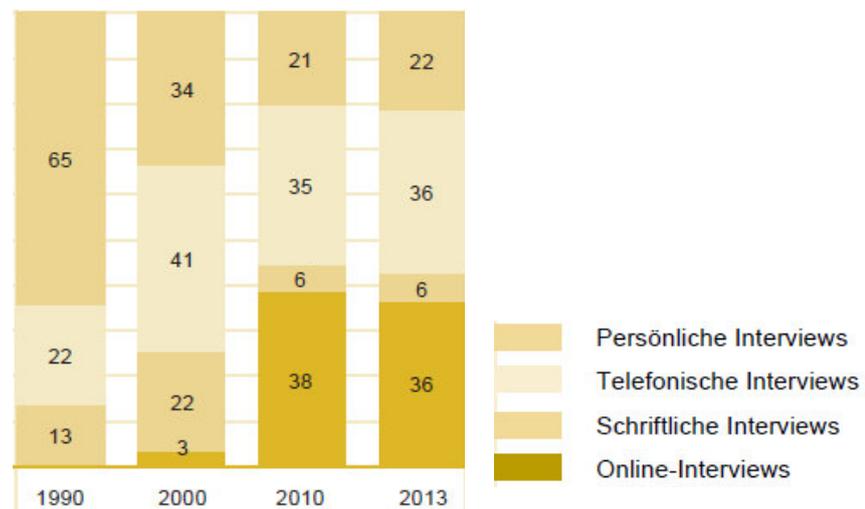
Diese drei beschriebenen Studien betonen zwar das enorme Potenzial von Skype-Befragungen, weisen jedoch noch einige methodische Defizite auf. In der vorliegenden Masterarbeit soll versucht werden, Skype als neue Interviewmethode systematisch zu testen und deren

Qualität im Vergleich zu Face-to-Face-Befragungen zu bewerten.

2.2 Qualitative Online-Methoden

Das statistische Bundesamt zeigt, dass im ersten Quartal 2014 80% der Deutschen ab zehn Jahren das Internet nutzten. Dies ist der bisher höchste Wert (vgl. destatis.de) und zeigt die enorme Verbreitung des Internets heutzutage. Die quantitative Sozialforschung ist bereits seit längerem mit dem Internet verknüpft. Online-Umfragen gewinnen seit den letzten 15 Jahren deutlich an Bedeutung. Diese Entwicklung stellt beispielsweise der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.⁵ (kurz ADM) in seinem Jahresbericht von 2013 mit Abb. 1 dar.

Abbildung 1: Anteil der Interviews nach Befragungsart in Prozent



(Quelle: ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschung e.V., Jahresbericht 2013)

Dargestellt ist der Vergleich von vier Forschungsdesigns. Der ADM hat allein im Jahr 2013 „[...] über 21 Millionen quantitative Interviews durch[geführt].“ (ADM 2013: 22) Man erkennt gut, dass der Anteil von Online-Interviews seit dem Jahr 2000 deutlich expandiert ist. Zwar sinkt der Anteil von 2010 auf 2013 um zwei Prozent, was jedoch als eine vernachlässigende Schwankung zu betrachten ist⁶. Auch Schnell et al. (2008) verweisen auf die zunehmende Popularität von quantitativen Web-Surveys, was an der Vielfalt der Vorteile liegt. Nichtsdesto-

5 Kurz zum ADM: „Der ADM ist ein eingetragener Verein [...] [und] vertritt die Interessen der privatwirtschaftlichen Markt- und Sozialforschungsinstitute in Deutschland.“ (adm-ev.de: Startseite)

6 Der ADM erklärt diese kleine Differenz mit der gleichzeitigen Erhöhung von alternativen Onlinedesigns, wie beispielsweise Beobachtungen, welche jedoch nicht in dieser Statistik mit aufgenommen wurden (vgl. ADM 2013).

trotz sind die Nachteile bei standardisierten Online-Befragungen von großer Bedeutung, weswegen beispielsweise bevölkerungsrepräsentative Umfragen (noch) nicht realisierbar sind (vgl. Schnell et al. 2008), welche jedoch häufig das Ziel quantitativer Untersuchungen sind. Bezogen auf bestimmte Populationen, wie „Internetnutzer“ oder „Besucher der Homepage X“ sind Web-Surveys jedoch eine geeignete Methode. Auch für das Testen von Experimenten, bei denen Repräsentativität keine notwendige Bedingung ist, sind Online-Surveys sinnvolle Verfahren.

Die qualitative Sozialforschung hat vergleichsweise wenig Erfahrung mit dem Internet – was recht überraschend ist – wenn man bedenkt, dass qualitative Forschung zum Großteil auf Kommunikation basiert (vgl. Redlich-Amirav und Higginbottom 2014) und das Internet eine Plattform darstellt, mit der sich auf unzählige Art und Weisen kommunizieren lässt. Dennoch gibt es einige Methoden, die bisher schon mit dem Internet in Verbindung gebracht wurden, diese sollen an dieser Stelle kurz erläutert werden.

Dazu muss zu Beginn in zwei Formen von Internet-Kommunikation unterschieden werden (vgl. Redlich-Amirav und Higginbottom 2014): Die (1) synchrone und die (2) asynchrone Kommunikation. (1) Bei der ersten Variante ist das Entscheidende, dass Kommunikations-sender und -empfänger gleichzeitig anwesend (bzw. online) sind und somit in direkten Austausch geraten. Zu vergleichen ist dies mit einem normalen Gespräch unter zwei Personen, die sich direkt gegenüberstehen: Der Sender beginnt die Kommunikation und der Empfänger nimmt diese sofort wahr. Somit kann der Empfänger direkt nach dem Empfangen auf die andere Person reagieren. So ist auch die synchrone Kommunikation im Internet zu verstehen: Wird kommuniziert, so kann sofort – ohne große Zeitverzögerung – reagiert werden. Die Antworten sind somit spontaner. Bezogen auf das Internet sind das beispielsweise Chats oder Instant-Messenger. Hier sprechen, beziehungsweise schreiben, die Beteiligten in Echtzeit miteinander. Auch Web-Telefonie (wie beispielsweise Skype-Gespräche) zählen somit zur synchronen Kommunikationsform.

(2) Die asynchrone Kommunikation hat dahingehend keinen Anspruch auf die gleichzeitige Anwesenheit des Senders und des Empfängers. Wird hier eine Nachricht gesendet, so kann diese zeitlich verzögert abgerufen und aufgenommen werden. Auch die Reaktion muss nicht sofort erfolgen. Als Beispiele sind hier zu nennen: E-Mails, Forenbeiträge und Blogs. Wird eine Nachricht gesendet, so ist der Sender darauf angewiesen zu warten, bis der Empfänger diese selbstständig abrufen und gegebenenfalls die Kommunikation erwidert. Dies kann auch bei Instant-Messengern (welche soeben noch als synchron beschrieben wurden) der Fall sein, schließlich können auch dort Nachrichten zeitverzögert abgerufen werden.

Diese zwei Online-Kommunikationsformen haben sich in den letzten Jahren deutlich in den

Alltag unserer Bevölkerung etabliert. Redlich-Amirav und Higginbottom (2014) sagen hierzu passend: „Communication technology has advanced to the point such that face-to-face contact is no longer necessary to stay updated and involved.“ (Redlich-Amirav und Higginbottom 2014: 4) Durch Technologien wie Notebooks, Smartphones und Tablets ist es möglich, ständig in Kontakt mit anderen, geografisch distanzierten Personen zu stehen – sei es synchron oder asynchron. Diese neue, ständige Erreichbarkeit kann auch als Vorteil für die Sozialforschung gesehen werden. Ebenso bietet sich Forschern mit dem World Wide Web die Chance, potenzielle Untersuchungsobjekte zu erreichen und Daten zu sammeln. Im Folgenden wird auf die bisherigen qualitativen Forschungsdesigns kurz eingegangen⁷:

Das E-Mail-Interview: Dieses asynchrone Design eignet sich für Interviews, welche keinen Wert auf nonverbale Zeichen und spontane Gesprächssituationen legen (vgl. Redlich-Amirav und Higginbottom 2014). Hierzu hat Holge-Hazelton (2002) eine Untersuchung mit Jugendlichen durchgeführt, um herauszufinden, „[...] how a chronic illness such as diabetes is expressed in the everyday lives [...].“ (Redlich-Amirav und Higginbottom 2014: 5) Der rege E-Mailkontakt mit den Probanden lief über 18 Monate und war demnach sehr intensiv. Die Autorin konnte eine starke, intime Verbindung zu den Interviewees aufbauen und somit inhaltsträchtige Daten gewinnen.

Das Instant-Messenger-Interview: Als Instant-Messenger sind Internet-Programme zu verstehen, mit denen Personen zeitgleich – also synchron – online sind und somit per Chatunterhaltung kommunizieren. ICQ, MSN Messenger sowie der Facebook-Messenger wären an dieser Stelle als Beispiele zu nennen. Hier besteht der Reiz für die Forscher zum einen darin, einen eher fließenden Gesprächsfluss entstehen zu lassen, und zum anderen, dass der Interviewer (im Gegensatz zum E-Mail-Interview) tatsächlich anwesend ist (vgl. Stieger und Göritz 2006). Somit ist er in der Lage, Verständnisfragen zu klären oder für die Teilnahme am Interview zu motivieren. Stieger und Göritz (2006) kamen bei ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, „[...] that IM [Instant-Messenger] interviews are feasible, and that in some aspects they are superior to other methods of data collection. The risk of receiving false data in IM interviews is small.“ (Stieger und Göritz 2006: 558)

Die Focus-Group: Bei der klassischen Fokus-Gruppe geht es darum, eine Gruppe von Personen über ein bestimmtes Thema diskutieren zu lassen, dies aufzuzeichnen und zu analysieren (vgl. Morgan 1988). Es ist somit die Möglichkeit geboten, unterschiedliche Meinungen und Perspektiven zu einem Thema zu erfahren. Besonderer Wert wird auf die Interaktion der Teilnehmer gelegt. Speziell die Daten, die durch die Kommunikation

⁷ Die im Anschluss kurz vorgestellten Studien sollen an dieser Stelle nicht näher beschrieben werden. Sie sollen nur als Beispiele für das jeweilige Forschungsdesign dienen. Bei näherem Interesse kann dies in den besagten Quellen nachgeschlagen werden.

untereinander entstehen, bilden eine wichtige Grundlage für weitere Interpretationen und Analysen. Auch auf das Internet wurde diese Methode bereits übertragen. Redlich-Amirav und Higginbottom (2004) beschreiben, dass auch hier eine synchrone oder asynchrone Variante möglich ist.

Eine besonders außergewöhnlich kreative und erwähnenswerte Methode hat das „US Center for Disease Control and Prevention“ - kurz CDC – gewählt. Diese haben die Plattform „Second Life“ für ihre wissenschaftlichen Zwecke genutzt. Bei „Second Life“ handelt es sich um: „Die größte virtuelle 3D-Welt, die komplett von ihren Benutzern erstellt wurde.“ (secondlife.com 2015: Startseite) Benutzer erstellen einen Avatar, der dann schließlich in dieser virtuellen Welt lebt und agiert. Es lässt sich theoretisch alles machen, was auch in der Realität möglich ist: Handel betreiben, Spiele spielen, Gebäude bauen und vieles mehr. Für die Forschung zentral: Die jeweiligen Avatare der Spieler können miteinander kommunizieren – sprich miteinander chatten (text chat) oder tatsächlich sprechen (voice chat). Zusätzlich können sogar noch Emotionen und Gestiken mit Hilfe von Animationen dargestellt werden (beispielsweise wütend oder gelangweilt schauen, die Zunge herausstrecken oder mit den Augen zwinkern). Dieses spezielle Setting wurde für die Durchführung einer Fokusgruppe genutzt. Das CDC hat eine virtuelle Umgebung geschaffen, in der es möglich ist, verschiedene Avatare Teil einer Fokusgruppe sein zu lassen. Sie können somit über vorgegebene Themen online diskutieren und erleben darüber hinaus das Gefühl, Teil einer Gruppe zu sein. In einem simulierten Konferenzraum stehen sich also die Avatare gegenüber und können Worte, Meinungen und Gestiken miteinander austauschen (vgl. Beard et al. 2009). Dies ist ein sehr kreatives Beispiel für die nützliche Zweckentfremdung von internetgestützten Programmen zugunsten von Forschern.

Analyse von Forenbeiträgen und Blogs: Auch bei dieser Methode müssen die Teilnehmer nicht zeitgleich anwesend sein (asynchron) und können dennoch eine Diskussion zu einem bestimmten Thema führen. Im und Chee (2006) haben eine sechsmonatige Studie mit Hilfe von eigens angelegten Onlineforen zu dem Thema „Cancer Pain Experience“ durchgeführt. Die Probanden erstellten sich selbst einen Nickname sowie ein Passwort, um an der Konversation teilnehmen zu können. Genau dies führte jedoch zu einem großen Nachteil: Die Versuchspersonen vergaßen mehrmalig ihre Zugangsdaten, welche anschließend neu vergeben werden mussten⁸. Als große Vorteile nannten die Autoren die hohe, konstante Teilnahmebereitschaft, sowie die erleichterte Transkription (vgl. Im und Chee 2006).

All die soeben genannten qualitativen Forschungsdesigns haben gemeinsam, dass Forscher

⁸ Die hohe Vergesslichkeit haben die Probanden selbst auf ihre Krebs-Erkrankung zurückgeführt. Aus diesem Grund kann nicht mit Sicherheit behauptet werden, dass das Problem des Vergessens ein allgemeines bei Datenerhebungen in Onlineforen darstellt.

Kontakt zu Personen aufnehmen können, welche sich geografisch auch weit entfernt aufhalten. Personengruppen, welche aus den verschiedensten Gründen schlecht zu erreichen sind (beispielsweise anderer Wohnort; Verweigerung des Interviews bei persönlichem Treffen) können somit für sozialwissenschaftliche Untersuchungen herangezogen werden. Dieser Punkt (Überbrückung von geografischen Distanzen) wird in den soeben vorgestellten Studien obendrein am häufigsten als Vorteil von internetgestützter Datenerhebung genannt. Wichtiger Punkt an dieser Stelle: Es entstehen keine finanziellen Unkosten bei der Erhebung, trotz Entfernungen. Eine Einsparung gibt es – ganz offensichtlich – bei den Reisekosten. Diese entfallen vollständig. Damit einhergehend wird auch Zeit gespart, welche für die Anreise – zum Beispiel in eine entfernte Stadt, aber auch innerhalb eines Ortes – im Normalfall eingeplant werden muss. Sind Interviewer gegen Bezahlung für die Erfüllung von Interviews eingestellt, so reduzieren sich zugleich durch die geringere Arbeitszeit die finanziellen Ausgaben. Auch die in den genannten Studien verwendete Software verursachten keine übermäßigen Extrakosten. Ein weiterer Pluspunkt, den die Autoren (zum Beispiel Im und Che 2006) zum Teil nennen, ist die erleichterte Transkription. Die Daten sind während der Erhebung bereits schriftlich auf dem Computer vorhanden und können somit sofort weiterverarbeitet werden. Somit entfällt auch hier ein ziemlich zeitraubender oder kostenintensiver Prozessschritt. Ein Nachteil, auf das unter anderem Im und Che (2006) kurz eingehen, sind die ethischen Richtlinien, welche noch nicht zu 100 Prozent an das Medium „Internet“ angepasst sind. Qualitative Online-Designs sind – der Literatur zufolge – relativ neu, weswegen dahingehend für manche Umstände/Situationen noch keine geregelten Standards existieren.

Die an dieser Stelle beschriebenen Studien bieten eine gute Basis für weitergehende Forschung bezüglich qualitativer Interviews im Internet. Aus den Kritiken an den Artikeln kann eine neue Herangehensweise entwickelt und gegebenenfalls Fehler vermieden werden, auch wenn sich dies auf ein neues Forschungsdesign bezieht.

2.3 Das Interview

Neben Beobachtungen, Ethnografien sowie Medienanalysen sind Interviews elementarer Bestandteil in der qualitativen Forschung. Ein Interview ist anders formuliert eine Konversation zwischen einem Interviewer und dem Befragten über ein vom Forscher bestimmtes Thema. Wie das Wort an sich schon sagt, gibt ein solch geplantes, wissenschaftliches Gespräch einen „inter-view“ in die Gedankenwelt eines Interviewees (vgl. Kvale 2007). Der Befragte agiert an dieser Stelle als der Wissende, der Interviewer dagegen als der Unwissende, welcher den Interviewee dazu benötigt, an die gewollten Informationen zu kommen. Kvale (2007) sagt dazu passend in einfachen Worten:

„If you want to know how people understand their world and their lives, why not talk to them? Conversation is a basic mode of human

interaction. [...] Through conversations we get to know other people, get to learn about their experiences, feelings and hopes and the world they live in.“ (Kvale 2007: 1)

Bisher gibt es drei verschiedene, klassische Art und Weisen für die Durchführung von Interviews: Persönlich, telefonisch sowie online. In der vorliegenden Arbeit wird jedoch eine Variante getestet, die gewissermaßen eine Mischung aus persönlichen und onlinebasierten Interviews darstellt. Das normalerweise persönliche Interview, welches sich bisher durch die physische Anwesenheit der Gesprächspartner auszeichnete, wird in das World Wide Web verlagert. Da unter anderem die Basis für diese Methode das klassische Face-to-Face-Interview ist, bietet es sich an, dieses im nachfolgenden Kapitel kurz vorzustellen.

2.3.1 Das (klassische) Face-to-Face-Interview

Da der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit ein Vergleich zwischen Face-to-Face-Befragungen und Skype-Befragungen ist, wird hier kurz das Face-to-Face-Interview im Allgemeinen beschrieben:

Das persönliche Interview wird gerne als „Goldstandard“ in der qualitativen Sozialforschung bezeichnet, was dessen Beliebtheit gut ausdrückt. Es gibt sie in den verschiedensten Formen (zum Beispiel: Fokussiertes, narratives oder problemzentriertes Interview [vgl. Diekmann 2010]). Das klassische Face-to-Face-Interview ist das Leitfadeninterview. Dieses ist eine halbstandardisierte Befragung zu einem bestimmten, vom Forscher ausgewählten, Thema. Zu diesem Thema wird schließlich ein Leitfaden entwickelt, welcher den Sinn hat, einen thematischen Rahmen für das Interview zu bieten; im Gegensatz zu einem vollständig standardisierten Interview, bei dem jede Frage – inklusive der Formulierung und der Reihenfolge – vorgegeben ist. Der wichtigste Vorteil des Leitfadeninterviews, weswegen diese Methode unter anderem so beliebt ist, ist der direkte Kontakt zwischen Interviewer und – klassischerweise – einem Befragten. Opdenakker (2006) sagt hierzu: „Social cues, such as voice, intonation, body language etc. of the interviewee can give the interviewer a lot of extra information that can be added to the verbal answer of the interviewee on a question.“ (Opdenakker 2006: 3) Die physische Anwesenheit beider Interaktionspartner hat mehrere Vorteile: Zum einen, dass Nachfragen – von beiden Seiten aus – gestellt werden können. Des Weiteren können Verständnisfragen, sowie spontane thematische Fragen (an die zum Beispiel im Vorfeld nicht gedacht wurde) in die Unterhaltung mit einfließen und helfen, einen „natürlichen“ Gesprächsfluss herzustellen. Weiterhin kann der Interviewer mit seiner Anwesenheit die Interviewsituation besser kontrollieren und eventuelle Störfaktoren versuchen zu minimieren. Ansonsten kann der Interviewer mit seiner bloßen Präsenz – je nach Beziehung zwischen den beiden Anwesenden – besser zur Teilnahme am Interview motivieren. Die Hemmschwelle ein Interview abzulehnen oder abubrechen ist deutlich höher, muss man dies einer anderen

physisch anwesenden Person vermitteln.

Die Anwesenheit des Interviewers kann jedoch auch ungewollte, negative Interviewereffekte auslösen. Diese können dafür sorgen, dass die Befragten andere Antworten geben, als sie es unter anderen Umständen (in einer Nicht-Interview-Situation oder bei einem anderen Interviewer) tun würden. Soziale Erwünschtheit wäre ein Beispiel dafür. Diese bewirkt, dass die gegebenen Antworten an vom Interviewee angenommene soziale Erwartungen des Interviewers angepasst werden und nicht mehr die Realität abbilden. Diese Reaktivität ist schwer zu erkennen und nachzuweisen. Im Endeffekt sind die subjektiven Aussagen der Befragten für den Forscher von Bedeutung. Dass diese im ständigen Zusammenspiel mit der jeweiligen Situation und Umgebung stehen, muss den jeweiligen Wissenschaftlern bewusst sein.

Einer der größten Nachteile an dem persönlichen Face-to-Face-Gespräch ist der hohe Aufwand, sowie die Kosten. Dieser ist im Vergleich zu anderen Interviewmethoden am höchsten. Schließlich müssen – in vielen Fällen – Reise-, Incentive- und Interviewerkosten sowie Versandkosten für An-, und Erinnerungsschreiben mit eingeplant werden. Auch die Terminfindung zwischen zwei Parteien kann sich durchaus als schwierig herausstellen.

Im Ganzen gesehen sind Face-to-Face-Interviews sehr beliebt in der qualitativen Forschung. Die Methode ist eng mit den Prinzipien der verstehenden Soziologie verbunden (vgl. Hopf 2010) und bietet viele Möglichkeiten für (unter anderem) explorative Untersuchungen innerhalb einer theoretischen Eingrenzung (vgl. Hölzl 1994).

2.3.2 Relevanz qualitativer Interviews

Zentral für die vorliegende Arbeit sind nicht die inhaltlich-thematischen Ergebnisse der Interviews, sondern die Qualität der Durchführung. Dennoch soll an dieser Stelle kurz auf die Bedeutsamkeit qualitativer Interviews in der Wissenschaft eingegangen werden, um zu zeigen, dass eine methodisch durchdachte und fundierte Durchführung große Aufmerksamkeit im Forschungsalltag bedarf.

Unstandardisierte, beziehungsweise halbstandardisierte Interviews sind Methoden, welche der verstehenden Soziologie zugeordnet werden. Max Weber, auf den der Begriff zurückzuführen ist, schrieb: „Soziologie [...] soll heißen: eine Wissenschaft, welche soziales Handeln deutend verstehen und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich erklären will.“ (Weber 1980: 1). Um soziales Handeln und dessen Folgen verstehen zu können, brauchen wir zunächst Einblicke in die soziale Wirklichkeit von Subjekten. Für diesen Zweck bieten sich – neben vielen anderen Methoden – Interviews sehr gut an. Auf diese Art und Weise hat ein Befragter die Möglichkeit, seine persönliche Situation, Meinung sowie Erfahrungen einem Außenstehenden (Interviewer) in seinen eigenen Worten schildern zu können (vgl. Kva-

le 2007). Der Reiz, so Friedrichs (1980), besteht in der „Nähe zum Alltagsgespräch. Fragen zu stellen liegt nahe und erscheint so leicht. Darin liegt etwas Verführerisches [...]“ (Friedrichs 1080: 209). Natürlich unterscheidet sich ein wissenschaftliches Interview elementar von einem alltäglichen Gespräch. Die Kommunikation ist sowohl kontrolliert, als auch asymmetrisch, da „dem Forschenden die Rolle des Fragenden und Zuhörenden zukommt und dem Befragten die Rolle des Erzählenden und Antwortenden.“ (Misoch 2015: 13)

Während eines Interviews gibt es viel zu beachten. Der Interviewer muss beispielsweise dafür sorgen, dass eine angenehme Gesprächssituation entsteht (zum Beispiel Störfaktoren vermeiden), als auch dass der Interviewee genügend Informationen preisgibt, welche für den Forscher von Interesse sind. Die Daten, die während eines Interviews entstehen, können so im Nachhinein von Forschern ausgewertet und interpretiert werden. Auf diese Art und Weise entsteht Material, welches die unterschiedlichen Perspektiven der Untersuchungsobjekte deutlich macht, somit neue und aufschlussreiche Erkenntnisse zum sozialen Handeln von Menschen produziert und künftig hilft, die soziale Welt von Individuen unserer Gesellschaft zu verstehen.

2.4 Skype

Da der Kern dieser Arbeit Skype-Befragungen sind, soll an dieser Stelle „Skype“ als Software im Allgemeinen beschrieben werden, damit alle Leser – auch jene, welche die Software nicht kennen – mit dessen wichtigsten Eigenschaften und Vorzügen vertraut sind.

2.4.1 Die Software

Das Unternehmen „Skype“ existiert seit 2003 und hat seinen Hauptsitz in Luxemburg (vgl. skype.com/de/about/ 2015). Es handelt sich um eine kostenlose Software, mit der Video-Telefonie via Internet auf allen möglichen Betriebssystemen (Windows, Mac, Linux, Android, iOS) durchgeführt werden kann. Für die Nutzung ist eine Registrierung mit einem eigenen Nickname sowie Passwort notwendig. Eine Angabe von Geschlecht, Geburtsdatum, Wohnort, einem Profilbild, eine Selbstbeschreibung sowie eine persönliche Nachricht ist ebenso möglich, jedoch nicht zwingend. Skype-Nutzer können sich untereinander in ihre Kontaktliste hinzufügen und sind somit dazu befugt, den jeweiligen Status des Kontaktes zu sehen. Diese sind: Online, offline, beschäftigt oder abwesend, und können selbst vom jeweiligen Nutzer eingestellt werden.

Wurde ein Videotelefonat gestartet, so startet mit der Annahme automatisch – neben des Mikrofons – die Webcam des jeweiligen PCs. Während des Gesprächs kann die Webcam, sowie das Mikrofon, beliebig ein-, bzw. ausgestellt werden. Zusätzlich besteht die Option, weitere Gesprächsteilnehmer in die Unterhaltung einzuladen. Alle anwesenden Gesprächsteilnehmer können jederzeit die Unterhaltung abbrechen, indem sie auf das Symbol „Aufle-

gen“ klicken. Somit ist die verbale/bildliche Konversation beendet. Nebenbei bemerkt ist es im Vorfeld möglich, seine eigenen Lautsprecher sowie das eigene Mikrofon zu testen, in dem man einen „Echo/Sound Test Service“ anruft. So ist es möglich, die Qualität seines eigenen Mikrofons zu prüfen, damit beim eigentlichen Gespräch technische Probleme vermieden werden können. Auch während einer Unterhaltung kann man anhand eines kleinen Icons ständig sehen, wie gut die momentane Gesprächsqualität ist.

Zudem bietet Skype mit Hilfe eines Chatfensters die Möglichkeit an, schriftlich miteinander zu kommunizieren. Somit beinhaltet die Software auch die Funktionen eines klassischen Instant-Messengers, womit synchrone, sowie asynchrone schriftliche Unterhaltungen realisierbar sind. Des Weiteren können sich Kontakte untereinander Dateien, wie Bilder oder andere Dokumente, zusenden.

Die bis an dieser Stelle beschriebenen Möglichkeiten von Skype sind allesamt kostenfrei und können somit von jedem, der über einen Internetzugang verfügt, genutzt werden. Dies ist längst nicht mehr auf den PC allein bezogen: Die Software hat sich an den technischen Fortschritt der letzten Jahre sehr gut angepasst und ist auf sämtlichen technischen Geräten durchführbar. Dazu gehören – neben dem klassischen Computer – das Smartphone, Tablets, Smart-TVs sowie Spielekonsolen (Xbox und Playstation). Dies führt unter anderem dazu, dass man sich – wenn man das möchte – an jedem möglichen Ort mit Skype-Kontakten verbinden kann, solange eine Internetverbindung vorhanden ist.

Darüber hinaus ist es möglich, gegen eine Bezahlung weitere Funktionen von Skype als Premium-Mitglied zu nutzen, wie beispielsweise das Anrufen von gewöhnlichen Handy- und Festnetznummern (auch im Ausland) oder unbegrenzte Gruppen-Videoanrufe (vgl. skype.com 2015).

Die Software Skype ist sehr benutzerfreundlich und leicht zu bedienen. Außerdem wird für das erfolgreiche Durchführen eines Skype-Gesprächs kein besonders hohes Internetvolumen benötigt. Bereits einfachste Verbindungen sind dazu im Stande, (Video-)Telefonie zu handhaben⁹. Diese Einfachheit spiegelt sich unter anderem in den Zahlen der Nutzer wider, welche im Folgenden dargelegt werden.

2.4.2 Statistiken zur Internet- und Skypenutzung

Das Internet gehört definitiv zum Alltag der deutschen Bevölkerung. Forschungsgruppe Wahlen e.V. (2015) hat in ihrer repräsentativen Umfrage festgestellt, dass im Jahre 2014 „[...] 78

9 Für einen einfachen Sprachanruf empfiehlt Skype eine Datenrate von 100 Kbit/s (Down- und Upload); für einfache Videoanrufe (ohne High-Quality) 300 Kbit/s (vgl. skype.com 2015).

Zum Vergleich: Eine 1000er-DSL-Leitung (die niedrigst mögliche Breitbandverbindung) erreicht eine Leistung von 1000 kbit/s – dies entspricht bereits der dreifachen Leistung der von Skype empfohlenen Übertragungsgeschwindigkeit für Videoanrufe.

Prozent der deutschen Erwachsenen das Internet zu Hause, am Arbeitsplatz oder anderswo“ (Forschungsgruppe Wahlen e.V. 2015: 1) genutzt haben. Personen im Alter von 18 bis 49 Jahren sind dabei diejenigen, die das World Wide Web am häufigsten nutzen. Die Altersgruppe von 18 bis 24 Jahren nutzt das Internet zusätzlich am intensivsten (vgl. Forschungsgruppe Wahlen e.V. 2015).

Daran anknüpfend sind 98% (vgl. statistisches Bundesamt 2015) aller Internetanbindungen in deutschen Haushalten (im Jahr 2014) auch dazu in der Lage, die Software Skype zu nutzen. Sie sind Breitbandverbindungen und verfügen somit über die mindestens dreifache Übertragungsgeschwindigkeit, die für eine flüssige Kommunikation per Skype (aller Art) notwendig ist.

Die Verbrauchs- und Medienanalyse (kurz VuMA) hat in ihrer Erhebung über Konsumverhalten der deutschsprachigen Bevölkerung unter anderem nach dem Skypenutzungsverhalten ihrer Probanden gefragt¹⁰. Bei 23.093 Interviews gab es folgende Ergebnisse:

- a) 1,8% gaben an, dass sie Skype täglich benutzen.
- b) 6,7% nutzen Skype mindestens einmal in der Woche.
- c) 5,2% verwenden Bildtelefonie mindestens einmal im Monat.
- d) 10,4% nehmen Skype noch seltener in Gebrauch und
- e) 45,6% nutzen Skype nie (vgl. VuMA 2015).

Diese Angaben zeigen, dass ein Großteil der deutschsprachigen Bevölkerung die Software Skype gar nicht benutzt. Jedoch ist hier zu erwähnen, dass in der VuMA-Studie leider nicht deutlich gemacht wird, ob das besagte Item von allen Befragten (also auch Personen, welche keinen Internetzugang besitzen) beantwortet wurde, oder nur von Internetnutzern. Mit Einbezug der Nicht-Internetnutzer wäre der hohe Anteil an Personen, welcher nie Skype nutzt, höher.

Eine weitere Studie hat ebenfalls den Anteil der Leute (ab 14 Jahren) in Deutschland untersucht, welche das Internet zum Telefonieren benutzen, jedoch nicht speziell mit der Software Skype, sondern allgemein. Diese fand heraus, dass im Jahr 2014 6,05 Millionen Personen „häufig“ Internettelefonie (zum Beispiel Videotelefonie) betrieben haben. 6,44 Millionen Menschen gaben eine „gelegentliche Nutzung“ an und der Großteil, 41,04 Millionen „seltene oder gar keine Nutzung“. Leider gibt es hier keine Definition von den drei Antwortmöglichkeiten, womit nicht sicher ist, ob die Einteilung in die drei Varianten subjektiv vonstattenging oder ob es eine Vorgabe gab, wie viele Nutzungen beispielsweise als „häufig“ oder „selten“ zu bezeichnen wären (vgl. IfD Allensbach 2016).

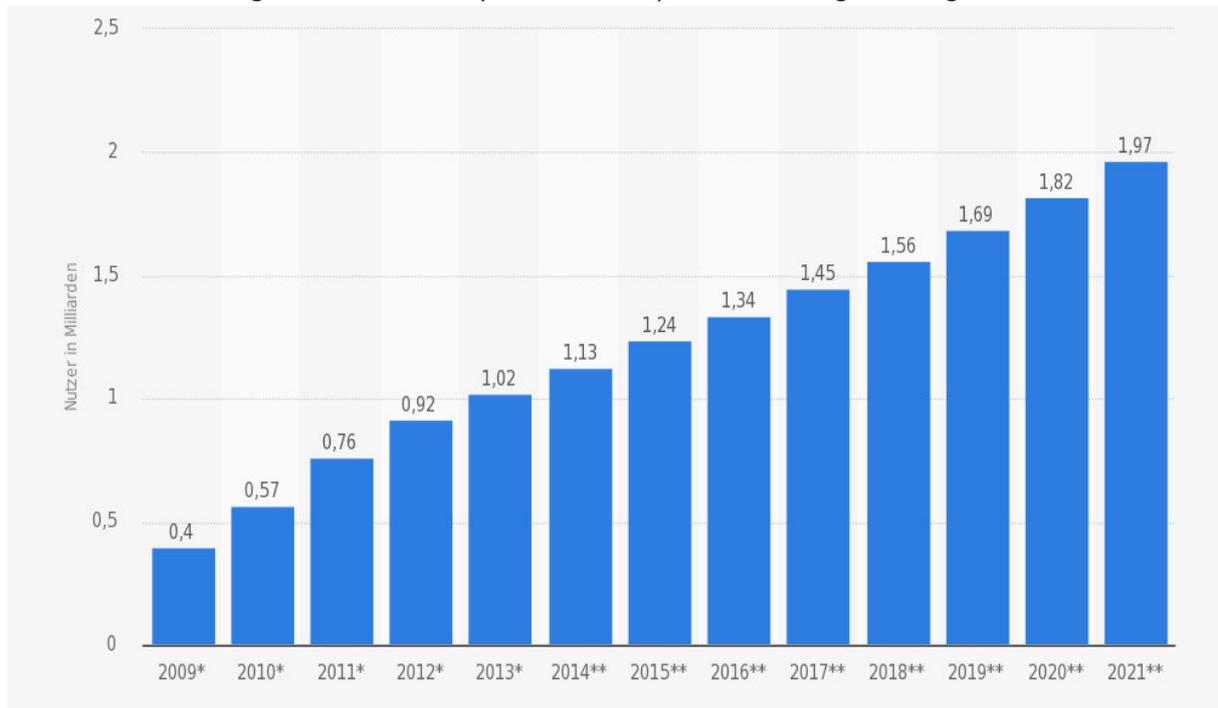
Die Anzahl der Skype-Nutzer ist – auch trotz niedrigerer Werte – nicht zu vernachlässigen. Hinzu kommt, dass Prognosen einen jährlichen Anstieg der Skypenutzer voraussagen.

¹⁰ Zur Grundgesamtheit gehört die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Selbst wenn es momentan wenig Nutzer gibt, so besteht die hohe Wahrscheinlichkeit, dass sich diese Anzahl in Zukunft noch vergrößern wird. Zudem sind für Skype-Interviews nicht nur deutschsprachige Bewohner von Interesse, schließlich ist ein zentrales Merkmal des Interviewdesigns die Überbrückung von (unter anderem weiten) Distanzen.

Die nachfolgende Abbildung zeigt den Verlauf der registrierten Skype-Nutzer (weltweit) inklusive einer Prognose:

Abbildung 2: Anzahl der weltweit registrierten Skype-Nutzer in den Jahren von 2009 bis 2013 und Prognose bis 2021 (in Milliarden); *Schätzung; **Prognose



(Quelle: trefis.com 2015; Abbildung von statista.com 2015)

Man sieht deutlich, dass im Jahre 2021 mit einer annähernden Verdopplung der Skypenutzer-Anzahl (in Relation zum Jahre 2013) gerechnet wird, weswegen das vorhandene Potenzial zur Verwendung von wissenschaftlichen Zwecken nicht unterschätzt werden sollte.

Wie bei jedem wissenschaftlichen Vorgehen müssen auch bei der qualitativen Sozialforschung Standards beachtet werden, um die tatsächliche Wissenschaftlichkeit gewährleisten zu können. Diese sollen anschließend kurz vorgestellt werden.

2.5 Gütekriterien

Kritiker der qualitativen Sozialforschung bemängeln des Öfteren – aufgrund der fehlenden Standardisierung – eine angebliche Willkür und Beliebigkeit während des gesamten Forschungsprozesses. Um diesem Vorwurf entgegen zu wirken, gibt es Kriterien, welche eine

gewisse Regelhaftigkeit bei der empirischen Durchführung garantieren. Hierzu muss erwähnt werden, dass es auch heutzutage noch keine Einigung bezüglich qualitativer Gütekriterien gibt. Verschiedene Autoren haben unterschiedliche, konkurrierende Vorstellungen darüber, wie die Qualität bestimmt werden soll (vgl. Misoch 2015). Die klassischen, quantitativen Gütekriterien wie Objektivität, Reliabilität und Validität können nicht eins zu eins in die qualitative Forschung übertragen werden. Hierzu sind Umformulierungen notwendig, die den jeweiligen Ansprüchen gerecht werden müssen. Im Folgenden wurde sich für die Kriterien-Darstellung von Sabina Misoch (2015) entschieden, da ihre Übersicht zum einen zeitlich die aktuellste ist, und zum anderen, da die Autorin „jene Gütekriterien herausgegriffen [hat], die sich in den Diskussionen als besonders bedeutsam und relevant erwiesen haben [...].“ (Misoch 2015: 232)

(1) Objektivität

Objektivität ist – ob bei qualitativer oder quantitativer Forschung – eine zentrale Bedingung. Denn diese besagt, dass der Forscher in jedem Prozess seiner Untersuchung (Empirie, Auswertung sowie Interpretation) wertfrei vorgehen muss. Ein Forscher darf seine Untersuchung nicht in eine – von ihm gewollte oder erwünschte – Richtung beeinflussen und lenken. Dieser Punkt ist in der qualitativen Forschung zwar gewollt, jedoch ist dies nicht zu 100 Prozent durchführbar, denn der Forscher ist schließlich selbst Teil des Messinstrumentes und somit nicht vollständig vom Subjekt losgelöst. Auch unbewusst können so Beeinflussungen stattfinden. Gerade der Prozess des Auswertens von qualitativ erhobenen Daten ist sehr personen-gebunden, denn schließlich sind beispielsweise keine bloßen Berechnungen erforderlich, sondern eigene Interpretationen, welche zwangsläufig subjektiv sind. Da sich dies nicht, beziehungsweise nur schlecht, kontrollieren lässt, sind die nachfolgenden Gütekriterien speziell auf die qualitative Forschung angepasst und helfen somit, trotz der Nähe zum Untersuchungsgegenstand wissenschaftliche Ergebnisse zu erzielen.

- *Neutralität*

ist eine Art Redefinition des Objektivitätsbegriffs, angepasst an die qualitative Forschung. Wenn die reine Objektivität in diesem Fall nicht möglich ist, so wird vom Forscher wenigstens eine gewisse Neutralität seinem Untersuchungsgegenstand gegenüber verlangt, damit diese unvoreingenommen untersucht werden kann.

- *Kontrollierte Subjektivität*

ist ebenfalls eine Redefinition von Objektivität. Sie soll bezwecken, dass die unvermeidliche Subjektivität zumindest gründlich nachvollzogen werden kann und „kontrolliert“ vonstatten-geht. Damit haben spätere Leser die Möglichkeit, die Entscheidungen und Interpretationen des Forschers zu verstehen und zu rekonstruieren. Besonders wichtig ist dieser Qualitäts-

punkt für Forscher, die sich besonders intensiv mit ihrem Forschungsfeld befassen, wie beispielsweise Ethnografen. Auch von ihnen wird in den jeweiligen Veröffentlichungen erwartet, dass sie sich neutral ihrem Untersuchungsgegenstand gegenüber verhalten und Prozessentscheidungen rechtfertigen. Ansonsten ließe sich abermals die Kritik der „Narrenfreiheit“ nicht vermeiden.

Um diese gewünschte Nachprüfbarkeit darzustellen, sind weitere Gütekriterien auf die qualitative Sozialforschung angepasst worden:

(2) Reliabilität

Diese beschreibt die Zuverlässigkeit einer Messung. Bei einer Wiederholung desselben Messinstrumentes bei den selben Probanden in derselben Umgebung sollten die Ergebnisse ebenfalls dieselben sein. Ist dies der Fall, so wird von einer reliablen Messung gesprochen. Stellt man sich jedoch vor, wie ein Interviewer ein Interview mit derselben Person wiederholt, so ist es schwer vorstellbar, dass exakt dieselben Ergebnisse produziert werden wie beim erst durchgeführten Interview. Flick (2010) geht sogar so weit und sagt (auf narrative Interviews bezogen): „Die identische Wiederholung einer Erzählung bei wiederholten narrativen Interviews ist eher ein Hinweis auf eine „zurechtgelegte“ Version als auf die Verlässlichkeit des Erzählten.“ (Flick 2010: 397) Eine Interviewsituation ist immer eine individuelle. Sämtliche Umweltfaktoren wirken auf die jeweilige Situation ein, womit es auch hier schwer ist, das klassische Verständnis von „Reliabilität“ auf qualitative Interviews anzuwenden. Aus diesem Grund werden auch hier Anpassungen vorgenommen:

- *Prozedurale Reliabilität.*

Diese besitzt den tieferen Sinn, „[...] das Zustandekommen der Daten so zu explizieren, dass überprüfbar wird, was noch Aussage des jeweiligen Subjekts ist und wo die Interpretation der Forschenden schon begonnen hat.“ (Flick 2010: 398) Es sollen also Unterscheidungen bezüglich der Beobachtungen und den Deutungen des Forschers deutlich gemacht werden. Mit dem Prozess des „auditing“ wird „[...] genau protokolliert, welche Person zu welchem Zeitpunkt welche konkreten Arbeitsschritte innerhalb des Forschungsvorhabens durchgeführt hat. Dadurch wird das gesamte Vorgehen transparent und z. B. ein unabhängiger Gutachter kann auf Basis dieser Protokollierung den gesamten Forschungsprozess kritisch hinterfragen.“ (Misoch 2015: 236) Folglich ist, nach Flick (2010), eine Messung erst dann zuverlässig, wenn einzelne Arbeitsschritte so genau und gläsern wie möglich dargestellt werden und somit für mögliche Kritik angreifbar sind.

- *Intercoder-Reliabilität*

Diese ist nur dann von Bedeutung, wenn bei einer Untersuchung mehrere Personen direkt an der Datenauswertung beteiligt sind. Hierzu werden im Vorfeld Regeln aufgestellt, an die

sich alle Codierer halten müssen. Diese Regeln sollen bezwecken, dass alle Beteiligten am Ende zu einem gleichen Codierergebnis kommen, wenn sie dasselbe Datenmaterial auswerten. Somit wird die Verlässlichkeit der Auswertung gesichert. Innerhalb eines Forscherteams soll es schließlich nicht zu unterschiedlichen Auswertungsmethoden kommen, wenn das Datenmaterial auf die einzelnen Personen aufgeteilt wird. Mit Hilfe eines Prüfungsverfahrens (Intercoder-Reliabilitätsprüfung) können Prozentwerte festgestellt werden, die zeigen, ob die Übereinstimmung der Codierer hoch oder niedrig ist. Entstehen dabei niedrige Werte, so wäre die Intercoder-Reliabilität verletzt und die Daten hätten an Qualität verloren.

(3) Validität

Wird ein Messinstrument als *valide* bezeichnet, so spiegeln die Daten auch wirklich die angezielten, tatsächlich empirischen Zustände wider. Man muss sich also die Frage stellen, ob die Fragen, die man beispielsweise in einem Interview stellen möchte, auch wirklich dabei helfen, für das Forschungsinteresse informative und passende Antworten zu erlangen. Dies muss im Vorfeld gut durchdacht werden, damit im Endeffekt gültige und aufschlussreiche Ergebnisse zustande kommen, die die anfängliche Forschungsfrage untermauern und gegebenenfalls generalisiert werden können. Jedoch ist der klassische Begriff der *Validität* auch eher der quantitativen Forschung zuzuordnen, weswegen erneut Anpassungen vorgenommen werden müssen:

- *Interne Validität*

Diese „[...] bedeutet, dass die Messwerte der abhängigen Variable eindeutig auf die unabhängige Variable zurückzuführen sind.“ (Misoch 2015: 237) Hier beschreibt Misoch (2015) nun verschiedenste Methoden für die Überprüfung der internen Validität. Eine ist beispielsweise die (a) *Triangulation*¹¹, welche den Ansatz vertritt, verschiedenste Perspektiven in sämtlichen Bereichen zu berücksichtigen. Die Autorin formuliert den Kern des Ansatzes folgendermaßen: „Die Verschiedenartigkeit beim Einsatz mehrerer empirischer Herangehensweisen soll demnach zu einer Erhöhung der Validität der Ergebnisse führen und damit systematische Fehler, die bei den jeweils einzelnen Methoden entstehen könnten, vermeiden.“ (Misoch 2015: 238) Zusätzlich können noch die jeweils spezifischen Vorteile unterschiedlicher Methoden für eine valide Messung von Nutzen sein.

Ein weiterer Prozess zur Sicherstellung der Validität in qualitativen Untersuchungen ist die (b) *kommunikative Validierung*, welche nicht eindeutig definiert ist. Grundgedanke ist jedoch, dass sich sämtliche Deutungen und Interpretationen eines Forschers direkt auf seine erho-

11 Diese Methode stammt von Denzin (1970) und ist nochmals unterteilt in vier Formen: Datentriangulation, Forscher-/Untersuchertriangulation, Methodentriangulation und Theorientriangulation. Diese Unterformen werden jedoch in dieser Arbeit nicht näher erläutert.

benen Daten beziehen und nicht „aus der Luft“ gegriffen sind. Beim (c) *peer debriefing* wird ein externer Forscher herbeigezogen, der als Kritiker der Forschung dient und mit seiner unvoreingenommenen Perspektive die Plausibilität bewerten kann. Auch die (d) *Authentizität* der Interviewsituation beeinflusst die Validität einer Messung. Diese sollte so nah wie möglich an einer Alltagskommunikation angelehnt sein, da ansonsten ebenfalls die Erzählungen des Interviewees an Glaubwürdigkeit verlieren.

- *Externe Validität*

Mit der externen Validität wird die mögliche Übertragung von Forschungsergebnissen auf andere Personengruppen in anderen Situationen ausgedrückt; also, ob die Resultate auch in anderen Kontexten gültig sind. Angeglichen an die qualitative Forschung beschreibt Misoch (2015) die (a) *prozedurale Validierung*, die – wie die hier bereits beschriebene prozeduralen Reliabilität – die transparente Darstellung sämtlicher Arbeitsprozesse verlangt, sowie eine gewisse Regelmäßigkeit und Systematik. Als Beispiel erwähnt die Autorin Mayring (2010), der – um valide Ergebnisse zu bekommen – ein ganzes Regelwerk für seine Inhaltsanalyse aufgestellt hat.

Ob die (b) *Übertragbarkeit* von Ergebnissen einer qualitativen Untersuchung im Endeffekt tatsächlich auf andere Kontexte möglich ist, lässt sich leider nicht so einfach sagen, „[...] da jeweils kleinere Stichproben untersucht werden und das Ziel qualitativer Forschung nicht in statistischer Repräsentativität liegt.“ (Misoch 2015: 242) Dennoch gibt es Vertreter – beispielsweise Shenton (2004) – die behaupten, eine Verallgemeinerung sei auch bei Einzelfällen möglich, da auch sie als Repräsentanten einer größeren Gruppe zu verstehen sind. Genauso gibt es jedoch auch Vertreter, die sich gegen eine Übertragbarkeit qualitativer Resultate aussprechen¹². Folglich ist es sinnvoll, jeden einzelnen Fall individuell zu bewerten und anschließend zu entscheiden, ob die Resultate verallgemeinerbar sind. Die *prozedurale Validität* kann bei der Entscheidungsfindung helfen.

(4) Intersubjektive Nachvollziehbarkeit

Wie die meisten angepassten Gütekriterien an die qualitative Sozialforschung schon gezeigt haben, ist die Intersubjektive Nachvollziehbarkeit von enormer Wichtigkeit. Sabina Misoch (2015) fasst den Zweck dieses Kriteriums in passenden Worten zusammen, denen nichts mehr hinzuzufügen gilt:

„Da die Rolle des Subjekts im gesamten qualitativen Forschungsprozess zentral ist, müssen alle Schritte dieses Prozesses transparent dargestellt und protokolliert werden, sodass diese für Nicht-Beteiligte nachvollziehbar und überprüfbar werden. Es darf im gesamten Forschungsprozess keine Handlungen und Entscheidungen geben, die nur dem Forschungssubjekt zugänglich sind, sondern alle Prozesse müssen intersubjektiv nachvollziehbar gemacht werden. Dieses

¹² Beispielsweise Erlandson et al. (1993).

Kriterium ist deswegen relevant, da eine identische Replikation aufgrund der mangelnden Standardisierbarkeit bei qualitativer Forschung nicht möglich ist.“ (Misocho 2015: 242)

Um die intersubjektive Nachvollziehbarkeit mit Sicherheit gewährleisten zu können, bieten sich

- *Verfahrensdokumentationen*

an. Wie in diesem Kapitel bereits beschrieben, sollen sämtliche Schritte innerhalb eines Forschungsprozesses offengelegt werden, wie beispielsweise das Vorwissen des Forschenden, die verwendeten Transkribierregeln, der Auswertungsprozess und jegliche weitere Prozesse. Das schon erwähnte

- *peer debriefing (siehe Kapitel 2.5 Interne Validität)*

sorgt ebenfalls für die intersubjektive Nachvollziehbarkeit, da per Diskurs Forschungsmethoden und -entscheidungen erörtert und bewertet werden. Der letzte Punkt, der für Nachvollziehbarkeit sorgt, ist die

- *Regelgeleitetheit*

Diese stellt bereits eine wichtige Basis in der quantitativen Forschung dar, ist jedoch ebenfalls in der qualitativen Forschung von zentraler Bedeutung für die Qualitätssicherung, um den Vorwurf der „Willkürlichkeit“ entgegenzusetzen. Sie stellt sich – im Gegensatz zur quantitativen Forschung – im qualitativen Kontext allerdings anders dar: Ein wesentliches Merkmal qualitativer Forschung bildet die Offenheit, welche von der Bedeutung her ein Kontrast zur Regelgeleitetheit darstellt. Um beides in Einklang bringen zu können, wird an dieser Stelle verlangt, dass bei Abweichungen eines regelgeleiteten Forschungsprozesses diese – wie sooft – genauestens beschrieben und begründet werden müssen. Alle Entscheidungen sollen nachvollziehbar sein, „[...] um damit den Qualitätskriterien empirischer Sozialforschung zu genügen (und sich nicht dem Vorwurf der Unwissenschaftlichkeit auszusetzen).“ (Misocho 2015: 244)

(5) Reflexion von Subjektivität

Das letzte ausgewählte Gütekriterium von Sabina Misocho (2015) beschreibt den erforderlichen kritischen Umgang eines Forschers mit seiner eigenen Person, da qualitative Untersuchungen zwangsläufig von Subjektivität geprägt sind. Da diese definitiv nicht vermeidbar ist, muss sie – durch offene Reflexion – offen dargelegt werden.

All diese Qualitätskriterien sind notwendig, um wissenschaftliche Ergebnisse produzieren zu können, sei es auf quantitative oder qualitative Art und Weise. Die vorliegende Arbeit basiert ganz auf dem Einhalten der oben erwähnten Gütekriterien.

3 Theoretischer Rahmen

Das folgende Kapitel wird sich auf theoretischer Ebene mit dem Thema von Skype-Interviews auseinandersetzen. Hierzu gehört zum einen die Formulierung des Forschungsinteresses, sowie die theoretische Überlegung der Nützlichkeit von Videotelefonie-Interviews im Vergleich zu klassischen Telefon- und Face-to-Face-Interviews. Die Thematisierung des gesellschaftlichen Wandels im Spiegel der Globalisierung wird ebenfalls Platz finden, um eine soziologische Perspektive auf das Thema zu gewinnen. Des Weiteren werden einzelne Merkmale vorgeschlagen und definiert, an denen folglich die Qualität eines Interviews beurteilt werden soll.

3.1 Globalisierung

Obwohl der Fokus der vorliegenden Arbeit klar auf der Methodenentwicklung und -forschung liegt, soll an dieser Stelle dennoch der gesamtgesellschaftliche Rahmen berücksichtigt werden.

Globalisierung bedeutet (grob hergeleitet) das Gegenteil von Regionalität; nämlich die weltweite Verbreitung und Vernetzung von menschlichem Handeln – auf sämtlichen Ebenen. Damit sind jegliche Bereiche gemeint, in der sich der Mensch bewegt: Beispielsweise kulturelle, politische, ökologische und wirtschaftliche. Auch der Alltag der Menschen dehnt sich räumlich mehr und mehr aus (vgl. Dürrschmidt 2002). All diese Bereiche konnten sich hauptsächlich durch die fortschreitende Kommunikationstechnologie entfalten, worunter ausschlaggebend die Entstehung des Internets fällt. Kommunikation ist seit langem nicht mehr an die physische Anwesenheit der Kommunikatoren gebunden. Was mit einem Briefwechsel begann, ist heute der rege Austausch per Mail, Handy, etc. Aus diesem Grund stellt es kein Problem dar, trotz geografischer Distanz miteinander zu kommunizieren. Handelspartner, Politiker, Arbeitskollegen, Freundschaftsbeziehungen – jeder, der Zugang zum Internet hat, kann theoretisch mit jedem anderen Web-Nutzer stets Kontakt aufnehmen. Bezüglich der Kommunikationsinhalte/-themen gibt es ebenfalls keine Grenzen, solange Worte, Bilder und Videos in der Lage sind, diese zu übermitteln. Genau diese Gegebenheit ist maßgeblich dafür verantwortlich, dass die Globalisierung voranschreitet und sämtliche vorstellbare zwischenmenschliche Beziehungen ermöglicht werden können. Diese Entwicklung beschreibt einen – nahezu weltweiten – Wandel in der Gesellschaft. Soziologische Theoretiker – wie beispielsweise Robertson (1992), Giddens (2001) und Beck (1998) – befassten sich bereits seit den 1990er Jahren mit dem Thema der Globalisierung auf theoretischer Ebene (vgl. Dürrschmidt 2002). Nun ist es verständlich, dass die Sozialwissenschaften sich diesem Wandel nicht mehr nur theoretisch annähern und ihn beschreiben, sondern die Erkenntnisse

auch für eigene Forschungen nutzen. Schließlich ist Globalität¹³ definitiv in den sozialen Alltag der Menschen übergegangen, welcher einer der wesentlichen Untersuchungsgegenstände der Soziologie ist. An dieser Stelle bietet sich erneut die Verwendung des Zitats von Max Weber (1980) an: „Soziologie [...] soll heißen: eine Wissenschaft, welche soziales Handeln deutend verstehen und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich erklären will.“ (Weber 1980: 1) Da die Gesellschaft immer mehr über das Medium „Internet“ kommuniziert und handelt, ist das Thema für die Soziologie unvermeidlich. Diese neue Richtung in der Soziologie wird *digital sociology* genannt und befasst sich mit der Veränderung des menschlichen Verhaltens durch neue digitale Technologien. Die Begriffe *Technik* und *sozial* verschmelzen; die potenziellen Möglichkeiten für Sozialforscher im und durch das Internet scheinen schier unendlich.

Für die vorliegende Arbeit ist das beschriebene Konstrukt der „Globalisierung“ eine Art Basis. Durch die weltweite Vernetzung der Bevölkerung werden Sozialwissenschaftlern Unmengen neue Türen geöffnet, welche vor dem Betreten überprüft werden müssen. Dieser Herausforderung wird sich hierbei gestellt, um festzustellen, ob der Prozess der Globalisierung, „[...] whereby the world becomes a single place [...]“ (Robertson 1992: 135), fruchtbar für die Gewinnung von Daten zu nutzen ist.

3.2 Forschungsinteresse

Die vorliegende Untersuchung verfolgt die Absicht, die Qualität von Skype-Interviews im Vergleich zu konventionellen persönlichen Interviews zu prüfen. Es lassen sich Fragen formulieren wie beispielsweise: Erzeugt eine Befragung per Skype qualitativ genauso hochwertige Daten wie ein Face-to-Face-Gespräch und kann somit als verlässliche Alternative betrachtet werden? Oder sind gewonnene Daten aus Skype-Gesprächen auf keinen Fall für wissenschaftliche Zwecke geeignet? Entstehen eventuell neue Vor-, oder Nachteile bei Skype-Interviews, die einen Einfluss auf die Daten ausüben können?

Solche und zahlreiche weitere Fragen lassen sich im Vorfeld aufstellen, die erst mit Hilfe einer empirischen Untersuchung beantwortet werden zu können. Auf Basis bisher veröffentlichter Literatur und dadurch entstandener Vorüberlegungen werden folgende Forschungsfrage aufgestellt, die es zu überprüfen gilt:

*Können Daten, die aus Skype-Video-Interviews gewonnen werden, im gleichen Maße für die Beantwortung gleicher Forschungsfragen verwendet werden, wie Daten aus traditionell persönlichen Face-to-Face-Interviews?
Wenn ja: Ergeben sich Vorteile, die das Skype-Video-Interview dem Face-To-Face-Interview gegenüber präferierbar machen?
Wenn nein: Worin liegen die zentralen Unterschiede und lassen sich Skype-Video-Interviews möglicherweise dennoch für andere Forschungsfragen her-*

13 Unter „Globalität“ kann hier die *das globale Leben an sich* verstanden werden.

anziehen, in denen Face-to-Face-Interviews im klassischen Sinne, im Nachteil wären?

Wie bei bisher allen Forschungsdesigns existieren es Vor- und Nachteile. Es gilt, diese nun im Bezug zu Skype herauszufiltern und anhand dessen herauszufinden, unter welchen Umständen sich diese Methodik in der Forschung anbietet.

3.3 Parallelen zwischen Face-to-Face-, Telefon- und Skype-Interviews

Die Parallele zwischen Face-to-Face-Gespräch und Skype-Befragungen ist offensichtlich; Interviewer und Befragter können sich gegenseitig hören und visuell wahrnehmen. Auf diese Art und Weise kann ein nahezu alltägliches Gespräch geführt werden. Auch beim Telefoninterview gibt es Parallelen zum Skype-Interview, denn schließlich sind bei beiden Ausführungen geografische Distanzen vorhanden. Die Anwesenden sind im Gegensatz zum Face-to-Face-Interview nicht zusammen in einem Raum physisch präsent. Jedoch unterscheidet sich das Telefoninterview maßgeblich vom Skype-Gespräch durch den nicht vorhandenen visuellen Kontakt, welcher jedoch in der Regel ein zentraler Bestandteil von Leitfadenterviews darstellt. Schließlich kann – falls gewünscht – ebenfalls großer Wert auf nonverbale Kommunikation gelegt werden, da diese (zusätzlich zur verbalen Kommunikation) Informationen bezüglich Einstellungen, Meinungen etc. bereitstellen kann. Bei Telefon-, und Skype-Interviews wird jeweils ein Medium bei den Beteiligten „zwischengeschaltet“, welches so die Kommunikation ermöglicht¹⁴ (vgl. Höflich 1996).

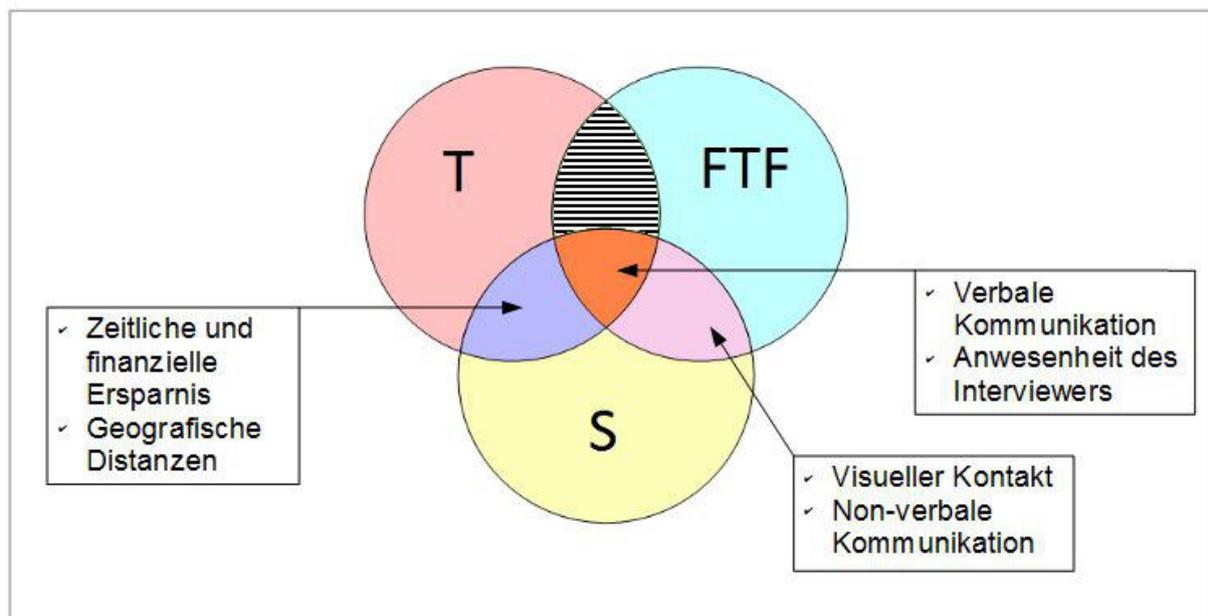
Eine weitere Gemeinsamkeit zwischen Skype-, und Telefoninterview sind die finanziellen und zeitlichen Ersparnisse (vgl. Misoch 2015). Telefoninterviews konnten sich bisher am ehesten in der Markt- und Meinungsforschung durchsetzen. Dort sind sie die Methode, welche am häufigsten durchgeführt wird (vgl. Misoch 2015). In der qualitativen Sozialforschung konnten telefonische Interviews bisher keinen Triumph vorweisen. Dort gilt die Dominanz der persönlichen, sich gegenüberstehenden Interviews, da sie (bisher) am ehesten für natürlich Gesprächssituation sorgen können (vgl. Misoch 2015). Auch Berger und Luckmann (2009) unterstützen diese Einstellung mit dem Zitat: „Die fundamentale Erfahrung des Anderen ist die von Angesicht zu Angesicht. Die Vis-à-vis-Situation ist der Prototyp aller gesellschaftlichen Interaktionen. Jede andere Interaktionsform ist von ihr abgeleitet.“ (Berger und Luckmann 2009: 31) Zentraler Punkt ist die visuelle Wahrnehmung des Kommunikationspartners. Es ist davon auszugehen, dass Berger und Luckmann (2009) sich in ihrem Zitat auf die physische

¹⁴ Im Übrigen kann auch ein Telefoninterview mit Hilfe von Skype durchgeführt werden. Hierzu muss die Webcam nicht aktiviert werden. Hat beispielsweise ein potentieller Befragter keine Webcam für ein Videotelefonie-Interview zur Verfügung, so ist das Gespräch automatisch ein – nahezu – klassisches Telefoninterview, nur mit dem Medium „Skype“ anstatt eines Telefons.

Anwesenheit (mindestens) zweier Subjekte beziehen, ohne diese jedoch implizit zu erwähnen. Somit beschreibt ihre Aussage ebenfalls dieselbe Ausgangsposition einer Konversation durch Skype, da auch dort sich Parteien „Angesicht zu Angesicht“ gegenüberstehen. Aus diesem Grund lässt sich die Behauptung aufstellen, dass auch Videotelefonie für eine natürliche Gesprächssituation sorgen kann, was die Untersuchung diesbezüglich hinzukommend rechtfertigt.

In der folgenden Abbildung (Abb. 3) sind die jeweiligen Gemeinsamkeiten bildlich dargestellt. Man erkennt gut, dass alle drei Interviewformen denselben Zweck der verbalen Kommunikation verfolgen, jedoch das Skype-Design letztendlich mehr Gemeinsamkeiten mit dem beliebten Face-to-Face-Interview besitzt als das Telefoninterview.

Abbildung 3: Schnittstellenmodell von (T) Telefon,- (FTF) Face-to-Face- und (S) Skype-Interviews



(eigene Darstellung)

Das Telefoninterview unterscheidet sich bereits auf den ersten Blicken sehr stark vom klassischen persönlichen Interview, vor allem durch den Wegfall des zentralen Elementes der visuellen Kommunikation. Aus diesem Grund soll sich die vorliegende Arbeit auf den Vergleich von Face-to-Face-, und Skype-Interviews beschränken und konzentrieren, da diese am ehesten als gegenseitige Alternativen in der qualitativen Sozialforschung angesehen werden können.

Wie jedes Untersuchungsdesign zieht auch eine Face-to-Face-Befragung einige Nachteile mit sich. Diese werden kurz beschrieben, um sich der Frage zu widmen, ob diese eventuell durch Skype als alternative Interviewmethode kompensiert werden können.

3.4 Face-to-Face Nachteile

Das klassische persönliche Interview gilt, wie bereits im Kapitel 2.3.1 erwähnt, als „Goldstandard“ in der qualitativen Sozialforschung. Die Daten gelten als gehaltvoll und aufschlussreich. Nichtsdestotrotz enthält auch dieses Design Nachteile, dessen Vermeidung wünschenswert wäre. Ohne bisherige empirische Überprüfung soll an dieser Stelle darüber nachgedacht werden, welche Nachteile sich theoretisch mit Skype-Befragungen vermeiden ließen.

- *Aufwand und Kosten*

„Interviewing an interviewee in a place some 200 kilometres away will take a whole day, including travelling and interviewing. It can even take more days, when the interviewee is ill and didn't or couldn't reach the interviewer in time to cancel the interview.“ (Opdenakker 2006: 4)

Wie schon des Öfteren erwähnt, fallen mit der Erhebung qualitativer Interviews per Skype jegliche Reisekosten und -zeiten weg. Dies ist bei klassischen Face-to-Face-Interviews eines der zentralsten Nachteile. So gut die Ergebnisse durch persönliche Interviews auch sind, so aufwändig und kostspielig ist deren Durchführung (vgl. Schnell et al. 2008). Durch Skype können in der Regel sowohl Interviewer, als auch Interviewee den Termin von Zuhause – oder von jedem anderen beliebigen Ort – aus wahrnehmen, womit keine Anfahrtskosten anfallen. Simultan dazu wird Zeit, und somit Aufwand – beispielsweise von einer An,- und Heimreise – eingespart (für Interviewer und Befragten gleichermaßen). Eine Hürde bei dem Face-to-Face-Interview ist für den Interviewee häufig der eigene personelle Aufwand. So lässt sich vermuten, dass bei eigener Anreise an einen bestimmten, vom Forscher ausgewählten Ort die Hürde für den Befragten höher ist, als sich zu Hause mit dem Interviewer per Skype zu „treffen“. Der Aufwand für den Interviewee wird niedriger, womit sich eine Erhöhung der Motivation vermuten ließe (dazu später mehr). Auch ist es üblich, qualitative Interviews beim Befragten zu Hause durchzuführen. Hier besteht die Erschwernis für den Befragten darin, eine fremde Person in die eigenen vier Wände zu lassen (was auch als „Aufwand“ betrachtet werden kann). Auch dieser Punkt würde mit Hilfe von Skype-Befragungen entfallen. Der Punkt „Aufwand und Kosten“ lässt sich an dieser Stelle durch Skype-Interviews theoretisch deutlich verbessern. Schließlich werden Forschungsgelder oft knapp bemessen, womit eine finanzielle, sowie zeitliche Ersparnis nur von Vorteil wäre.

- *Interviewereffekte*

Interviewereffekte treten zwangsläufig mit der Anwesenheit eines Interviewers auf. Bei einem persönlichen Interview sitzen sich die beiden Akteure physisch direkt gegenüber. So kann es zu Verzerrungen kommen, die bewusst oder unbewusst vom Interviewer ausgehen. Als Beispiel kann bereits das Geschlecht des Interviewers genannt werden. Dieses kann durchaus

einen Einfluss auf das Befragtenverhalten ausüben, wenn beispielsweise nach klassischen Rollenverteilungen im Haushalt gefragt wird. Klein und Kühnert (2010) untersuchten diesbezüglich den Interviewereffekt mit Hilfe von Telefoninterviews. Wurden männliche Interviewees von Männern befragt, so spielten sie ihr Engagement im Haushalt deutlich herunter, beziehungsweise unterschätzten dieses. Im Gegensatz zu den Interviews mit weiblichen Interviewern: Hier überschätzten die männlichen Befragten ihre Mithilfe im Haushalt.

Da auch bei einem Skype-Interview der Interviewer zu hören und zu sehen ist, und natürlich mit dem Befragten interagiert, können auch bei dieser Vorgehensweise (unbeabsichtigte) Interviewereffekte auftreten. In der qualitativen Forschung lassen sich jedoch Interviewereffekte nur schwer eliminieren. Hier liegt das Ziel eher „[...] in einem adäquaten, reflektierten und kontrollierten Umgang mit der Rolle von Subjektivität und des Einflusses des Interviewenden [...]“ (Misoch 2015: 200) Der Nachteil der „Interviewereffekte“ lässt sich vermutlich nicht mit Hilfe von Skype-Interviews beseitigen, da der Faktor „Anwesenheit des Interviewers“ ein grundlegendes Merkmal der Interviewform darstellt und gleichzeitig die Basis für Interviewereffekte ist.

- *Soziale Erwünschtheit*

Durch das Phänomen der „sozialen Erwünschtheit“ entstehen ebenfalls Antwortverzerrungen. Diese beziehen sich jedoch nicht auf den Interviewer, sondern auf die vorherrschenden Normen des jeweiligen Feldes. An Normen, welche in dem jeweiligen Umfeld aktuell gelten, wird sich – um nicht negativ aufzufallen – angepasst. Um nicht als extrem oder „anormal“ innerhalb der Gesellschaft zu gelten, werden Antworten angepasst. Da man in der Forschung jedoch „wahre“, also unverzerrte, Antworten anstrebt, ist der Effekt der sozialen Erwünschtheit ein durchaus schwerwiegender. Problem jedoch ist, dass sich dies kaum überprüfen lässt. In der quantitativen Sozialforschung wurden bereits Skalen entwickelt, die die soziale Erwünschtheitsanfälligkeit bei Probanden messen können (beispielsweise die Marlowe-Crowne-Scale [vgl. Marlowe und Crowne 1964]).

In der qualitativen Forschung können jedoch keine festen, standardisierten Skalen entwickelt werden. Die Situation des Interviews lebt von der Subjektivität des Interviewees, sei es mit Verzerrungen, oder ohne. Auch in der Literatur gibt es keine Vorschläge, wie sich dieser Effekt vermeiden oder kontrollieren ließe. Wenn ein Befragter grundsätzlich „lügt“, dann gibt es keine Möglichkeiten für den Forscher dies überhaupt herauszufinden. Es sei denn, der Interviewer bemerkt Unstimmigkeiten in den Antworten. Doch selbst dann lässt sich der Effekt nur vermuten. Somit ist es mit Hilfe von Skype-Interviews theoretisch nicht möglich, den Effekt der sozialen Erwünschtheit zu vermeiden, jedenfalls nicht besser als bei Face-to-Face-Befragungen.

3.5 Qualitätsmerkmale eines Interviews

Im folgenden Kapitel werden einzelne Qualitätsmerkmale vorgeschlagen und definiert, mit deren Hilfe die Qualität von Skype-Interviews in dieser Arbeit analysiert werden kann. Es gibt verschiedenste Faktoren, welche Einfluss auf die Qualität der Datenerhebung ausüben. In der quantitativen Forschung gibt es zahlreiche Methoden und statistische Verfahren, um unter anderem die Validität, Reliabilität oder soziale Erwünschtheit zu testen und somit die Qualität eines Forschungsdesigns beurteilen zu können. So kann beispielsweise mit der Faktorenanalyse oder der Trennschärfekorrelation ausgesagt werden, ob die durchgeführte Messung gut für das jeweilige Vorhaben geeignet ist oder nicht. Eine solche Vorgehensweise ist in der qualitativen Forschung aufgrund der fehlenden Standardisierung nicht machbar. Aus diesem Grund müssen im Vorfeld bestimmte Kriterien festgelegt werden, die für die Beurteilung der Qualität herangezogen werden sollen. Diese Kriterien dienen im späteren Verlauf der Arbeit gleichzeitig als Kategorien, anhand derer die inhaltsanalytischen Auswertungen deduktiv vorgenommen werden.

3.5.1 Response-, und Abbruchrate

Die Responserate beschreibt die Anzahl von Studienteilnehmern in Relation zu den Personen, welche für die Studie kontaktiert wurden. Ist die Responserate hoch, so kann davon ausgegangen werden, dass die Teilnahme an der Untersuchung in irgendeiner Form attraktiv auf die Respondenten wirkte. Die Responserate kann von mehreren Faktoren abhängen: Beispielsweise von dem Thema des Interviews, dem Angebot eines Incentives oder des angebotenen Interviewdesigns. Meist ist das Ziel des Forschers, im Vorfeld eine möglichst hohe Responserate zu erreichen. Was „hoch“ in dem Fall bedeutet, muss im Vorfeld festgelegt werden. Das Gegenteil zur „Responserate“ stellt der „Nonresponse“ dar. Dieser wird unterschieden in Unit-Nonresponse (welcher eine Verweigerung einer kompletten Befragung bedeutet) und in den Item-Nonresponse (beschreibt die Verweigerung einzelner Fragen, beziehungsweise Items) (vgl. Schnell et al. 2008).

Allgemein sorgt Nonresponse für eine Verminderung an Datenmaterial, welcher sich negativ auf die Datenqualität auswirken kann, wenn dieser zu hoch ist. Der gleiche Effekt tritt bei Interviewabbrüchen auf. Durch die freiwillige Teilnahme an Interviews ist auch ein Abbruch jederzeit möglich. Abbrüche bedeuten, dass das Interview zu Beginn ansprechend auf den Interviewee wirkte, weswegen einer Teilnahme zugestimmt wurde. Anschließend muss es Faktoren gegeben haben, welcher ein Fortfahren des Interviews hinderten, sei es durch unangenehme Fragen oder Themen, durch Antipathie dem Interviewer gegenüber oder sonstige persönliche Entscheidungen.

Grundsätzlich kann bei Nonresponse und Abbrüchen ein weiteres Problem auftreten, und

zwar wenn sich die Nonrespondenten und Abbrecher grundsätzlich von den Teilnehmern unterscheiden. Durch einen solchen Bias können verzerrte Daten entstehen, welche im Endeffekt nicht (vollständig) die Realität abbilden. Melden sich beispielsweise auf eine Studie bezüglich Familienplanung ausschließlich Frauen, so fehlt am Ende die Perspektive der Männer auf das Thema, welche sich theoretisch bedeutend von der weiblichen Sichtweise unterscheiden könnte.

3.5.2 Rapport

Aus dem Englischen übersetzt bedeutet Rapport „Übereinstimmung“, „enge Beziehung“ sowie „harmonisches Verhältnis“. Da jedes Interview eine soziale Situation ist, welche so natürlich wie möglich ablaufen sollte, ist es von besonderer Wichtigkeit ein gutes Verhältnis zwischen Interviewer und Interviewee aufzubauen. Häufig stellt ein fremder Interviewer dem Befragten private Fragen zu Einstellungen, Erfahrungen oder sonstigen Themen. Diesbezüglich ist es sinnvoll, sich als Interviewer im Vorfeld um eine positive Beziehung zum Interviewee zu bemühen und eine Vertrauensbasis zu schaffen, damit dieser sich folglich in der eher ungewöhnlichen Situation wohl fühlt und somit bereit ist, auf die gestellten Fragen (ausführlich) zu antworten. Der Aufbau eines Rapports kann sich durchaus unterschiedlich gestalten, abhängig von der jeweiligen Zielgruppe. Die klassischen Höflichkeitsnormen sind hierbei dennoch stets die Basis.

In einem klassischen Face-to-Face-Interview beginnt der Rapport-Aufbau bereits vor dem eigentlichen Interview. Interviewer und Interviewee begrüßen sich beispielsweise in einem Empfangsraum, geben sich einen Handschlag oder der Interviewer bietet ein Getränk an etc. All diese Dinge helfen bereits, einen „guten ersten Eindruck“ entstehen zu lassen (vgl. Evans et al. 2008). Auch Sabina Misoch (2015) erwähnt die enorme Wichtigkeit einer intensiven Beziehung zwischen den Kommunizierenden, „[...] um dadurch eine möglichst gute Interviewatmosphäre herzustellen, sodass tiefe, aussagekräftige und authentische Daten erhoben werden können.“ (Misoch 2015: 200) Die kurzzeitige soziale Beziehung zwischen Interviewee und Interviewer bedeutet darüber hinaus, dass die Interaktionspartner beim Kommunizieren kooperieren und sich am Gegenüber orientieren. Es spricht also für einen besseren Rapport, umso mehr sich die Beteiligten aufeinander beziehen und ein fließender Gesprächsfluss entsteht (vgl. Misoch 2015). Paul Ryan und Tony Dundon (2008) haben die Rapport-Entwicklung in einem Interview in fünf Stufen¹⁵ eingeteilt und damit gezeigt, dass es notwendig ist, den Rapport durchgängig aufrecht zu erhalten, um hochwertige und bedeutungsvolle Daten zu sammeln (selbst nach dem eigentlichen Interview). Wie der Rapport in einer Video-Unter-

¹⁵Die einzelnen Stufen sollen an dieser Stelle kurz erwähnt, jedoch nicht näher ausgeführt werden: (1) Eröffnung des Interviews; (2) Gemeinsamkeiten finden (zwischen Interviewer und Interviewee); (3) Empathie-Aufbau; (4) Rapport-Einbettung und (5) Interview-Schließung (vgl. Ryan und Dundon 2008).

haltung, ohne körperlichen Kontakt, aufgebaut und konstant gehalten werden kann, kann an dieser Stelle noch nicht gesagt werden. Dazu werden schließlich die hier gesammelten Erfahrungen durch die Skype-Interviews herangezogen. Der Rapport-Zustand ist im Kontext einer qualitativen Untersuchung maßgeblich erforderlich und wird unter anderem auch von dem Setting des Interviews beeinflusst.

3.5.3 Setting

„Jede Befragung stellt eine soziale Situation dar. Dazu gehören nicht nur die Menschen, die miteinander sprechen, sondern auch die jeweilige Umgebung. [...] Wahrnehmungen aller Art beeinflussen Verhalten und verbale Reaktion.“ (Atteslander 2003: 123) Dass das jeweilige Setting eines Interviews einen Einfluss auf die Daten hat, wurde bereits schon des Öfteren in Vergleichsstudien getestet. Elwood und Martin (2000) fanden beispielsweise heraus, dass freiwillige Helfer in ihrem privaten Zuhause weniger selbstbewusst auftraten als an dem Ort, an dem die Befragten ihren freiwilligen Dienst nachgehen. Begründet wurde dies mit den jeweiligen Identitäten: Am Ort des Freiwilligendienstes wird die Rolle des „tüchtigen Freiwilligen“ eher demonstriert. Zuhause rückt dagegen eher die private Rolle in den Vordergrund. Menschen passen sich an ihr soziales Umfeld an. Somit sind gegebene Antworten, beispielsweise Meinungen und Einstellungen, abhängig von dem Setting, weswegen dieser Punkt in der Analyse von Daten unter keinen Umständen zu vernachlässigen ist. Wie bereits schon des Öfteren erwähnt, werden bei qualitativen Interviews natürliche Umgebungen angestrebt. Diese sorgen dafür, dass sich die Befragten zu einem bestimmten Thema eher öffnen und dem Interviewer tiefere Einblicke in ihr Inneres gewähren. An Orten, die dem Interviewee fremd sind, besteht die Gefahr der Unsicherheit und des Unwohlseins. Diese negativen Gefühle können sich auf das Antwortverhalten übertragen und somit die Datenqualität gefährden. Um dieses Risiko zu umgehen und das volle Potenzial des Interviews ausschöpfen zu können, werden – für den Interviewee – vertraute Umgebungen bevorzugt (vgl. Misoch 2015). Liegt das Forschungsinteresse bei sehr sensiblen Themen, wird direkt von Adler und Adler (2003) empfohlen, das Interview in der Wohnung des Befragten durchzuführen, „[...] denn die eigene Wohnstatt ist für die Interviewten ein Ort der Geborgenheit und des Geschütztseins.“ (Misoch 2015: 209) Ganz banal bedeutet dies: Private und emotionale Gesprächsthemen möchten Interviewees ebenfalls am ehesten in einem privaten, ungestörten Umfeld besprechen.

Der nächste Punkt „Selbstdarstellung“ ist unmittelbar mit dem gerade beschriebenen Setting verknüpft. Je nach Umfeld stellen sich Individuen unterschiedlich dar.

3.5.4 Selbstdarstellung des Interviewten

Wie sich Menschen im Alltag oder in einer Interviewsituation darstellen, ist davon abhängig,

in welcher sozialen Umgebung sie sich befinden. Dahingehend sollen zwei Theorien vorgeschlagen werden, welche sich mit dem Thema „Selbstdarstellung“ befassen.

(1) Die klassische Theorie zu diesem Thema ist die Rollentheorie von Erving Goffman aus dem Jahre 1959 und bezieht sich speziell auf den Alltag von Personen. In seinem Buch „Wir alle spielen Theater“ thematisiert Goffman die alltägliche Darstellung von Individuen mit dem Vokabular eines Theaters. Das Individuum, beziehungsweise der Darsteller, besitzt unterschiedliche Rollen, die in verschiedenen Situationen zum Vorschein kommen. Diese Situationen werden genauestens von dem Darsteller „inspiziert“ und definiert, um sich angemessen anpassen zu können. Während der Situationsdefinition werden vor allem die weiteren anwesenden Teilnehmer, sprich Interaktionspartner, analysiert. Jeder Akteur sendet Informationen in Form einer „Rolle“ – durch beispielsweise verbale Äußerungen oder äußerliche Erscheinungsmerkmale – die ein Gegenüber empfängt und interpretiert. „[...] [S]ie geben Zeichen, welche Art von Situation sie unterstellen, welche Identität sie sich unterstellen, welche Identität sie anderen unterstellen.“ (Dellwing 2014: 74) Diese gegenseitige Rollenanalyse – oder auch „-unterstellung“ – bestimmt die Richtung der jeweiligen Situation. Sind die jeweiligen Ansprüche der Akteure deckungsgleich, so spricht Goffman (2003) von einer „Arbeitsübereinstimmung“¹⁶. Folglich ist die Situation für die anwesenden Teilnehmer gleichermaßen definiert. Abhängig von der Person und dem Ort ergeben die Situationsanalysen verschiedene Interaktionen, wie Goffman (2003) an dieser Stelle beispielhaft beschreibt:

„So zeigen zwei Freunde beim gemeinsamen Mittagessen gegenseitige Zuneigung, Respekt und Sorge um den anderen. Im Dienstleistungsgewerbe erweckt dagegen der Fachmann häufig den Anschein, als sei er uneigennützig um die Probleme des Kunden besorgt, worauf der Kunde mit Respekt vor der Fähigkeit und Integrität des Fachmannes antwortet.“ (Goffman 2003: 13)

Beide Beispiele veranschaulichen Goffmans (2003) Prinzip von „Arbeitsübereinstimmung“. Zusätzlich unterscheidet er zwei verschiedene Orte, an denen interagiert wird: Die Vorderbühne und die Hinterbühne. „Vorderbühne“ versteht Goffman (2003) als denjenigen Ort, an dem ein Akteur vermittelt, dass er sich an die bestehenden Normen des Feldes hält. Hier gibt es ein Publikum, welches die aktuelle Rolle des Darstellenden anerkennen muss. Die Rolle des Darstellers äußert sich auf zwei verschiedene Art und Weisen: Zum einen durch *Höflichkeitsregeln*, welche direkt auf das Publikum gerichtet sind. Wie ein Darsteller also mit seinem Gegenüber spricht und gestikuliert fällt unter diese Rubrik. Zum anderen äußert sich eine Rolle durch seinen *Anstand* – Goffmans (2003) Beschreibung von Verhalten, welches sich nicht direkt auf andere Akteure bezieht, aber dennoch von einem Publikum wahrgenommen wird. Diese Auftrittformen sollen – in der Regel – dem Publikum verdeutlichen, dass der Ak-

¹⁶Der originale Ausdruck, welcher häufiger in der Literatur zu finden ist, lautet „working consensus“.

teur die Situation richtig „verstanden“ hat und sich angemessen einfügt. Bei Verhalten, welches vom Publikum nicht anerkannt wird (keine Arbeitsübereinstimmung), drohen formelle oder informelle negative Sanktionen. Die „Hinterbühne“ ist dagegen der Ort, an dem ein Akteur kein Publikum erwartet. Es ist der Ort, an dem sich der Darsteller verhalten, kleiden, äußern oder darstellen darf, ohne sich an die Ansprüche und Erwartungen von anderen Personen halten zu müssen und folglich ohne negative Sanktionen aufgrund seines Auftretens erwarten zu müssen. „Hier kann sich der Darsteller entspannen; er kann die Maske fallen lassen, vom Textbuch abweichen und aus der Rolle fallen.“ (Goffman 2003: 104-105) Goffman (2003) geht davon aus, dass ein Individuum seine verschiedenen Rollen auf der Hinterbühne für sich konzipiert, einstudiert und trainiert. Die Hinterbühne ist somit ein Ort, an dem die eigentliche Persönlichkeit zum Vorschein tritt und sich für die Vorderbühne vorbereitet wird. Als klassisches Beispiel sind hier die eigenen vier Wände zu nennen¹⁷. Wobei es wichtig ist zu erwähnen, dass Vorder-, und Hinterbühne nicht immer eindeutig zu trennen sind. Überlappungen sind durchaus möglich.

Übertragen auf eine Face-to-Face-Interviewsituation lässt sich dies (aus Sicht des Interviewees) folgendermaßen beschreiben: Wenn der Interviewee (Darsteller) die Räumlichkeit des Interviewortes – beispielsweise ein Büroraum an einer Universität – betritt, so wird dieser Ort analysiert und eine Situation definiert. Der erste Eindruck von dem Interviewer hat erheblichen Einfluss auf die Situationsdefinition des Interviewees. Die Informationen, welcher ein Interviewer „ausstrahlt“, vergleicht der Interviewee mit bereits bekannten Kategorisierungen und Typisierungen und stimmt sich somit auf eine bestimmte Rolle ein, die zur Interviewsituation passt. Dementsprechend ändert der Befragte möglicherweise sein Auftreten oder Sprachstil, im Vergleich gegenüber anderen Situationen (zum Beispiel ein Treffen mit Freunden). Der gleiche Prozess findet auch beim Interviewer statt. Findet anschließend eine Arbeitsübereinstimmung statt, haben beide Interaktionsteilnehmer dieselben Erwartungen und Ansprüche aneinander und können infolgedessen ein vielversprechendes Interview miteinander führen. Die Problematik ist an dieser Stelle der Bezug von Vorder-, und Hinterbühne. Der Interviewer verfolgt meist das Ziel, möglichst nah an Informationen der Hinterbühne zu gelangen, wobei sich der Interviewee auf der Vorderbühne bewegt. Die Aufgabe des Interviewers besteht somit zu einem großen Teil daraus, gezielt vertrauenswürdige Informationen an den Interviewee zu senden (durch unter anderem das Interviewsetting, die Körpersprache, den Sprachstil und die äußerliche Erscheinung), um eine Situation schaffen zu können, welche den Interviewee dazu bringt, möglichst tief und privat über ein bestimmtes Thema zu sprechen, sprich Inhalte seiner Hinterbühne auf die Vorderbühne zu verlagern.

¹⁷ Auch das eigene Zuhause kann Teil einer Vorderbühne sein, wenn beispielsweise Gäste zu Besuch sind. Diese bilden dann ein Publikum, welches wiederum Ansprüche an das Verhalten des Akteurs stellt, usw.

Da sich in der vorliegenden Arbeit auf ein Interviewdesign bezogen wird, welches durch das Internet mediiert wird, soll ebenfalls kurz auf Selbstdarstellung von Menschen im Internet eingegangen werden. Hierzu hat John A. Bargh et al. (2002) einige Experimente durchgeführt. Sein Hauptanliegen war es, zu überprüfen, wie Personen, welche online miteinander kommunizieren, eine Beziehung zueinander aufbauen im Vergleich zu einer alltäglichen Face-to-Face-Situation. Da diese Untersuchung bereits etwas länger zurückliegt, und damals Videotelefonie eine Seltenheit darstellte, befassten sich Bargh et al. (2002) mit dem Beziehungsaufbau von Personen durch non-visuellen Kontakt in Chatrooms. Die Autoren gehen – unter anderem angelehnt an Goffman (2003) – davon aus, dass ein Individuum mehrere Persönlichkeiten besitzt, sowie ein „wahres Ich“, welches einer fremden Person in der Regel nicht sofort offenbart wird¹⁸. Ihre Annahme besteht darin zu sagen, dass eine Kommunikation per Chat schneller zum „wahren Ich“ einer Person führt, als physischer Kontakt. Durch verschiedene Experimente, bei denen eine Chat- und eine Face-to-Face-Gruppe verglichen wurden, konnten Bargh et al. (2002) ihre Annahme bestätigen.

Ein enger und intimer Beziehungsaufbau wird – den Ergebnissen zufolge – schneller durch Online-Kommunikation erreicht. Dieses Ergebnis wird hauptsächlich auf die erhöhte *Anonymität* im Internet zurückgeführt: Ein Akteur kann sich frei von Erwartungen und Zwängen verhalten und hat zusätzlich ein geringeres Risiko, soziale Sanktionen zu erfahren. Folglich ist es möglich, sich anders als beispielsweise in Face-to-Face-Situationen zu verhalten, möglicherweise offener, direkter und somit intimer. Eine Freundschaftsbeziehung kann infolgedessen binnen kurzer Zeit entstehen. Warum sie ihr „wahres Ich“ online schneller zeigen, hat laut den Autoren noch einen weiteren Grund: „For one thing, we have a real need to have others see us as we see ourselves.“ (Bargh et al. 2002: 36) Der innere Drang nach Anerkennung in Verbindung mit der geringeren negativen Sanktionswahrscheinlichkeit bringt Personen leichter dazu, sich Fremden gegenüber zu öffnen¹⁹.

Ob sich diese Theorie der Selbstdarstellung auf eine Interviewsituation übertragen lässt, ist in der späteren Analyse zu hinterfragen. Schließlich ist bei einem Skype-Interview das zen-

18 Die Annahme eines „wahren Ichs“ haben die Autoren von dem Psychologen und Psychotherapeuten Carl Rogers (1951) übernommen, der sein Konzept anhand Therapiepatienten beschreibt. Er bezeichnet es als einen Zustand, der in jedem Menschen existiert, jedoch nur in bestimmten Fällen zum Vorschein kommt. Es ist sogar möglich, sein eigenes „wahres Ich“ selbst nicht zu kennen. Dann, so Rogers (1951), befriedigt es die Person, dieses mehr und mehr zu entdecken und kennenzulernen.

Grob verglichen mit Goffman (2003) wäre dieses „wahre Ich“ der Zustand einer Person auf der Hinterbühne.

19 Dieser Effekt zieht im Übrigen ein weiteres Ergebnis aus Barghs et al. (2002) Experimenten mit sich: Die Probanden, die online miteinander kommuniziert haben, fanden sich nach einem zehnminütigen Gespräch gegenseitig sympathischer, als die Personen aus der Kontrollgruppe. Dieses Ergebnis ist auch bezüglich des Rapportaufbaus, welcher bereits beschrieben wurde, interessant.

trale Merkmal die Videobild-Übertragung, welche einen enormen Einfluss auf die eben erwähnte Anonymität ausübt und somit die Interviewsituation – eventuell – näher an der Face-to-Face-Situation positioniert ist als an einer Chat-Kommunikation.

Das Thema der „Selbstdarstellung“ ist unmittelbar mit den Effekten der sozialen Erwünschtheit und sozialen Entkontextualisierung verbunden und kann diese hervorrufen.

3.5.5 Soziale Erwünschtheit und soziale Entkontextualisierung

Der *Effekt der sozialen Erwünschtheit* ist bereits seit langem in der empirischen Sozialforschung bekannt. Es handelt sich hierbei um einen Verzerrungseffekt, verursacht durch den Interviewee. Diese neigen in Interviewsituationen dazu, Informationen über sich und ihre Person – inklusive deren Einstellungen, Meinungen sowie erbrachte Leistungen – positiver darzustellen, als es in Wahrheit der Fall ist (vgl. Mummendey 1995). Besonders bei heiklen Themen, wie in etwa Sexualverhalten, Drogenkonsum oder Kriminalverhalten, antworten Interviewees häufig sozial erwünscht. Dieser Effekt tritt wahrscheinlich häufig in der Sozialforschung auf, ist jedoch in den meisten Fällen nicht erkennbar. Während in der quantitativen Forschung bereits Skalen für das Erfassen sozialer Erwünschtheit konstruiert wurden (beispielsweise die Marlowe-Crowne-Skala), ist dies in einem qualitativen Interview – aufgrund der fehlenden Standardisierung – weniger leicht umzusetzen. In einem Gespräch mit einer anderen Person geht man grundsätzlich von der Einhaltung der Konversationsnormen aus, zu denen auch der Wahrheitsanspruch gehört. In der Regel unterstellt man seinem Gegenüber nicht ohne Weiteres eine Lüge. Wobei der Effekt der sozialen Erwünschtheit nach Mummendey (1995) nicht unbedingt einer Lüge gleichzusetzen ist. Denn eine Lüge beinhaltet die Eigenschaft einer bewussten Täuschung. Die Beschönigungstendenz im Falle der sozialen Erwünschtheit „[...] kann selbstverständlich ungewollt, routinemäßig und gleichsam automatisch erfolgen.“ (Mummendey 1995: 120) Je nach (um in Goffmans Worten zu bleiben) Publikum und Situation verhält sich ein Akteur unterschiedlich sozial erwünscht. So kann ein Befragter seine Antworten nicht unbedingt beschönigen, sondern gleichermaßen in ein negatives Licht rücken, um beispielsweise einen hilfsbedürftigen Eindruck zu vermitteln und soziale Vorteile zu erlangen (vgl. Mummendey 1995). Dennoch sind sozial erwünschte Angaben einer Untersuchungsperson, sei es in einem Interview oder in einer schriftlichen Umfrage, problematisch. Das Ziel, wahrheitsgemäße Informationen zu erlangen, wird mit falschen Aussagen von Untersuchungspersonen gefährdet. Macht ein Proband eine nicht wahrheitsgemäße Aussage über sein Verhalten (zum Beispiel Kriminalverhalten), so werden am Ende nicht korrekte Ergebnisse veröffentlicht, was wiederum unerwünschte Folgen nach sich ziehen könnte, etc. In qualitativen Interviews ist es kaum möglich, sozial erwünschtes Verhalten im Nachhinein zu erkennen. Hier werden vielmehr Techniken angewendet, die im Vorfeld das

Auftreten des Effektes versuchen zu vermindern: Durch *Neutrale Frageformulierungen* wird beispielsweise versucht, bereits wertbesetzte Begriffe zu neutralisieren und somit weniger empfänglich für verzerrte Angaben zu machen. Auch das Verwenden von *Suggestivfragen* (welche normalerweise vermieden werden sollten) wird vorgeschlagen; so kann den Probanden normabweichendes Verhalten als anerkanntes vermittelt werden (vgl. Diekmann 2010). Mit dieser Technik erhoffen sich Interviewer und Forscher ein ehrlicheres Antwortverhalten²⁰. Bei einer weiteren Technik „[...] wird der Befragte gebeten, die Antwort in einem *Kuvert* zu verschließen und dieses dem Interviewer zu überreichen.“ (Diekmann 2010: 450) So ist am Ende keine Zuordnung von Antwort und Frage mehr möglich. Es gibt noch weitere Methoden, den Effekt der sozialen Erwünschtheit zu entgehen, diese bisher genannten sind jedoch die gängigsten und sollen deshalb an dieser Stelle ausreichen.

Theorien, die den Effekt der sozialen Erwünschtheit versuchen zu erklären, existieren es bereits seit circa 50 Jahren. Die erste aufgestellte Theorie von Marlowe und Crowne (1964) ist sehr überschaubar. Sie beschreiben den Effekt der sozialen Erwünschtheit mit Hilfe von zwei unabhängigen Variablen, welche sich auf die abhängige (soziale Erwünschtheit) auswirken. Die unabhängigen Variablen sind hierbei das (1) Bedürfnis nach Anerkennung und die (2) Erwartung, dass Anerkennung durch kulturell akzeptable Verhaltensweisen erlangt werden kann (vgl. Marlowe und Crowne 1964; Hartmann 1991). Diese zwei Faktoren sind nach Marlowe und Crowne (1964) verantwortlich für die Entstehung sozialer Erwünschtheit. Die Autoren beschreiben die unabhängigen Variablen als multiplikativ verknüpft, weswegen beide Zustände für die Entstehung sozialer Erwünschtheit auftreten müssen. Wobei der Schwerpunkt auf das (1) Bedürfnis nach Anerkennung gelegt wird und dieser Punkt im gesamten Modell den maßgeblichen Einfluss auf die soziale Erwünschtheit ausübt (vgl. Hartmann 1991). Hartmann (1991) bemängelt an der Theorie die fehlende Annahme, „[...] daß ein Individuum sich in der Regel zwischen mehreren Handlungsalternativen zu entscheiden hat und damit gezwungen ist, zwischen diesen Alternativen abzuwägen.“ (Hartmann 1991: 126)

Den etwas aktuelleren Ansatz bietet die Rational-Choice-Theorie, welche die eben genannte Kritik mit aufnimmt. Ganz allgemein hat diese die Annahme, dass ein Mensch grundsätzlich rational handelt und seine Handlungen abhängig von dem Verhältnis von Kosten und Nutzen macht. Kosten sind demnach der erforderliche Aufwand, den eine Person in einer bestimmten Situation aufbringen muss. Damit sind eher negative Konsequenzen assoziiert, wie beispielsweise die Angst vor der ungewohnten Interviewsituation (schließlich soll dort viel vom Inneren preisgegeben werden), dem aufzubringenden Zeitaufwand, sowie die Angst vor negativen (informellen) Sanktionen, welche bei einer Interviewverweigerung oder einem Ab-

²⁰ Ein Beispiel für diese Technik wäre: „«Viele Menschen lassen gelegentlich in einem Geschäft etwas mitgehen, ohne die Ware zu bezahlen. Ist das bei Ihnen auch schon einmal im Zeitraum der letzten zwölf Monate vorgekommen?»“ (Diekmann 2010: 449)

bruch auftreten könnten. Der Gewinn, beziehungsweise Nutzen, besteht dagegen aus positiven Erfahrungen. Dazu gehört zum Beispiel ein Incentive, das gute Gefühl Teil einer Studie zu sein oder die Befriedigung des persönlichen Gesprächsbedürfnisses und der Neugier (vgl. Weischer 2015). Auch soziale Anerkennung und das Vermeiden jeder negativen Situation, also auch das Vermeiden weiterer Kosten, gehört zum Nutzen (vgl. Hartmann 1991). Jede neue Situation, die auf eine Person wirkt, wird demnach eingeschätzt in absehbare Kosten und Nutzen. Je nach vorhersagbarem Gesamtnutzen entscheidet sich der rationale Mensch für seine Handlungsalternativen. Esser (1986) spricht dazu von „[...] der Handlung mit dem höchsten Netto-Nutzen bzw. den geringsten Netto-Kosten [...]“ (Esser 1986: 322)

Das Offenbaren von privaten, eventuell heiklen und unangenehmen Informationen zählt demnach zu den aufzubringenden Kosten eines Individuums. Der rationale Befragte möchte jedoch einen möglichst hohen Nutzen (soziale Anerkennung) im Vergleich zu den Kosten (negative Konsequenzen) (vgl. Stocké 2004). Die Angst vor negativen Folgen hat laut Rational-Choice-Theorie zwei Voraussetzungen: „[...] [E]rstens [...], dass die Befragten eine Sanktionierung ihres Antwortverhaltens prinzipiell für möglich halten. Und zweitens, dass die in der konkreten Befragungssituation gültigen Bewertungskriterien hinreichend klar bekannt sind.“ (Stocké 2004: 305)

Tritt nun also der Fall ein, dass die Angst vor negativen Konsequenzen (Kosten) höher für den Befragten sind als der Nutzen, so wirkt sich dieses auf dessen Motivation und Antwortverhalten aus. Beschönigungen entstehen (Abbau der Kosten), welche besser zur konkreten Befragungssituation passen (Steigerung des Nutzens) und die (vorstellbaren) negativen Konsequenzen vermeiden. So entsteht, aus Sicht der Rational-Choice-Theorie, der Effekt der sozialen Erwünschtheit.

Ein Faktor, welche die soziale Erwünschtheit ebenfalls maßgeblich beeinflusst ist die Anonymität:

„Ob die Befragten Konsequenzen ihres Antwortverhaltens erwarten, ergibt sich aus der [...] Anonymität der Antwortsituation. Bei eingeschränkter *Anonymität* halten die Befragten eine Identifizierung und Sanktionierung ihrer Angaben zu einem späteren Zeitpunkt für möglich. Mit solchen Befürchtungen und entsprechenden Auswirkungen auf das Antwortverhalten ist primär bei Befragungsthemen mit strafrechtlichem Sanktionspotential zu rechnen.“ (Stocké 2004: 305)

Ein Effekt, der ähnlich der sozialen Erwünschtheit ist, jedoch in eine andere Richtung verläuft, ist der *Effekt der sozialen Entkontextualisierung*. Dieses Phänomen tritt maßgeblich in Online-Befragungen²¹ auf und erzeugt ebenfalls eine Verzerrung der Daten durch unwahre Aussagen der Interviewees. Bei beiden Effekten (soziale Erwünschtheit sowie soziale Ent-

²¹ Gemeint sind an dieser Stelle eher klassische, quantitative Online-Surveys. Es gibt in der bisherigen Literatur noch keinen Bezug zu Skype-Interviews.

kontextualisierung) liegt der Ursprung in der übermäßigen Orientierung des Interviewees an den umliegenden gesellschaftlichen Maßstäben (vgl. Taddicken 2009), wobei sich dies unterschiedlich äußert. Während bei der sozialen Erwünschtheit bestehende Normen intensiver in den Mittelpunkt des Befragten rücken und somit stärker beachtet werden als in seinem Alltag, tritt bei der sozialen Entkontextualisierung das Gegenteil auf.

Die Grundannahmen sind der verminderte Informationsfluss (im Vergleich zu einer Face-to-Face-Situation), sowie die erhöhte Anonymität der Befragten im Internet. Dadurch entsteht der Effekt, bei dem die gemeinsame Kontextbildung einer Befragungssituation erschwert wird. Die Situation wird durch fehlende visuelle und auditive Informationen anders gedeutet, als dies in einer persönlichen Gegenüberstellung geschehen würde. Aus diesem Grund, nämlich dass die Kommunikationssituation online anders gedeutet wird, kann es zu der Folge kommen, dass umliegende Werte und Normen eben maßgeblich weniger beachtet werden, als es im eigentlichen Alltag der Fall wäre.

Empirisch untersucht wurde dieser Effekt von Monika Taddicken (2009) auf quantitative Art und Weise. Sie verglich hierbei mehrere Befragungsmodi (postalisch, online und telefonisch) bezüglich der sozialen Norm „Ablehnung von Ladendiebstählen“. Die Autorin konnte mit Hilfe ihrer Ergebnisse bestätigen, „[...] dass Probanden in einer Web-Befragung tatsächlich weniger an der sozialen Norm ‚Ablehnung von Ladendiebstahl‘ orientiert geantwortet haben als in einer telefonischen oder postalischen Befragung.“ (Taddicken 2009: 86) Eine weitere mögliche Herleitung des Ergebnisses ist die fehlende Präsenz des Interviewers in klassischen Online-Surveys. Durch diese Gegebenheit wird der Aufmerksamkeitsfokus verlegt. Während sich eine Person bei einer physischen Gegenüberstellung eher auf den Kommunikationspartner konzentriert, so bezieht sich ein Interviewee – welcher ein Online-Survey gegebenenfalls allein zu Hause beantwortet – ohne Gesprächspartner eher auf sich selbst; eine stärkere Ich-Bezogenheit entsteht (vgl. Sproull & Kiesler 1986) und gesellschaftliche Normen rücken in den Hintergrund.

Vorgestellt wurde ein Effekt, welcher typischerweise in Face-to-Face-Befragungen auftritt, sowie ein Effekt, welcher üblicherweise bei Online-Surveys eine Rolle spielt. Wie so oft beschrieben, soll ein Skype-Interview diese beiden Ebenen miteinander verknüpfen. Aus diesem Grund ist es in späteren Kapiteln zu hinterfragen, ob die Effekte der sozialen Erwünschtheit und Entkontextualisierung auch bei Skype-Interviews auftreten.

Wie bereits schon erwähnt wurde, ist womöglich der einflussreichste Faktor der beiden Effekte die in der Befragungssituation herrschende „Anonymität“. Diese wird nun anschließend beschrieben.

3.5.6 Anonymität

Was unter Anonymität zu verstehen ist, ist abhängig von den fließenden Informationen einer Person während einer Kommunikation. Strahlt ein Individuum viele Informationen über sich aus, so sinkt die Anonymität. Die Anonymität ist somit gleichzusetzen mit einem relativ geringen Informationsaustausch mit einem Interaktionspartner. Informationen werden über verschiedene Kanäle während einer Kommunikationssituation ausgetauscht. Diese Anzahl der Kanäle ist abhängig von der jeweils gewählten Kommunikationssituation: Sind (mindestens) zwei Kommunikationspartner an einem Ort anwesend und beginnen eine Konversation, so erfährt jeder Einzelne die Kommunikation theoretisch mit allen fünf Sinnen: „So bestehen neben dem inhaltlichen Textkanal weiterhin ein visueller Kanal, ein auditiver, taktile, olfaktorischer Kanal sowie gustatorischer Kanal.“ (Taddicken 2009: 88) Über all diese Wege ist es prinzipiell möglich, Informationen mit seinem Gegenüber auszutauschen. Ändert sich nun das persönliche Gespräch in beispielsweise ein Telefongespräch, so entfallen – bis auf den auditiven – alle Kanäle. Somit werden weniger Informationen zwischen den Gesprächspartnern ausgetauscht; die Konversation ist – unabhängig vom Inhalt – anonym. Wichtig ist an dieser Stelle die Erwähnung, dass zwischen objektiver und subjektiver Anonymität unterschieden werden muss. Egal wie objektiv anonym ein Befragter sein mag (zum Beispiel durch das Zählen der Kommunikationskanäle), seine subjektive Wahrnehmung kann sich durchaus von der objektiven Einschätzung unterscheiden. Wichtig für die Qualität eines Interviews ist immer die subjektive Anonymitätswahrnehmung (vgl. Taddicken 2009).

Des Weiteren wird die Anonymität durch die Anwesenheit Dritter beeinflusst. Je mehr potenzielle Kommunikationsempfänger anwesend sind (in dem Moment des Gesprächs oder auch in der Zukunft²²), desto eher sinkt die subjektive Anonymitätswahrnehmung. Da bei qualitativen Interviews ein hoher Informationsgehalt gewünscht ist, gefährdet dies die Qualität der gegebenen Antworten. Sie sind somit inhaltlich weniger wertvoll und beinhalten folglich weniger Informationen.

Die Bedeutung von Anonymität im Interview ist ambivalent: Zum einen kann es ein enormer Vorteil bei der Beantwortung von sensiblen Fragen sein. Bei erhöhter Anonymität steigt in der Regel die Bereitschaft, heikle und sensible Fragen zu beantworten. Zum anderen wünscht ein Forscher ebenfalls einen möglichst hohen Rapport (vertrauenswürdige Beziehung), welcher wiederum von hoher Anonymität gefährdet ist. Es muss – je nach Thema – ein geeigneter Mittelweg gefunden werden.

²² Damit soll die potenzielle Informationsvermittlung zu einem späteren Zeitpunkt gemeint sein. Beispielsweise wenn Interviewaussagen eines Interviewees nicht anonymisiert veröffentlicht werden und somit die Informationen nicht im Augenblick des Interviews, sondern versetzt, weitergegeben werden.

3.5.7 Aufzubringender Aufwand

An dieser Stelle soll sich kurz mit dem notwendigen Aufwand und dem dementsprechenden Kosten-Nutzen-Verhältnis von Interviews beschäftigt werden. Die hier zu stellende Frage lautet: „Lohnt sich der Aufwand im Vergleich zu den gewonnenen Daten?“ In der Sozialforschung sind nicht zu selten die Ressourcen knapp kalkuliert, worunter jedoch nicht die Qualität der erhobenen Daten leiden darf. Klassische Face-to-Face-Befragungen haben – wie bereits erwähnt – einen recht hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand im Vergleich zu anderen Befragungsmodi. Interviewer müssen geschult, eingestellt und entlohnt werden; Erstkontakte werden eventuell postalisch durchgeführt; Reisekosten fallen an; ein Diktiergerät oder gegebenenfalls eine Kamera müssen organisiert und vor Ort installiert werden; Incentives werden vergeben; etc. Da das klassische persönliche Interview in der qualitativen Sozialforschung als besonders hochwertig angesehen wird, ist an dieser Stelle das Kosten-Nutzen-Verhältnis einigermaßen ausgeglichen: Zwar muss ein extrem hoher Aufwand aufgebracht werden, jedoch wird man mit wertvollen Daten „belohnt“. Dennoch wäre es von Vorteil, Daten in gleicher Qualität auf andere Art und Weise zu erheben, womit Ressourcen gespart werden können. So würde sich das Kosten-Nutzen-Verhältnis des Interviews zugunsten der Forscher anpassen. Aus diesem Grund ist es ebenfalls von Interesse, den jeweiligen Aufwand der Befragungs-Design zu vergleichen und zu schauen, welches Verhältnis Skype-Interviews widerspiegeln.

3.5.8 Ethische Richtlinien

Forschende müssen sich an bestimmte ethische Richtlinien halten. Sie schaffen eine gemeinsame Basis und garantieren die ethisch vertretbare Durchführung von Forschungen. Alle bisher genannten Qualitätskriterien sind bedeutungslos, wenn die ethischen Richtlinien nicht beachtet worden wären.

Es muss hier – wie in der hippokratischen Tradition der Mediziner – gelten: *Primum nihil nocere* (lat.: *zuerst einmal nicht schaden*), denn gerade in den Sozialwissenschaften, in denen der Mensch zentrales Forschungsobjekt ist (als Träger der sozialen Beziehungen), dürfen an dieser Stelle keine Abstriche gemacht werden. Keine Forschung darf zu Ungunsten der Befragten (beziehungsweise Untersuchungsobjekten) oder zu deren Ausnutzung getätigt werden. Diese ethischen Richtlinien sind in der bestehenden Forschungswelt flächendeckend rechtlich abgesichert. Die Gesetzgebung bezüglich der geltenden Rechte im Internet ist jedoch nicht vollständig. Gerade aus diesem Mangel an verbindlichen Rechtsgrundlagen für die Forschung im Internet ergibt sich eine erhöhte Aufmerksamkeit für die eben beschriebenen ethischen Grundlagen. Aus diesem Grund muss sich ein Forscher – auch in einem noch weniger etablierten Umfeld – besonders auf die ethischen Verpflichtungen, die ihm zukommen, berufen.

In der nachfolgenden Untersuchung von Skype-Interviews ist es zu überprüfen, ob diese Methode den hohen ethischen Anforderungen gerecht werden kann.

Die hier genannten Qualitätskriterien bilden die Grundlage für die spätere Auswertung und Beurteilung von Skype-Interviews. Bevor es jedoch zu dieser Auswertung kommt, werden zunächst die gewählten Vorgehensweisen der vorliegenden Untersuchung beschrieben, sowie deren Auswahlgründe.

4 Empirische Herangehensweise

Es wurde sich für eine primärempirische Untersuchung entschieden; somit wurden selbstständig neue Daten mit Hilfe von kurzen Leitfadeninterviews erhoben und analysiert. In dem nachfolgenden Kapitel werden alle Entscheidungen bezüglich der Methodenauswahl beschrieben und begründet.

Zu Beginn ist zu klären, weshalb sich für die Untersuchung von qualitativen Interviews entschieden wurde: Quantitative Online-Fragebögen sind in der Sozialforschung bereits sehr etabliert und gut erforscht. Aufgrund der festen Standardisierung der Fragen und Antwortoptionen bieten sich Fragebögen an, welche selbstständig vom Interviewee beantwortet und ausgefüllt werden. Ein anwesender Interviewer hätte diesbezüglich vergleichsweise wenige Aufgaben: Die eh schon festgelegten Fragen und Antwortmöglichkeiten vorlesen und die Antwort notieren (gegebenenfalls noch Verständnisfragen klären). Da in einer qualitativen Interviewsituation jedoch der Interviewer deutlich mehr Aufgaben übernimmt, wirkt es an dieser Stelle sinnvoller, Skype als Alternative für qualitative Interviews zu untersuchen. Quantitative Fragebögen können ohne Probleme per Mail-Survey versendet und eigenständig bearbeitet werden, wie dies bereits seit vielen Jahren gängige Praxis ist. Auch sind non-verbale Informationen in standardisierten Befragungen nicht von zentraler Bedeutung, da am Ende (in der Regel) einzig die niedergeschriebenen Antworten in die Datenauswertung einfließen. Aus diesem Grund sehe ich die Dringlichkeit, eine potenzielle Alternative per Skype zu untersuchen, eher bei den qualitativen Interviewformen.

Die gewählte Vorgehensweise, Skype-Interviews zu untersuchen, ist ebenfalls qualitativ. Hierzu sind mehrere Gründe zu nennen: Zum einen erscheint es ratsam, die Brauchbarkeit von qualitativen Interviews ebenfalls auf qualitative Art und Weise zu untersuchen. Berechnungen bezüglich der Validität oder Reliabilität sind an dieser Stelle nicht anwendbar, da allein schon die Kodierung nicht eindeutig vonstattengehen kann. Qualitative Forschung bezieht sich im Allgemeinen eher auf kleine Stichproben, im Gegensatz zur quantitativen (vgl. Diekmann 2010). Dies ruft jedoch keinen Qualitätsverlust hervor, sondern es wird versucht „[...] das gewonnene Material intensiver auszuwerten und nicht nur statistische Kennwerte zu verdichten.“ (Diekmann 2010: 532) Des Weiteren sind Skype-Interviews (noch) eher unbekanntes Terrain; qualitative Untersuchungen helfen unter anderem bei der Exploration von inhaltlichen Themen, sowie bei einer methodischen Analyse. Da es im Vorfeld keine Empfehlungen gab bezüglich der Durchführung von Methodenforschungen, war es an dieser Stelle notwendig, sich dem bisher unbekanntem Thema durch qualitative Methoden zu nähern. Auch bei unvorhersehbaren Vorkommnissen – die beim Testen einer neuen Interviewmethode zu erwarten sind – ist das qualitative Antasten von Vorteil; denn die Methoden

(Durchführung und Analyse) können im Notfall (gut begründet) angepasst werden, um trotz Hindernissen eine maximale Gewinnung von Daten zu erzielen.

4.1 Vergleichsstudie

Da es sich um eine Methodenforschung handelt, liegt der Fokus der Analyse nicht auf den thematischen Inhalten, sondern auf dem Interview an sich. Der Forschungsfrage, der diese Arbeit zugrunde liegt, bezieht sich auf den Vergleich zwischen Skype-Interviews und Face-to-Face-Befragungen: *Können Daten, die aus Skype-Video-Interviews gewonnen werden, im gleichen Maße für die Beantwortung gleicher Forschungsfragen verwendet werden, wie Daten aus traditionell persönlichen Face-to-Face-Interviews?* Um Skype-Befragungen als potenzielle Alternative zu betrachten, ist ein Vergleich mit dem klassischen Design nötig.

Typische Vergleichsstudien beziehen sich in der Regel auf ein bestimmtes Thema, welches ein Teil eines komplexen Ganzen ist: Beispielsweise können mehrere Biografien auf ein bestimmten Sachverhalt (zum Beispiel Krankheitserfahrung) untersucht werden (vgl. Flick 2012). Übertragen auf einen Vergleich, bei dem es um die gesamten Interviewdesigns geht, müssen im Vorfeld Kriterien definiert werden, welche schließlich Vergleiche möglich machen (siehe Qualitätsmerkmale, Kapitel 3.5). Diese beziehen sich weniger auf die thematischen Inhalte, sondern unter anderem auf die Metaebene, inklusive den Einschätzungen des Interviewers. Im Anschluss daran können Face-to-Face,- und Skype-Befragungen gegenübergestellt werden und Parallelen sowie Unterschiede gesucht werden.

Um sorgfältige Vergleiche durchführen zu können, müssen gleiche Rahmenbedingungen vorausgesetzt sein. Dies war hier möglich, da die gesamte Vergleichs-Konzeption im Vorfeld geplant wurde (nicht im Nachhinein) und somit von Beginn an darauf geachtet werden konnte. Es wurde sich für zwei Gruppen – Face-to-Face und Skype – entschieden, welche jeweils aus maximal 15 Personen bestehen sollten. Beide Gruppen wurden auf gleiche Art und Weise rekrutiert, bei beiden Gruppen wurde der exakt gleiche Leitfaden verwendet. Einzig und allein der Ort der Durchführung unterschied sich zwischen den Gruppen. Die Verwendung von Skype und der persönliche Kontakt können jeweils als Stimulus betrachtet werden; abgesehen davon wurde alles konstant gehalten.

Zur Konstanzhaltung gehören gewiss auch die Merkmale der Probanden. Aus diesem Grund sollte eine relativ homogene Stichprobe untersucht werden, welche nun genauer beschrieben wird.

4.2 Stichprobe, Zugang und Rekrutierung

Um zuverlässige Vergleiche zwischen den beiden Interviewformen ziehen zu können, ist es nicht notwendig, eine möglichst heterogene Gruppe für die geplante Untersuchung auszuwählen. Primär relevant ist bzw. sind die Beteiligung, spezielle Merkmale sowie Eigen-

schaften der Interviewmethode. Es ist somit nicht erforderlich, verschiedene Bevölkerungsgruppen abzudecken; eine einheitliche Stichprobe ist hierbei vorteilhafter. Zuerst einmal wurde sich für eine Untersuchung mit Studierenden der Universität Kassel entschieden, welches mehrere Gründe hat: Zum einen, dass diesen eine (1) höhere Bereitschaft zur Teilnahme an Studien unterstellt wurde, da von einer gewissen Solidarität gegenüber Kommilitonen, die abhängig von freiwilligen Teilnehmern sind, ausgegangen wurde. Schließlich müssen die meisten Studierenden in ihrer Laufbahn an der Universität empirische Untersuchungen durchführen und sind ebenfalls auf die Unterstützung anderer angewiesen. Des Weiteren ist die Autorin selbst Teil der Gruppe „Studierende der Universität Kassel“ gewesen und hatte somit eine gewisse (2) Nähe zum Feld. Auch wurde die (3) Erreichbarkeit der Studierenden für gut eingeschätzt sowie deren (4) Verfügbarkeit der Software Skype. Aus den besagten Gründen wurde sich am Ende für diese Gruppe entschieden.

Anschließend sollte eine Kontaktierung der Studierenden per Mail erfolgen, um zur Teilnahme aufzurufen. Für eine Anfrage per E-Mail wurde sich entschieden, da auf diese Art und Weise die meisten Leute erreicht werden können (im Vergleich zum Paper-Aushang oder sozialer Netzwerke) und eventuell so besser die Wichtigkeit und Authentizität betont und vermittelt werden kann. Dies stellte sich jedoch als nicht umsetzbar heraus, da die Universitätsverwaltung aus Datenschutzgründen keine Mailadressen für diesen Zweck freigeben durfte. Aus diesem Grund wurde sich für eine Kontaktierung innerhalb von Vorlesungen entschieden. Diese Form der Rekrutierung wurde mir empfohlen, da sie schnell durchzuführen ist, es somit möglich ist, viele potenzielle Befragte zu erreichen und zusätzlich sich und die Studie persönlich vorzustellen. Der nächste Schritt war somit eine geeignete Vorlesung auszuwählen. Um dies zu tun, musste sich im Vorfeld zwangsläufig für ein Studienfach entschieden werden. Die Entscheidung fiel hierbei auf Lehramtsstudierende der Universität Kassel. Im Endeffekt wäre jeder beliebige Studiengang für die Untersuchung von Skype-Interviews geeignet gewesen²³. Lehramtsstudierende boten sich jedoch an, da dieser Studiengang sehr zahlreich besucht wird und somit in einer Vorlesung viele Menschen erreicht werden konnten. Des Weiteren wurde von einer gewissen Offenheit, Neugier und Hilfsbereitschaft bei den Personen ausgegangen, welche die Absicht haben, Lehrer oder Lehrerin zu werden. Die passende Lehrveranstaltung – mit zahlreichen Teilnehmern und bei denen sich eine Rekrutierung anbot, war schnell gefunden. Es handelte sich um eine Vorlesung (Erstveranstaltung im Semester), welche circa 200 Besucher – überwiegend Grundschullehramtsstudierende im

23 Mit Ausnahme der Sozialwissenschaften. Diese wurden bereits im Vorfeld von der Untersuchung ausgeschlossen, um die Untersuchung nicht zu gefährden. Schließlich hätten Sozialwissenschaftler – aufgrund ihrer methodischen Ausbildung – den eigentlichen Sinn eines Interviews (nämlich den Fokus auf Skype) eher erkennen können. Daraus hätten verzerrte Daten resultieren können. Dieses Risiko galt es zu vermeiden.

zweiten Semester – erwartete. Der Kontakt mit dem Gatekeeper – der leitenden Dozentin – verlief reibungslos, ich stieß auf große Hilfsbereitschaft und bekam den Zugang zum Feld versichert. An dieser Stelle ist es wichtig zu erwähnen, dass den möglichen Befragten der eigentliche Sinn und Zweck der Studie nicht vorgestellt und somit eine aktive, milde Täuschung vorgenommen wurde, bei dem jedoch zu keinem Zeitpunkt das Risiko einer Schädigung der Interviewees bestand. Ein „Scheinthema“ wurde entwickelt („Vorurteile gegenüber Pädagogen/-innen“), damit eine Kommunikation überhaupt ermöglicht werden konnte und die Probanden von einer realistischen Interviewerhebung ausgingen, in der der Fokus auf ein bestimmtes Thema statt auf dem Interviewmodus lag. Das Thema konnte vom eigentlichen Forschungsinteresse entkoppelt sein, da einzig der Anspruch, reizvoll und attraktiv auf möglichst viele Lehramtsstudierende zu wirken, relevant war²⁴. Nachdem die Studie vorgestellt war, wurde auf den Datenschutz und die Anonymisierung aufmerksam gemacht. Abschließend wurden Flyer (siehe Anhang 2) verteilt, welche nochmals alle wichtigen Informationen zur Teilnahme beinhalteten, unter anderem meine E-Mailadresse, um sich bei Interesse zu melden. Ein zentraler Punkt der Kontaktierung war die Frage, ob das Interview per Skype oder persönlich an der Universität²⁵ durchgeführt werden soll. Die Interviewees durften ihre bevorzugte Interviewvariante äußern; die Selbstrekrutierung der Interviewees kann bereits eine erste Erkenntnis zur Attraktivität von Skype-Interviews darstellen. Weiterhin wurde jedem Teilnehmer ein Incentive versprochen: Ein Amazongutschein im Wert von fünf Euro. Dieser sollte die Teilnahme an der Studie reizvoll machen und für einen hohen Rücklauf sorgen. Des Weiteren wurden die Teilnehmer, welche für eine Befragung bereit waren, am Ende des Interviews darum gebeten, weitere Lehramt-Kommilitonen auf die Studie aufmerksam zu machen (Schneeballverfahren).

4.3 Leitfadententwicklung

Ein Leitfaden hilft dem Interviewer, den „roten Faden“ in einer Interviewsituation im Auge behalten zu können. Durch ihn wird gewährleistet, dass bestimmte Themen nicht vergessen werden und somit eine gewisse Vergleichbarkeit verschiedener Interviews überhaupt möglich ist. Im Gegensatz zum beispielsweise narrativen Interview hat es den Vorteil, dass durch den Leitfaden jedem Interviewee gleiche Rahmenbedingungen gegeben werden, was eine zentrale Voraussetzung von Vergleichsstudien darstellt.

Da das Thema an sich irrelevant für die Beantwortung der Forschungsfrage ist, waren hier sämtliche Optionen möglich. Als sich für eine Stichprobe von Lehramtsstudierenden entschieden wurde, konnte ein Thema direkt an diese Gruppe angepasst werden: Es sollte in-

²⁴ Die Teilnehmer wurden nach Durchführung der Studie über die tatsächliche Absicht der Befragung informiert.

²⁵ Da die Universität zum alltäglichen Umfeld der Studierenden gehört, bot sich diese als Befragungsort an.

interessant und für jeden Lehramtsstudierenden beantwortbar sein, um eine möglichst hohe Resonanz zu erfahren. Es wurde sich deshalb für das Thema „Typische Vorurteile und Klischees gegenüber Pädagogen/-innen“ entschieden. Dieses Thema hatte des Weiteren das Potenzial, stärkere emotionale Reaktionen bei den Befragten hervorzurufen. Das Konfrontieren der Interviewees mit typischen, eher negativen Vorurteilen gegenüber ihrem Studiengang, provoziert diese bestenfalls ein wenig. An stärkeren Emotionen sind einzelne Qualitätsmerkmale möglicherweise besser zu erkennen – so die Vorüberlegung. Reaktionen wie beispielsweise Lachen oder Ablehnung zeigen mehr Facetten einer Person in einer Konversation. Auch relevantes nonverbales Verhalten wird so – vermutlich – eher ausgelöst.

Obwohl der Fokus in dieser Arbeit auf der Interviewsituation und den -methoden liegt, sollte der Fragebogen dennoch ein möglichst realistischer sein; denn um ein Design eines Interviews zu testen, ist das Schaffen einer realen Interviewsituation unerlässlich. Nur so ist es möglich, verwendbare Ergebnisse zu erarbeiten. Aus diesem Grund hat der genutzte Leitfaden²⁶ folgenden Aufbau: Zu Beginn wurde das Thema kurz vorgestellt, allgemeine Fragen zur Person gestellt (Studienfach, Studiendauer, Alter) sowie zu den Gründen der Studienfachwahl. Anschließend wurde zum Thema „Vorurteile“ übergeleitet und nach bereits bekannten Klischees gefragt. Anschließend stellte ich als Interviewerin vier verschiedene Klischees vor²⁷, auf die jeweils die Fragen „Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?“ und „Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?“ folgten. Anschließend folgte eine sensible Frage, welche sich mit dem Konsum illegaler – beziehungsweise verschreibungspflichtiger – Aufputzmittel (zum Beispiel Ritalin) beschäftigt:

Das Lehramtsstudium (vor allem das Referendariat) gilt als sehr stressige Zeit. Nun hört man mehr und mehr von aufputzenden Medikamenten/Drogen (zum Beispiel Ritalin), die zur Stressbewältigung vermehrt genommen werden von Studenten.

1. *Hast du davon auch schon mal gehört?*
2. *Hast du so etwas schon einmal genommen?*
3. *Wärst du bereit, so etwas für eine Leistungssteigerung zu nehmen (wenn du die Möglichkeit dazu hättest)?*

Diese sensitive Frage zielte darauf ab, durch das Verlangen sehr privater Informationen eine womöglich unangenehme Situation zu schaffen und die Befragten kurz aus dem Konzept zu bringen. Zu guter Letzt wurde der inhaltliche Leitfaden mit der Frage nach der eigenen Motivation bei einer Konfrontation mit negativen Einstellungen gegenüber Lehramtsstudierenden abgeschlossen. Nach dem thematischen Interview wurde schließlich noch angekündigt, einige Fragen zum Interview an sich zu stellen – Fragen, deren Inhalt in dieser Arbeit tatsächlich von zentraler Bedeutung sind. Da die Interviewees selbst bestimmen konnten, wie das Inter-

26 Der komplette Leitfaden ist im Anhang vorzufinden (Anhang 3).

27 Diese wurden im Vorfeld im Internet (Foren, Artikel) recherchiert.

view vonstattengehen soll, wurde diese Entscheidungsfindung nun versucht nachzuvollziehen. Es wurden die Fragen auf die jeweilige Gruppe (Face-to-Face oder Skype) angepasst. In der Face-to-Face-Gruppe wurden folgende Fragen gestellt:

*Du hast dich für das **persönliche Interview** mit mir entschieden.*

- 1. Warum hast du dich für diese Form entschieden?*
- 2. Warum hast du dich nicht für ein Skype-Interview entschieden?*
- 3. Nutzt du Skype? Falls ja, wie häufig? Für welche Zwecke?*

Wichtigste Erkenntnis, die daraus gezogen werden soll, sind die Gründe für ein Verweigern von Skype-Interviews. Warum entscheiden sich Personen eher für ein persönliches Treffen? Was macht Skype in diesem Fall weniger anlockend? Die Befragten der Skype-Gruppe bekamen hingegen dies gefragt:

*Du hast dich für ein **Skype-Interview** entschieden.*

- 1. Warum hast du dich für diese Form entschieden?*
- 2. Warum hast du dich nicht für ein persönliches Interview entschieden?*
- 3. Wie viel Erfahrung hast du bezüglich Interviews?*
- 4. Wie fandest du diese Form von Interview?*
- 5. Was hat dir gut gefallen / Was hat dich gestört?*
- 6. Wie häufig benutzt du Skype ansonsten? Für welche Zwecke?*

Hier soll unmittelbar der Eindruck der Befragten erfragt werden, um deren subjektive Meinung zu dem Interviewdesign zu erfahren. Die Beantwortung dieser Fragen besitzt einen sehr hohen Wert für diese Arbeit, da mit deren Hilfe nicht nur eine Einschätzung der Interviewqualität vom Interviewer aus betrachtet wird, sondern auch die Sicht der Interviewees auf der Metaebene zum Vorschein kommt und berücksichtigt werden kann.

Der gesamte inhaltliche Fragebogen wurde im Vorfeld durch einen Pretest getestet.

4.4 Pretest

Der durchgeführte Pretest erfüllte den primären Sinn, verwendete Inhalte sowie genutztes Vokabular im Flyer und Fragebogen mit Bezug auf die Zielgruppe zu testen, um in der Erhebungsphase mögliche Verständnisprobleme zu vermeiden. Die Durchführung des Pretests sollte möglichst nah an der eigentlichen Erhebung sein, um ähnliche Bedingungen zu bieten. Die Durchführung per Skype war an dieser Stelle noch nicht zu berücksichtigen. Einzig die Inhalte des Gespräches sollten im Vorfeld geprüft werden, weshalb die Fragen über die Interviewsituation (welche in der eigentlichen Erhebung am Ende gestellt werden sollen) im Pretest gestrichen wurden. Durchgeführt wurde der Pretest mit einer Lehramtsstudentin, die über die Durchführung des Pretests informiert wurde und somit Kenntnis von der Testsituation hatte.

4.5 Feldphase

Nach dem Testen des Leitfadens, dem Auswählen einer passenden Vorlesung und dem er-

folgreichen Kontakt zum Gatekeeper wurde in der besagten Vorlesung um die Teilnahme an der Studie gebeten. Leider waren nicht – wie vermutet – circa 200 Personen anwesend, sondern nur die Hälfte – circa 100 Personen. Trotz dessen wurde mit einem hohen Rücklauf von mindestens 30 Interviews (15 pro Gruppe) gerechnet. Interessanterweise begann ein kurzes Lachen in dem Saal, als erwähnt wurde, dass das Interview auch per Skype geführt werden kann. Vermutlich, da solch eine Alternative bisher noch nicht bekannt war für die Durchführung von Interviews und eher für ungewöhnlich gehalten wurde. Letztendlich haben sich überraschenderweise von den circa 100 Personen in der Vorlesung nur drei Freiwillige gemeldet. Die Dozentin bot jedoch von sich aus eine Erinnerung (mit Powerpoint-Folie und erneuter Flyer-Vergabe) in der nächsten Woche an, welche dankbar angenommen wurde. Diese Erinnerung hat jedoch auch nicht zu den gewünschten 30 Respondenten geführt. Also musste bezüglich der Rekrutierung umgedacht, beziehungsweise weitergedacht werden, da das Vorstellen der Studie vor circa 100 Personen offensichtlich nicht ausreichte. Glücklicherweise war die Gatekeeperin (Dozentin) sehr hilfsbereit und bot schnell weitere Vorsprechen in ihren Seminaren an. Die Rückmeldungen der Studierenden erfolgte sehr schleppend, weshalb es zu weiteren zwei Vorsprechen in Seminaren von jeweils circa 30 Personen kam. Dieser Umstand führte dazu, dass die Feldphase länger andauerte, als dies im Vorfeld geplant wurde. Die Rückmeldungen fanden eher etappenweise statt. Auch wurde beim letzten Vorsprechen nur noch die Methode per Skype angeboten, da bis zu dem Zeitpunkt eine deutliche Mehrheit der Respondenten beim persönlichen Interview lag (10:3)²⁸ und jedoch nicht mehr Zeit für weitere Rekrutierungen vorgesehen war. Da jedoch – auch bei geringerer Fallzahl als geplant – nicht auf den Vergleich der beiden Gruppen verzichtet werden sollte, mussten weitere Skype-Interviews durchgeführt werden, um diese Arbeit fortsetzen zu können. Somit musste an dieser Stelle umgedacht werden, um in beiden Gruppen annähernd ähnliche Fallzahlen vorweisen zu können.

Sobald sich ein Interessent per Mail gemeldet und mitgeteilt hatte, welche Befragungsform er präferiert, wurde ein Termin vereinbart. Die nachfolgenden Schritte unterschieden sich zwischen den jeweiligen Gruppen. Wie die Intervieworganisation und -situation pro Gruppe aussah, wird an dieser Stelle beschrieben:

(1) Da es keinen Raum an der Universität gab, der immer für diese Befragung zur Verfügung stand, musste dies vor jedem Interview mit Hilfe der Raumverwaltung organisiert werden. Verfügbare Räume und entsprechende Zeiten wurden schließlich dem Interviewee mitgeteilt. Es kam des Öfteren zu Terminverlegungen und -verzögerungen, wobei im Allgemeinen die Raumfindung jedoch meist erfolgreich war. Das Interview an sich lässt sich als sehr normale,

²⁸ Dass während der Feldphase bereits eine solche Tendenz der persönlichen Interviews wahrzunehmen ist, wird bereits in die Ergebnisse dieser Arbeit mit einfließen. Diese müsste jedoch in einer umfangreicheren Untersuchung tatsächlich verifiziert werden.

klassische Interviewsituation beschreiben: Interviewer und Interviewee saßen sich gegenüber, es waren keine Dritten im Raum anwesend, der Raum war ein geschlossener und der Leitfaden lag in Papierform vor dem Interviewer. Auch wurde zu Beginn stets nach einer Erlaubnis für die Aufzeichnung des Gesprächs mit dem Diktiergerät gefragt. Nach dem Interview wurde schließlich ein Gutschein überreicht, welcher im Vorfeld ausgedruckt werden musste.

(2) Die Organisation der Skype-Interviews unterschied sich dahingehend etwas. Nachdem der Interessent eine passende Uhrzeit nannte, wurde demjenigen mein Skype-Accountname mitgeteilt, der speziell für diese Umfrage angelegt wurde.

Im Vorfeld mussten einige Vorbereitungen getroffen werden: Dies waren zum einen das Schaffen guter Lichtverhältnisse für die Webcamübertragung, einer ruhigen Umgebung, das Einstellen und Testen des Headsets (Ton und Mikrofon), das Platzieren des Fragebogens auf dem Bildschirm (um stets Blickkontakt zum Bildschirm, beziehungsweise zur Webcam, herzustellen) sowie das Öffnen des Amazongutscheines am PC, um das Suchen der Datei am Ende des Interviews vermeiden zu können. Die Interviews wurden meinerseits insgesamt an zwei verschiedenen Orten durchgeführt – jedoch immer ebenfalls in einem vertrauten, geschlossenen Raum. Zu Beginn wurde stets nach der Qualität des Tons und der Videoübertragung gefragt („Kannst du mich gut hören und sehen?“) und auf die Aufzeichnung des Gespräches hingewiesen. Am Ende wurde gefragt, in welcher Form der versprochene Amazongutschein versendet werden sollte: Es gab die Möglichkeiten, die gesamte Datei als PDF-Datei zu verschicken oder den Gutscheincode in dem Chatfenster zu senden. Es erwies sich als gut, diese zwei Möglichkeiten anzubieten, da die Interviewees diesbezüglich unterschiedliche Wünsche hatten.

Nachdem das Gespräch mit dem jeweiligen Interviewee (beider Gruppen) beendet und derjenige verabschiedet wurde, habe ich als Interviewerin einen kurzen Fragebogen ausgefüllt, der half, die Gesprächssituation, Besonderheiten, Störungen sowie die Gesprächigkeit des Probanden zu bewerten. „Bereits während des Interviews beginnen Sie, es zu vergessen.“ (Gläser und Laudel 2010: 192) Da das Kurzzeitgedächtnis empfangene Informationen stark aussortiert nach Relevanz, ist es als Interviewer von enormen Vorteil, ein Gedächtnisprotokoll anzufertigen. Beim Skype-Gedächtnisprotokoll wurde zusätzlich nach der Ton- und Videoqualität gefragt (siehe Anhang 4). Dieser Fragebogen erwies sich als sehr nützlich, da eventuelle Kleinigkeiten des Interviews sonst schnell in Vergessenheit gerieten.

4.6 Software Pamela

Mit Hilfe der Software Pamela können die Skype-Interviews für spätere Zwecke (Transkripti-

on; Videoanalysen) direkt am PC aufgezeichnet werden. Die Software nimmt das gesamte Gespräch inklusive den Videoübertragungen der Anwesenden Personen auf; somit liegt letztendlich nicht nur Videomaterial des Interviewees vor, sondern auch des Interviewers. Pamela lässt sich online leicht erwerben. Für diese Arbeit wurde die Version „Pamela Professional“ genutzt, welche die passenden Konditionen für die hier erforderlichen Zwecke beinhaltet. Diese wären hauptsächlich die unbegrenzte Anrufaufzeichnung von Audio- und Videoanrufen in Skype.

Das Bedienen der Software erwies sich als sehr benutzerfreundlich. Im Gegensatz zu einem Face-to-Face-Interview, bei der in der Regel ein Diktiergerät benutzt wird, ist Pamela weitaus praktischer. Der große Vorteil ist die Videoaufzeichnung. Eine solche ist in klassisch persönlichen Interviews eher ungewöhnlich. Eine Videokamera müsste im Vorfeld gut platziert und installiert werden. Bei dem Starten einer Konversation bei Skype öffnet sich automatisch ein Fenster, in dem nach einer Aufnahme²⁹ gefragt wird. Es muss im Vergleich zu einem Diktiergerät und einer Videokamera nicht vorher der Batterie,- und Speicherstand überprüft werden. Für die vorliegende Erhebung stellte sich Pamela als Aufzeichnungssoftware als sehr praktisch und positiv heraus. Zusätzlich lässt sich eine vollständige Interviewsituation jederzeit erneut aufrufen, was auch für Interviewerschulungen von Vorteil sein kann. Auch für die anstehende Transkription konnten die gespeicherten Pamela-Dateien einfach weiterverwendet werden.

Darüber hinaus ließe sich ein weiterer Vorteil der Software erwähnen, welcher allerdings keine weitere Bedeutung in der hier vorliegenden Arbeit hat: Mögliches Überprüfen von Interviewerverhalten wäre mit der Hilfe von Pamela durchaus einfach und unkompliziert realisierbar. Um neben gesprochenen Inhalten auch das visuelle Interviewerverhalten bei Face-to-Face-Befragungen kontrollieren zu können, wäre ansonsten die Anwesenheit eines Dritten oder einer Videokamera notwendig, was sich negativ auf die Daten auswirken könnte.

4.7 Transkription

Alle Interviews wurden mit dem Programm „Listen n Write Free“ transkribiert. Im Vorfeld wird stets empfohlen, Transkribierregeln aufzustellen. Dies ist vor allem dann von Bedeutung, wenn mehrere Personen die Interviews transkribieren, damit diese gleiche Regeln beachten und die Transkriptionen am Ende einheitlich vorliegen. Dies war in der vorliegenden Studie nicht der Fall. Da jedoch alle Interviews auf gleiche Art und Weise niedergeschrieben werden sollten, bot sich dennoch das Aufstellen einiger Regeln an: (1) Die Interviews werden vollständig transkribiert. Es dürfen keine Zusammenfassungen vom Transkribierenden gemacht

²⁹ Es ist im Übrigen auch möglich, trotz einer Video-Telefonie nur den Ton aufzeichnen zu lassen. Dies wäre dann von Vorteil, wenn einem Befragten die Videoaufzeichnung unangenehm wäre.

werden. (2) Nichtsprachliche Vorgänge, wie zum Beispiel Lachen oder Husten, werden nur beachtet, wenn diesen einen kontextualen Sinn zugetragen werden kann. Diese werden dann in Klammern dargestellt. (3) Macht ein Interviewee während des Redeflusses längere, auffälligere Pausen, so wird dies folgendermaßen dargestellt: (...) oder (4) Wird ein Wort auffallend ausgedehnt ausgesprochen, so wird dies in Klammern vermerkt oder niedergeschrieben (zum Beispiel: „najaaa“). (5) Dialekte werden nicht beachtet, wobei der Umgangston berücksichtigt wird. (6) Unverständliche Worte werden durch Fragezeichen in Klammern dargestellt: (???). (7) Sonstige Anmerkungen sind ebenfalls in Klammern darzustellen.

Mit den vorliegenden Transkripten kann sich nun der Analyse gewidmet werden, welche im nachfolgenden Kapitel beschrieben und dargestellt wird.

5 Analyse

Da in der vorliegenden Arbeit vollständige Interviewdesigns miteinander verglichen werden, bieten sich klassische Auswertungsverfahren, wie beispielsweise die qualitative Inhaltsanalyse, nicht optimal an. Diese bezieht sich hauptsächlich auf die Analyse des tatsächlichen Inhaltes des Datenmaterials, welcher jedoch nicht von zentraler Bedeutung in dieser Studie ist. Dies soll allerdings nicht bedeuten, dass inhaltliche Informationen vom Interviewee vollständig außen vor gelassen werden sollen. Sie sind lediglich nicht alleiniger Hauptbestandteil der Analyse, sondern nur ein kleiner Teil. Aus diesem Grund muss für die Beantwortung der Forschungsfrage eine Methode entwickelt werden, die für diese Zwecke sinnvoll erscheint.

Entschieden wurde sich für eine Kombination zweier gewöhnlicher Analysemethoden in der qualitativen Sozialforschung: (1) Dem thematischen Kodieren nach Flick (2010) und der (2) deduktiven Inhaltsanalyse nach Mayring (2010).

Kennzeichnend für das analytische Vorgehen ist die Tatsache, dass im Vorfeld Qualitätskriterien entwickelt und beschrieben wurden, auf dessen Grundlage Skype- und Face-to-Face-Interviews verglichen werden sollen (siehe Kapitel 3.5). Dies ist der Grund, weshalb die (2) deduktive Inhaltsanalyse mit einbezogen wird. Mayring (2010) schlägt zwei Vorgehensweisen bezüglich der Inhaltsanalyse vor: Die deduktive und die induktive. Bei der induktiven werden die Kategorien im Nachhinein, aus dem vorliegenden Material heraus, entwickelt. Die hier angewendete Methode entspricht somit der deduktiven Vorgehensweise³⁰.

Die Methode des (1) thematischen Kodierens nach Uwe Flick (2010) wird aus folgendem Grund zusätzlich hinzugezogen: Sie wurde speziell „für vergleichende Studien entwickelt, die mit aus der Fragestellung abgeleiteten, vorab festgelegten Gruppen arbeiten.“ (Flick 2010: 402) Dieses Verfahren bietet sich somit gut für den hier durchgeführten Vergleich von Skype- und persönlichen Interviews an. Das thematische Kodieren kann nichtsdestotrotz nicht vollständig übernommen werden, da diese ursprünglich eine induktive Kategorienbildung voraussetzt. Der Satz von Flick (2010): „Sie orientiert sich an der Herausarbeitung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen den vorab festgelegten Gruppen, die sich vor allem an der Verteilung der Kategorien und ihrer Besetzung über die untersuchten Gruppen festmachen.“ (Flick 2010: 408) müsste für die Zwecke dieser Arbeit umformuliert werden in: „Sie orientiert sich an der Herausarbeitung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen den vorab festgelegten Gruppen *in den vorab festgelegten Kategorien*.“ Auf diese Art und Weise wird schließlich vorgegangen.

³⁰ Wobei während des Analyseprozesses durchaus zusätzliche Kategorien induktiv gebildet werden können. Vor allem dann, wenn sich im Nachhinein wichtige Informationen nicht in die bestehenden Kategorien einordnen lassen.

Da beide Verfahren einzeln betrachtet nicht ideal zu der Beantwortung der vorliegenden Forschungsfrage geeignet sind, aber dennoch gute Ansätze bieten, werden diese miteinander kombiniert, um im Endeffekt eine passende und effektive Analysemethode anzuwenden zu können. Die gewählte Analysemethode kann als „Thematisch-deduktive Kodierung in Anlehnung an Flick und Mayring“ bezeichnet werden.

Im nachfolgenden Absatz werden die vier geplanten Analyseschritte beschrieben. Deren Auswahl ist unter anderem abhängig von der Größe des Datenmaterials, sowie der verfügbaren Bearbeitungszeit.

- *1. Schritt: Deduktive Kategorienbildung*

Dieser Schritt beinhaltet das Konstruieren bestimmter Kategorien, anhand derer das gesammelte Datenmaterial ausgewertet wird. „Eine deduktive Kategoriendefinition bestimmt das Auswertungsinstrument durch theoretische Überlegungen. Aus Voruntersuchungen, aus dem bisherigen Forschungsstand, aus neu entwickelten Theorien oder Theoriekonzepten werden die Kategorien in einem Operationalisierungsprozess auf das Material hin entwickelt.“ (Mayring 2010: 83) Diese Kriterien sind bereits zuvor in dem Kapitel 3.5 beschrieben worden und sind in diesem Fall bestimmte Merkmale, anhand denen die Qualität der Interviews bewerten werden kann. Für das besagte Raster wurde sich entschieden, da diese einzelne Aspekte eines Interviews gut beschreiben und somit deutlich machen, ob erhobene Daten auch tatsächlich für wissenschaftliche Absichten geeignet sind. Somit bieten diese eine gute Grundlage für den Vergleich der Qualität von Skype- und Face-to-Face-Interviews.

- *2. Schritt: Materialdurchgang*

Im nächsten Schritt wird das zu untersuchende Material anhand der entwickelten Kategorien „gescannt“. In diesem Fall sind die Materialien schriftlich vorliegende Transkripte. Eine sequenzielle Vorgehensweise ist an dieser Stelle wenig sinnvoll, da nur Daten in die Analyse mit einfließen sollen, welche tatsächlich Informationen zur Datenqualität beinhalten. Somit wird die Analyse eher fokussiert vorstattengehen, um unbrauchbare Aussagen zu vermeiden. Nützliche Textstellen sollen beim Materialdurchgang in bestehende Kategorien eingeordnet werden. Dieser Vorgang kann schließlich einige Male wiederholt werden, bis keine Einordnung mehr möglich ist. Wichtig an dieser Stelle ist zusätzlich der Einbezug der jeweiligen Fälle (vgl. Flick 2010), um anschließend den Vergleich der beiden Interviewgruppen vollziehen zu können. Flick (2010) schlägt für diesen Vorgang eine kurze Beschreibung des Interviewees und des Interviews vor, wie „(z.B. Alter, berufliche Tätigkeit, Zahl der Kinder, wenn dies für den untersuchten Gegenstand relevant ist) und die zentralen Themen, die sie [die Person] im Interview hinsichtlich des Untersuchungsgegenstandes angesprochen hat.“ (Flick

2010: 403) In der hier vorliegenden Studie wurde sich für das Alter, den Studiengang, die gewählte Interviewform³¹ sowie die Beziehung zu Skype als Kurzbeschreibung entschieden.

- *3. Schritt: Überarbeiten nicht-eingeordneter Textpassagen*

Falls Aussagen in den Transkripten vorkommen, welche sich nicht in die im Vorfeld konstruierten Kategorien einordnen lassen, so soll im dritten Schritt überprüft werden, ob diese eventuell dennoch wichtige Informationen beinhalten und somit doch in die Analyse mit einfließen können. Es wird sich durch diese Art und Weise die Möglichkeit der zusätzlichen induktiven Kategorienbildung offengehalten, um das Maximum an Informationen herausziehen zu können.

- *4. Schritt: Gruppenvergleich*

Im letzten Analyseschritt werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Skype- und Face-to-Face-Interviews herausgearbeitet. „Dabei werden ähnliche Kodierungen in der einzelnen Gruppe zusammengefasst [...]“ (Flick 2010: 407) Dies bildet letztendlich die Grundlage der anschließenden Verschriftlichung und führt zur Beantwortung der Forschungsfrage.

Es ist an dieser Stelle wichtig zu betonen, dass bei der vorliegenden Methodenforschung nicht nur die Interviewtranskripte in der Auswertung berücksichtigt werden. Auch Erfahrungen, subjektive Einschätzungen meinerseits (als Interviewerin) sowie Interpretationen von Videomaterial können wichtige Erkenntnisse liefern. Aus diesem Grund können und sollen die Qualitätsmerkmale nicht allein mit Transkriptmaterial untermauert werden.

³¹ Selbstverständlich kann die Bevorzugung der jeweiligen Interviewform nur in den Fällen mit einbezogen werden, welche davon betroffen waren. Schließlich wurden den letzten vier Interviewees keine Face-to-Face-Alternative bereitgestellt, um genügend Respondenten in der Skype-Gruppe zu erfassen.

6 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung vorgestellt, zum Teil mit ausgewählten Textauszügen. Bezogen wird sich hierbei auf die im Vorfeld erstellten und beschriebenen Qualitätsmerkmale.

6.1 Response-, und Abbruchrate

An dieser Stelle soll die Responserate betrachtet werden, welche kleiner war als im Vorfeld vermutet. Wie bereits in dieser Arbeit beschrieben, gab es mehrere Rekrutierungs-Etappen. Die erste Welle fand in einer Vorlesung mit circa 100 Studierenden als Zuhörer statt, zu der auch die Erinnerung der Dozentin eine Woche später gezählt wird. Auf den dortigen Aufruf meldeten sich lediglich sieben Personen zur Teilnahme an der Studie. Da die Respondenten das jeweilige Interviewdesign selbst auswählen durften, ist an dieser Stelle auch die Verteilung der gewünschten Interviewformen von Interesse: Fünf Personen entschieden sich für das persönliche Interview, lediglich zwei für das Skype-Interview. Diese Resonanz war ernüchternd, weswegen sich für weitere Rekrutierungswellen entschieden wurde. Da keine Informationen über die Nicht-Teilnahme der Studierenden vorliegen, können dazu nur Vermutungen angestellt werden: Die Anwesenden in der besagten Vorlesung wirkten nicht besonders aufmerksam, was unter anderem auch an der fehlenden Anwesenheit der Dozentin während meiner Vorstellung gelegen haben könnte.

In der zweiten durchgeführten Rekrutierungswelle konnten weitere sechs Personen zur Studienteilnahme überzeugt werden. In Relation zu circa 30 Anwesenden ist dies ein besseres Ergebnis als in der ersten Welle. Dies könnte daran liegen, dass die Dozentin diesmal vor Ort war, ebenfalls zur Teilnahme motivierte und deren Wichtigkeit betonte. Von den sechs Respondenten entschieden sich fünf für die Face-to-Face-Variante, nur einer war bereit, das Interview über Skype zu führen. Somit konnten bisher insgesamt nur drei Skype-Interviews im Vergleich zu zehn persönlichen Interviews verwirklicht werden. Diese Anzahl war jedoch nicht ausreichend, um akzeptable Vergleiche zwischen Face-to-Face- und Skype-Interviews ziehen zu können.

Im dritten Anlauf wurde allein die Teilnahme per Skype angeboten, um speziell in dieser Gruppe weitere Teilnehmer zu sammeln. Daraufhin meldeten sich von circa 30 Anwesenden vier weitere motivierte Lehramtsstudierende. Auch hier hat die anwesende Dozentin erneut freundlicherweise darauf hingewiesen, wie bedeutend die Teilnahme an Studien ist. Nach diesem dritten Kontaktversuch wurde sich dafür entschieden, dass aus Zeitgründen keine weiteren Rekrutierungen vorgenommen werden sollen, beziehungsweise können.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die Responserate sehr gering ausfiel. Von circa 160 Personen, welche zur Teilnahme gebeten wurden, meldeten sich nicht mehr als 17 Per-

sonen, was in etwa 11% entspricht. Das Angebot eines Incentives, das ausgewählte Thema sowie das positive Gefühl der Hilfsbereitschaft schienen für den Großteil der anwesenden Lehramtsstudierenden nicht ansprechend genug zu sein. Auch die Möglichkeit, das Interviewdesign selbst aussuchen zu dürfen (in der ersten und zweiten Rekrutierungswelle), hat offensichtlich nicht zu der gewünschten Motivation geführt. Jedoch ist zu vermerken, dass keiner der insgesamt 17 Teilnehmern das Interview abbrach oder einzelne Fragen nicht beantworten wollte.

Tabelle 1: Übersicht der Studien-Teilnehmer

	Face-to-Face	Skype	Gesamt
1. Welle	5	2	7
2. Welle	5	1	6
3. Welle	-	4	4
Gesamt	10	7	17

6.1.1 Gründe für das Interviewdesign

Lediglich nach der zweiten Rekrutierungs-Welle konnten Aussagen über die Verteilung der gewünschten Interviewdesigns vorgenommen werden, da nur dort zwei Alternativen angeboten wurden. Die Verteilung 3:10 macht deutlich, dass Skype-Interviews (noch) nicht besonders attraktiv auf potenzielle Studienteilnehmer wirken, wenn diesen die weitere Alternative des Face-to-Face-Interviews zur Verfügung steht. Am Ende des Interviews wurde nach den Gründen für diese Auswahl gefragt.

6.1.1.1 Face-to-Face-Gruppe

Der am häufigsten von den Teilnehmern genannte Grund zur Wahl des Face-to-Face-Interviews war, dass ein persönliches Gespräch „irgendwie netter und schöner“ als ein Skype-Gespräch ist. Es kam des Öfteren zu Sätzen wie beispielsweise: *„Aber selbst wenn ich eine [Webcam] hätte, würde ich das persönliche Gespräch bevorzugen. Ich weiß nicht. Das hat irgendwie mehr. Dann ist man sich näher [...].“* (Interview 9) oder *„Ich find das persönliche irgendwie besser.“* (Interview 7) sowie *„Und ich finde persönlich ist einfach noch besser. Also, weiß nicht. Kriegt man nochmal einen anderen Eindruck, kann man nochmal was nachfragen.“* (Interview 2) Die Probanden, die solch ein Antwort nannten, konnten dies kaum begründen. Es war im Endeffekt intuitiv „einfach besser“. Da auch keiner der Teilnehmer im Vorfeld bereits einmal ein nicht-privates Gespräch über Skype geführt hat, geschweige denn in der Rolle eines Interviewees war, ist es vorstellbar, dass sich diese ein solches Gespräch aus Unwissenheit nicht vorstellen können und praktischerweise durch das Ausweichen auf ein persönliches Interview diese neue, unbekannte Erfahrung nicht nachgehen mussten. An-

dere nannten den Grund, dass es „einfach schöner“ wäre, da man den Gesprächspartner direkt sehen kann: *„Es war mir eigentlich egal aber ich finds dann irgendwie auch gut die Leute so wirklich dann zu sehen, oder ja.“* (Interview 4) sowie

P3: *„Aber ich finds auch immer besser mit Leuten persönlich zu sprechen, einfach ähm ja, also sonst sieht man ja dann immer nur so den Kopf [Interviewee zeigt mit ihren Händen um ihren Kopf] und irgendwie gar nicht so was liegt so drumherum und denkt sich so. Keine Ahnung. Ich find den Eindruck so realer.“* (Interview 3)

Die physische Anwesenheit bewirkt daher für einige Personen eine deutliche Erhöhung der Gesprächsqualität, weswegen sich gegen Skype entschieden wurde. Ein weiterer Grund, der bei einigen Probanden ausschlaggebend für ein persönliches Interview war, war, dass diese die Software Skype nicht besaßen. Die Hälfte derjenigen, die sich für das persönliche Interview entschieden, besaßen jedoch Skype und konnten auch mit dem Programm umgehen. Der dritte Grund, den einige Teilnehmer nannten, war die Angst vor technischen Schwierigkeiten. Diese konnten mit Sicherheit durch das persönliche Treffen vermieden werden.

6.1.1.2 Skype-Gruppe

Die drei Probanden, mit denen nach der selbstständigen Wahl ein Skype-Interview durchgeführt wurde, nannten jeweils unterschiedliche Gründe für ihre Entscheidung. P6 bevorzugte ursprünglich ein persönliches Treffen an der Universität. Nach längerem E-Mail-Kontakt gelang es nicht, einen passenden Termin zu finden. Ich erinnerte erneut an die Skype-Option, für die sich derjenige schließlich umentschied und anschließend schnell ein Treffen vereinbart werden konnte. Die Gründe für ein persönliches Interview deckten sich mit den bereits genannten Gründen der Face-to-Face-Gruppe. Jedoch fand der besagte Interviewee das Gespräch über Skype im Endeffekt gut. Auch hier war es der Fall, dass im Vorfeld noch nie ein qualitatives Interview, sowie ein nicht-privates Gespräch über Skype, geführt wurde. Aus der Unwissenheit und dem Gefühl, dass „ein persönliches Treffen irgendwie besser wäre“ entstand die Entscheidung für ein Face-to-Face-Interview, obwohl im Nachhinein das Skype-Gespräch ebenfalls für gut befunden wurde. Einem weiteren Interviewee war das ausgewählte Interviewdesign gleichgültig: *„Falls du meine Hilfe benötigst können wir uns gerne in der Universität treffen oder auch skypen, das ist mir ganz gleich.“* (E-Mailauszug P11) Daraufhin schlug ich ein Skype-Gespräch vor, um die bis dato kleine Vergleichsgruppe etwas aufzustocken. Dieses Beispiel zeigt, dass der Interviewee beide Designs gleichwertig wahrgenommen hat. Die dritte Interviewee hingegen begründete ihre Wahl durch ihre eigene Bequemlichkeit und Tagesaufteilung:

P1: *„Ja, ähm. Weil ich manchmal einfach ein bisschen bequem bin (lacht). Und ähm, ja, mir das einfach besser gepasst hat, weil ich - heute hat ich zum Beispiel einen freien Tag, das hab ich gestern erfahren - und da weiß ich manchmal noch*

nicht so genau "was mach ich jetzt?" oder ich entscheid mich dann spontan "ich geh jetzt doch nochmal einkaufen oder so" und dann find ich das immer ganz bequem wenn ich nicht noch im Hinterkopf haben muss "aber um 16 Uhr muss ich noch da und da hinlaufen und mich treffen" Also es ist nicht so, weil ich irgendwie persönlichen Kontakt scheue oder so.“ (Interview 1)

Der Textausschnitt zeigt, dass das Gespräch über Skype besser in den individuellen, eher spontanen, Tagesablauf des Interviewees passte und als weniger aufwändig wahrgenommen wurde.

Zwischenfazit

Insgesamt konnten leider weniger Respondenten als im Vorfeld erhofft für die Untersuchung gewonnen werden. Die Teilnahmebereitschaft an Skype-Interviews war vergleichsweise sehr gering. Es ist durchaus zu vermuten, dass dies weitestgehend an der Unbekanntheit dieser liegt. Da ein Interview, als auch ein Skype-Gespräch mit einer fremden Person, beides ungewöhnliche Situationen darstellen, wird diese Kombination als „[...] irgendwie komisch [...]“ (Interview 15) wahrgenommen und von den meisten Interviewees vermieden, wenn sie die Erhebungsform selbstständig bestimmen dürfen. Die Risikokalkulation der Interessenten bewirkt, dass dasjenige Design gewählt wird, welches weniger Unsicherheiten mit sich zieht. Um an dieser Stelle kurz auf die Theorie Goffmans (2003) Bezug zu nehmen: Vor dem eigentlichen Interview konnten die Personen die mögliche Situation (Interview per Skype) vermeintlich nicht deutlich genug definieren, weshalb folglich eine Unsicherheit bezüglich der eigenen Rolle vorausgesehen wurde. Dies kann zum einen die Folge der Verweigerung haben³², oder – wie in diesem Fall – das Ausweichen auf ein anderen Design, bei dem die Situation zuvor besser eingeschätzt werden kann. Natürlich gibt es auch Interviewees, denen die Software Skype schlichtweg nicht zur Verfügung steht. Wäre keine Design-Auswahl ermöglicht worden, hätten diese Personen nicht für die Studie befragt werden können. Es ist weiterhin die Überlegung nicht zu vernachlässigen, dass die geringe Responserate bezüglich Skype-Interviews ebenfalls an der untersuchten Zielgruppe liegen könnte. Stelle man sich die Rekrutierung beispielsweise von Informatik-Studenten vor, welche den Umgang mit dem PC gegebenenfalls als vertrauter und routinierter wahrnehmen, so hätte das Response-Ergebnis sich durchaus stark von den vorliegenden Ergebnissen unterscheiden können. Abbrüche gab es weder in der Skype,- noch in der Face-to-Face-Gruppe. Dies könnte daran gelegen haben, dass das Interview ohnehin ein sehr kurzes war (10 – 15 Minuten). Selbst bei einem Interview mit schlechter Internetverbindung, bei der das Gespräch ungewollt mehrfach unterbrochen wurde, wurde kein Interviewabbruch vom Interviewee vorgenommen.

³² Dies könnte ebenfalls ein Erklärungsansatz für die niedrige Responserate in der dritten Panelwelle sein, welche keine Möglichkeit der Face-to-Face-Befragung angeboten bekommen hat.

6.2 Rapport

Der Aufbau des Rapports begann bei beiden Gruppen gleich: Durch die Vorstellung meiner Person sowie der Studie haben bereits alle Personen, welche sich am Ende für ein Interview entschieden haben, einen ersten Eindruck von mir als späteren Interviewer gewinnen können. Bereits in diesen wenigen Minuten konnte der künftigen Rapport (asymmetrisch) eingeleitet werden. Auch beim folgenden E-Mail-Kontakt mit den Interessenten konnte dieser weitergeführt werden, jedoch nur über schriftliche Wege. Bei den eigentlichen Interviews unterscheidet sich der Rapport-Aufbau nur leicht zwischen den Gruppen. Bei der Face-to-Face-Gruppe war der erste persönliche Kontakt in der Regel in den Räumlichkeiten, beziehungsweise davor, wenn die Interviewees dort warteten. Während diese meist ihre Habseligkeiten (Jacke, Tasche) im Raum ablegten und schließlich Platz nahmen, konnte bereits miteinander gesprochen werden. Bei den Skype-Interviews entstand der erste Kontakt direkt im Skype durch die Webcam. Der jeweilige Interviewee und ich saßen uns quasi sofort „direkt gegenüber“.

Der Rapport beschreibt die positive Atmosphäre zwischen Interviewee und Interviewer. Diese ist schwierig zu analysieren, da dies in der Regel ein eher subjektives Empfinden der Beteiligten darstellt. Auch der Bezug im Gespräch aufeinander lässt sich nur schwer überprüfen. Es gestaltete sich als kritisch, bestimmte Anzeichen für positiven oder negativen Rapport im Vorfeld zu bestimmen. Um diesen dennoch in irgendeiner Form bewerten zu können, habe ich als Interviewerin direkt nach jedem Interview eine siebenstufige Skala verwendet, um die vorhandene Atmosphäre, sowie die Gesprächigkeit des Interviewpartners, zu bewerten. Diese vermitteln zweifellos einzig und allein die subjektive Einschätzung dieses durchaus diffusen Gefühls meinerseits, welche jedoch auch anregende Resultate liefern kann. Insgesamt wurde in der Skype-Gruppe die Atmosphäre für ein wenig besser befunden, als in der Face-to-Face-Gruppe. Der Durchschnittswert (Skala von 1 bis 7) lag in der Face-to-Face-Gruppe bei 6,1; bei den Skype-Interviews bei 6,6. Ebenso bei der Bewertung der Interviewee-Gesprächigkeit: Hier erhielt die Face-to-Face-Gruppe den Wert 5,6, verglichen zu dem Wert 6,1 der Skype-Gruppe. Diesen Daten fallen unter keinen Umständen stark ins Gewicht bei der Beurteilung, zeigen aber eine gewisse Tendenz, die idealerweise bei einer größeren Stichprobe erneut überprüft werden könnte³³. Jedoch darf erwähnt werden, dass die zwei Interviews, welche mit Abstand am längsten dauerten (circa 25 statt 10 bis 15 Minuten), in der Skype-Gruppe entstanden sind. Jedoch gab es in dieser Gruppe auch einen Fall, in dem der Rapportaufbau sich als durchaus schwierig herauskristallisierte: In diesem Interview gab es enorme technische Schwierigkeiten, welche dazu führten, dass die

³³ Bei weiteren Untersuchungen diesbezüglich würde es sich ebenfalls anbieten, nach den Interviews die Interviewees selbst um eine Beurteilung der Atmosphäre zu bitten. Auch zusätzliche textanalytische Verfahren empfehlen sich in Zukunft.

Skype-Verbindung des Öfteren unterbrochen wurde. Es erwies sich als schwer, eine harmonische Beziehung aufzubauen, wenn jederzeit eine erneute Unterbrechung befürchtet wird. Gerade als Interviewerin habe ich in diesem speziellen Fall die Anspannung meinerseits bemerkt. Nichtsdestotrotz blieb die Interviewee – trotz Störungen – freundlich und gelassen.

Zwischenfazit

Im Großen und Ganzen gab es in keiner der beiden Gruppen Fälle, bei denen tatsächlich ein negatives Verhältnis, Antipathie oder Missstimmung herrschte. In jedem Interview wurde unter anderem miteinander gelacht und freundlich umgegangen – was sich durchaus positiv auf den Rapport auswirkte. Personen, welche eher schüchtern auftraten und weniger gesprächig waren, gab es sowohl in der Face-to-Face- als auch in der Skype-Gruppe. Dennoch erschien mir als Interviewerin die Atmosphäre sowie die Gesprächigkeit der Interviewees in der Skype-Gruppe etwas besser. Diese Empfindung kann durch eine Vielzahl subjektiver Eindrücke beeinflusst worden sein (eigenes Gefühl der Privatheit, Umgang mit Skype, etc.), aber bezüglich der theoretisch begründeten Auswirkungen einer positiv wahrgenommenen Atmosphäre spielen die Ursachen vorerst keine Rolle. Die Tendenz, beziehungsweise Einschätzung, wäre es wert, erneut überprüft zu werden. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass der Rapportaufbau in beiden Gruppen gleichermaßen möglich ist, solange es keine Störungen der Interviewsituation gibt.

6.3 Setting

Das Interview-Setting stellt einen klaren Unterschied zwischen den beiden untersuchten Gruppen dar. Die Face-to-Face-Interviews wurden allesamt in der Universität durchgeführt. Am häufigsten wurde ein Büroraum verwendet, aber auch ein Konferenzraum sowie ein Seminarraum wurden für die Interviews herangezogen (je nachdem, welcher Raum zu besagten Zeit zur Verfügung stand). Da sämtliche Untersuchungspersonen Studenten der Universität Kassel waren, war die Umgebung keine unbekannte für die Interviewees. Sie mussten sich somit nicht an eine ungewohnte Umgebung anpassen, wie das beispielsweise in einem Labor oder fremden Bürogebäuden der Fall gewesen wäre. Sie bewegten sich innerhalb eines bekannten Rahmens, mussten somit die Situation „Universität“ nicht neu definieren (vgl. Goffman 2003) und konnten bekannte Rollenmuster verwenden. Die Skype-Interviews fanden dahingehend (wahrscheinlich) in den privaten Wohnungen der Interviewees statt. Die Umgebung war somit höchst bekannt und vertraut. Es darf jedoch nicht vergessen werden, dass ein Skype-Interview im Endeffekt nie an einem einzigen Ort stattfindet, sondern stets an zwei Orten (dem des Interviewees und dem des Interviewers). Als Interviewerin konnte

ich – je nach Sitzplatz des Interviewees – stets einen kleinen Ausschnitt der privaten Wohnung der Befragten sehen – wobei diese auch Einblicke in meine Räumlichkeiten bekamen.

Überträgt man die Ergebnisse von Elwood und Martin (2000), welche in dieser Arbeit bereits vorgestellt wurden, auf diese Untersuchung, so ließe sich daraus folgendes ableiten: Bei den Face-to-Face-Interviewees rückt die Rolle des „Studenten“ in den Fokus, da diese die herkömmliche Rolle in der Universität ausmacht. Während die eigenen vier Wände eher Ort der „Hinterbühne“ (vgl. Goffman 2003) ist und somit eher die private Rolle in den Vordergrund gerät. Auf diese Art und Weise lässt es sich – wie bereits einige Autoren bekräftigten – womöglich besser an private Informationen kommen. Passend dazu lassen sich erneut die zwei Interviews erwähnen, in denen die Interviewees deutlich mehr von sich aus erzählten als die Personen der Face-to-Face-Gruppe. Sie untermauerten ihre Aussagen stark mit Beispielen aus ihrer Familie oder sonstigen privaten Informationen, wie ein ausgewähltes Beispiel aus Interview 6 zeigt:

I: Okay, gut. Und aus welchen Gründen hast du dich denn für einen pädagogischen Studiengang entschieden? Das würde mich interessieren.

P6: „Ja, ähm. Also da gibts mehrere. Also einerseits ähm, ich sag mal so, familiäre Vorbelastung ein bisschen (lacht). Also meine Mutter hat Pädagogik studiert, also ist zwar jetzt nicht direkt als Pädagogin in dem Sinne tätig, aber sie macht eine Hausaufgabenbetreuung in einer Grundschule und so einen Spielkreis. Ja und ähm sonst eben auch ähm durch meinen Sportverein. Also ich hab da ziemlich lange Jahre und nach wie vor im Moment noch ein bisschen im Jugendausschuss ähm eine Tätigkeit gehabt und hab da mal bei Ferienspielen zum Beispiel Kinder betreut. Jo, und dann kommt halt noch hinzu, dass ich prinzipiell ganz gerne, ja, Wissen vermittel bzw. recht früh gemerkt habe, dass ich ganz gut eben Sachverhalte erklären kann etc. Ich geb auch schon lange Nachhilfe.“ (Auszug Interview 6)

Diese Antwort ist deutlich ausführlicher und mit tieferen Informationen besetzt als die Antworten anderer Interviewees. Als Vergleichsbeispiel möchte ich die Antwort auf dieselbe Frage einer anderen Person zeigen, welche ein persönliches Interview gewählt hat:

P12: „Ähm ja, das war halt das eigene Interesse einmal von mir, ähm, dann teilweise, also meine Mutter ist Erzieherin, das geht ja auch so leicht in die Richtung. Ähm und ich hab halt selber auch viele Praktika in Grundschule und im Hort und auch eins in einem Kindergarten absolviert. Und ähm besonders halt das in der Grundschule und im Hort die Altersgruppe die hat mir halt zugesagt, deshalb hab ich mich entschieden Grundschullehramt zu studieren, oder so in die pädagogische Richtung zu gehen.“ (Auszug Interview 12)

Die Befragten beschreiben sehr ähnliche Beweggründe für ihre Studienwahl: Familiäre Gründe, bisherige Tätigkeiten sowie eigenes Interesse. Nur fällt auf, dass P6 deutlich ausgeschmücktere Auskünfte gibt als P12. Dieses Beispiel würde die Theorie von Elwood und

Martin (2000) tatsächlich unterstützen. Es bedarf selbstverständlich intensiverer und zielgerichteter Forschung, ob diese Besonderheit tatsächlich vom jeweiligen Setting abhängig war, oder ob dieses Beispiel eine gewisse Zufälligkeit, beziehungsweise Einmaligkeit, darstellt, aufgrund von charakterlichen Unterschieden zwischen Individuen. Es lässt sich dazusagen, dass nicht alle Skype-Interviewees solch ausführliche Antworten von sich gaben. Das genannte Beispiel verdeutlichte jedoch eventuelle Unterschiede.

Zwischenfazit

Da der hier durchgeführte Leitfaden eher wenig auf private Informationen der Befragten abzielte, konnte das genannte Phänomen (settingabhängige Äußerungen) nicht intensiv genug untersucht werden. Dazu bedarf es anderen Vorgehensweisen, eventuell inspiriert durch die bereits durchgeführte Untersuchung von Elwood und Martin (2000). Da es jedoch auch in der kleinen Stichprobe dieser Studie bereits Anzeichen bezüglich der unterschiedlichen Informationstiefe zwischen den Gruppen zu erkennen gibt, darf (eher oberflächlich) angenommen werden, dass das Setting durchaus einen Einfluss auf die Datendichte ausübt. Skype-Interviews würden somit, verglichen mit Face-to-Face-Befragungen, in einer privaten Umgebung, tiefere Einblicke in die Thematik gewährleisten. Weitere Forschung, mit gezieltem Blick auf dieses Phänomen, wäre wünschenswert.

6.4 Selbstdarstellung des Interviewten

Der hier angesprochene Punkt überschneidet sich größtenteils mit den bereits vorgestellten Ergebnissen. Bezogen auf Goffmans (2003) Rollentheorie kann gesagt werden, dass jedes Skype- sowie Face-to-Face-Interview eine klassische Interview-Situation darstellte. Es gab keine Unstimmigkeiten bezüglich der Situationsdefinition. Die Erwartungen an die Situation wurden somit stets erfüllt und diesbezüglich gab es keine Auffälligkeiten oder Unterschiede zwischen den Gruppen. Um sich auf die Vorder- und Hinterbühnen-Thematik von Goffman (2003) zu beziehen, ist zu sagen, dass die Rollen der Vorderbühne mehr und mehr abgelegt werden, umso intimer die Beziehung (Rapport) zwischen Interviewer und Interviewee ist. Der Rapport beeinflusst somit die Selbstdarstellung des Interviewees. Anstatt die Rolle einzunehmen, die einem öffentlichen Publikum gewidmet ist, kann so eventuell eine tiefere emotionale Beziehung geschaffen werden, wodurch der Interviewee eher dazu bereit ist, hinter seine Fassade blicken zu lassen. Man sieht hier deutlich, wie verwoben die einzelnen Aspekte, wie Selbstdarstellung und Rapport, miteinander sind. Der in dieser Studie verwendete Leitfaden verfolgte leider nicht das Ziel, möglichst intime Informationen der Befragten zu erhalten, weswegen diesbezüglich keine anschaulichen Ergebnisse präsentiert werden können. Einzig die bereits erwähnten zwei Skype-Interviews, in denen die Interviewees deutlich detaillierter auf

die Fragen antworteten als die restlichen Befragten, könnten an dieser Stelle herangezogen werden. Aufgrund der geringen Fallzahl kann jedoch auch hier nicht ausgeschlossen werden, dass diese Interviewees nicht auch in einem persönlichen Interview gleichermaßen geantwortet hätten. Sollte dies jedoch kein Zufall gewesen sein, so ließe sich unter anderem damit erklären, dass man in Skype-Interviews durchaus dazu in der Lage ist, engere Beziehungen untereinander aufzubauen, welche wiederum zu einem höheren Informationsfluss führt. Angelehnt an die zuvor vorgestellten Ergebnisse von John A. Bargh et al. (2002) in Kapitel 3.5.4, der herausfand, dass Online-Chats zu schnelleren Freundschaftsbeziehungen führen, könnte dies ebenfalls durch Skype-Interviews befürwortet werden. Allerdings sollten bezüglich dieser Ergebnisse keine zu starken Schlüsse angenommen werden. Es benötigt auch bezüglich „Selbstdarstellung“ zielgerichteter Forschung.

Zwischenfazit

In der vorliegenden Untersuchung konnte kein gravierender Unterschied zwischen den untersuchten Gruppen bezüglich der präsentierten Selbstdarstellung festgestellt werden, weswegen von einer Gleichheit ausgegangen werden kann. Ob Skype-Interviews nicht eventuell doch eine aufgeschlossenerere Selbstdarstellung gegenüber Face-to-Face-Interviews aufweisen (schließlich ist eine Tendenz erkennbar), gilt es in Zukunft näher zu untersuchen. Es ist – theoretisch – durchaus vorstellbar. Vor allem für narrative Interviews wären demnach Skype-Gespräche gut geeignet. Wichtig an dieser Stelle ist jedoch fürs Erste, dass Skype-Interviewees dem Anschein nach keine negativere Selbstdarstellung als Face-to-Face-Befragte aufweisen.

6.5 Soziale Erwünschtheit und soziale Entkontextualisierung

Wie zuvor erklärt, ist es in der qualitativen Forschung besonders schwer, sozial erwünschtes Verhalten der Befragten zu erkennen. Aus diesem Grund ließ sich an dieser Stelle nur nach besonderen Auffälligkeiten beim Beantworten der sensiblen Frage suchen. Die Frage hatte das Ziel, die Befragten kurz aus dem Konzept zu bringen und eventuell eine unangenehme Situation zu schaffen. Die Reaktionen diesbezüglich könnten möglicherweise sozial erwünschtes Verhalten andeuten.

Letztendlich wirkte der Großteil nicht verunsichert durch die Frage nach dem Konsum nach aufputschenden Medikamenten, wie beispielsweise Ritalin. Ob die Interviewees solche Mittel bereits genommen haben, wurde zu 100% mit „Nein“ beantwortet. Auch bei der Frage nach der Konsum-Bereitschaft antwortete in der Regel die Mehrzahl kurz, schnell und sehr entschlossen, dass dies für sie nicht in Frage käme. Hier einige Beispiele:

P14 (Skype): Ne (lacht). Das würd ich, nee. Dann würd ich glaub ich lieber aufhören zu studieren. Also wenn es soweit kommt. Ja.

P1 (Skype): Nee (lacht). Da würd ich lieber zwei Kurse weniger in einem Semester nehmen damits nicht so stressig wird, anstatt das zu machen. Nee.

P16 (Skype): Da würd ich eher einen Gang zurück schalten und ein bisschen langsamer machen oder so. Ähm aber Medikamente würd ich auf gar keinen Fall nehmen. Weil ich nicht, ich denk das ist nicht Sinn der Sache.

P2 (FTF): Ne. Ich muss ehrlich sagen, da würd ich lieber eine Vorlesung schieben oder ein Semester länger machen, aber sowas würd ich nicht machen.

P4 (FTF): [...] Also ich bin da auch komplett abgeneigt (lacht). [...] Ne auf keinen Fall, ne. Dann lieber irgendwie später die Prüfungen schreiben oder sowas.

Diese ausgewählten Beispiele stehen exemplarisch für die Meinung des Großteils der Interviewees aus beiden Gruppen. Diejenigen, die eine solche Antwort gaben, formulierten diese sehr schnell und wirkten somit sehr gefestigt in ihrer Meinung. Befragte, die auf die Frage etwas abweichend zum Rest reagierten, gab es ebenfalls in beiden Vergleichs-Gruppen. Beispielsweise gab es zwei Face-to-Face-Interviewees, welche den möglichen Konsum nicht ausschließen möchten, wie das folgende Beispiel deutlich macht:

P10 (FTF): Ja okay, ich trink dann immer Kaffee (lacht). Äähm, nee. Also (Pause) hm. Also ich würd erstmal sagen nein, aber (Pause) ich weiß nicht ob ich das unbedingt ausschließen würde. Also ich bin eigentlich sehr, ähm, nicht unbedingt stressanfällig. Ich kann damit ganz gut umgehen. Also ich brauch auch eigentlich Stress um arbeiten zu können. Aber ich bin halt sehr ehrgeizig und ja, also, eigentlich kann ichs mir nicht vorstellen, aber (Pause) ...

I: Willst es nicht ausschließen?

P10: Ja. (Auszug Interview 10)

Mehrere Pausen des Interviewee machen – neben der direkten Aussage – die Unentschlossenheit bezüglich des Konsums aufputschender Medikamente deutlich. Ein anderer Face-to-Face-Interviewee verstand den Inhalt der Frage interessanterweise anders als der gesamte Rest. Sie nahm Ritalin als Medikament nicht als besonders kontrovers wahr, eher als gleichgestellte Arznei mit pflanzlichen Beruhigungspillen, wie beispielsweise Baldrian. Somit war ihre Antwort auf einen vorstellbaren Konsum: *P12: „Ja ich muss sagen, wenn es gar nicht geht, wenn ich wirklich denke so, anders geht's nun wirklich nicht, dann würd ich das vielleicht mal ausnahmsweise nehmen (lacht) [...] Aber nichts härteres als das (lacht). Sagen wirs mal so.“* Hier unterscheidet sich die Wahrnehmung der Interviewee deutlich von denen der restlichen Befragten. Zuletzt sind drei Interviewees zu nennen, welche bei der Beantwortung der Frage anders vorgingen, als alle anderen. Während der Großteil typischerweise mit „Nein, da würde ich lieber ein Semester länger studieren“ antwortete, gab es sowohl in der Face-to-Face- als auch in der Skype-Gruppe Personen, die sofort mit Beschreibungen des eigenen Charakters und Lebensalltags vorgingen. Beispielsweise erzählte P3 (Face-to-

Face), dass sie Stress seit jeher gewohnt ist und im Notfall Entspannungsübungen durchführt. Auch P6 (Skype) bettet eigene, persönliche Informationen in die Antwort mit ein: „Aber, ich bin jetzt im sechsten [Semester] und werd dann wahrscheinlich im neunten Semester fertig, was ich vollkommen okay finde zwei Semester länger zu studieren und dafür weniger Stress zu haben.“ Diese zwei Antwortformen, welche sich offensichtlich von der Mehrheit unterscheiden, kamen dennoch in beiden Interviewdesigns vor. Die außergewöhnlichste und persönlichste Antwort bot jedoch P9 (Face-to-Face), welche unaufgefordert ihre bisherigen Erfahrungen zum Drogenkonsum mitteilte:

P9: Ich bin generell nicht so mit Drogen. Also, ich trinke ab und zu mal ein Glas Alkohol, ein Glas oder zwei. Ich rauche nicht, ich habs mal probiert, ich kann nicht rauchen. Deswegen ist Kiffen für mich nicht drin und der Rest, ist ja auch nicht aufputschend oder so. Und ansonsten, zu viel Angst um Drogen zu nehmen tatsächlich. (Auszug Interview 9)

Hier ist kein Effekt der sozialen Erwünschtheit zu erkennen, wobei natürlich eine Antwortverzerrung nie zu 100% ausgeschlossen werden kann. Das erbrachte Verhalten lässt jedoch keinen direkten Verdacht auf soziale Erwünschtheit zu, da die Aussage nicht künstlich oder beschönigt bezüglich eines gesellschaftlichen Ideals wirkt. Die Befragten, welche den Drogenkonsum bezüglich der eigenen Leistungssteigerung nicht vollständig ausschließen wollten, wirkten – verglichen mit dem Rest – lediglich unentschlossener in ihrer Meinung. Kein Befragter antwortete beispielsweise: „Ja, ich würde auf jeden Fall Ritalin nehmen wenn ich die Möglichkeit dazu hätte!“

Der Effekt der sozialen Entkontextualisierung ist in keinem der Interviews erkannt worden. Nach der Definition dessen hätte dies bedeutet, dass ein Interviewee seine Konsumangaben überspitzt zur umliegend herrschenden Norm dargestellt hätte. Dies war in keinem der Interviews der Fall.

Zwischenfazit

Zusammengefasst lässt sich bezüglich dem Effekt der sozialen Erwünschtheit sagen, dass es dem Anschein nach keine auffälligen Verhaltensweisen bezüglich der gestellten sensiblen Frage gegeben hat, weder in der Skype- noch in der Face-to-Face-Gruppe. Jede mögliche Antwort hätte theoretisch eine negative Sanktion mit sich ziehen können: Bei der Verneinung des Drogenkonsums beinhalteten die meisten Antworten den Fakt, dass sie lieber länger studieren würden. Dieser Umstand würde in gewisser Maßen ein „Versagen“ bezüglich der Studienregelzeit bedeuten. Kann der Konsum nicht ausgeschlossen werden, so besteht letztendlich die Gefahr des Ansehensverlustes gegenüber dem Publikum, wenn die vorherrschende Norm den Konsum verurteilt (siehe Kapitel 3.5.4). Da nach der Rational-Choice-Theorie versucht wird, negative Konsequenzen zu vermeiden, wägt jede Person für sich das

Kosten-Nutzen-Verhältnis ab (siehe Kapitel 3.5.5). Da der Großteil bei der Beantwortung der sensiblen Frage gegen einen solchen Konsum aussprach, ist davon auszugehen, dass Drogenkonsum ebenfalls höhere negative Sanktionen mit sich zieht, als das Verlängern der Studienzzeit. Bezüglich des Antwortverhaltens gab es in keiner der Gruppen Unterschiede, weshalb an dieser Stelle davon ausgegangen wird, dass persönliche Interviews, sowie Skype-Interviews gleichermaßen anfällig – beziehungsweise nicht anfällig – auf Antwortverzerrungen sind.

Der Effekt der sozialen Entkontextualisierung – welcher der Theorie nach eher in Online-Kommunikationen vorkommt – konnte in keinem der Interviews vermutet werden. Hauptgrund für das Auftreten dieses Effektes war die Anonymität. Diese kann in Skype-Gesprächen jedoch anders als in Chatrooms wahrgenommen werden, da sich die Gesprächspartner visuell „Angesicht zu Angesicht“ gegenüber sitzen. Wahrscheinlich ist auch ein anderer Ansatz in der Vorgehensweise nötig, um diesen Effekt näher zu untersuchen – beispielsweise durch Experimente, etc.

Am Ende muss jedoch auch ein Faktor eingestanden werden, der möglicherweise das Untersuchen der sozialen Erwünschtheit erschwert hat. Im Nachhinein ist es zu vermuten, dass die konstruierte sensible Frage nicht heikel genug war, um tatsächliche Effekte beobachten zu können. Nachdem der Großteil der Befragten sehr entschlossen und überzeugt die sensible Frage verneinten, war der Verdacht nahe, dass dies an der speziellen Befragungsgruppe liegen könnte. Befragt wurden durchgängig Grundschullehramtstudierende. Es ist durchaus annehmbar, dass Personen, die sich für ein solches Studium entscheiden, bestimmte Persönlichkeitsmerkmale und Vorbildfunktionen aufweisen, die von Anfang an Drogenkonsum verurteilen, was die eher einseitigen Ergebnisse erklären würde. Ob dieselben Ergebnisse auch bei Befragten anderer Studiengänge entstanden werden, ist an dieser Stelle nicht abschätzbar. Nichtsdestotrotz konnten keine Auffälligkeiten in den Vergleichsgruppen beobachtet werden, weswegen nun in dieser Untersuchung davon ausgegangen wird, dass Skype- und Face-to-Face-Interviews gleichermaßen empfänglich für sozial erwünschtes Verhalten sind. Um dieses Ergebnis allerdings mit höherer Entschlossenheit bekräftigen zu können, ist weitere Forschung diesbezüglich dringend erforderlich.

6.6 Anonymität

In Skype-Interviews werden zwei Kommunikationskanäle vermittelt: Der visuelle, sowie der auditive. Machen wir die Anonymität von den jeweiligen Kanälen abhängig, so würde dies bedeuten, dass Befragte in Skype-Gesprächen durchaus anonym sind als in persönlichen Unterhaltungen. Von Bedeutung ist jedoch das subjektive Empfinden der Interviewees. Nur dieses entscheidet über das letztendliche Anonymitätsgefühl in einem Interview. Jeder Inter-

viewee wurde von mir (während der Rekrutierung in den Veranstaltungsräumen und durch die verteilten Flyer) darauf aufmerksam gemacht, dass die gesammelten Daten selbstverständlich nur in anonymisierter Form dargestellt werden würden. Aus diesem Grund gab es kein weiteres Hinweisen, beispielsweise unmittelbar vor dem Interview. In den Interviews gab bezüglich der Anonymität nur zwei Auffälligkeiten. Interviewee P10 (Face-to-Face-Interview), welche den Konsum von aufputschenden Medikamenten nicht völlig ausschließen wollte, vergewisserte sich nach ihrer Antwort nochmals bezüglich der Anonymität mit der Frage: „Ist ja anonym, nicht? (lacht)“ Dass diese Frage überhaupt vom Interviewee gestellt wurde, zeigt deutlich, dass ein Zuordnen ihrer Person zur vorherigen Antwort nicht gewünscht ist. Die Kontroverse ihrer Aussage und die Möglichkeit negativer Sanktionen scheint bewusst zu sein. Durch das Nachfragen wird in gewisser Art und Weise zugegeben, dass bestimmte Werte und Normen nicht eingehalten wurden. Nichtsdestotrotz erscheint die subjektive Anonymität hier hoch, obwohl ich als Interviewerin der Person direkt gegenüber saß.

Einen zweiten Hinweis auf die wahrgenommene Anonymität gab es in einem der Skype-Interviews. Am Ende gab es die Frage meinerseits, wie die Interviewee das Skype-Gespräch letztendlich empfand. Daraufhin reagierte die Befragte P15 zunächst mit der kurzen Aussage, dass sie die Art und Weise des Interviews gut fand. Unaufgefordert sprach sie jedoch noch zusätzlich über das Anonymitätsgefühl in einem Skype-Gespräch:

P15: Ja. Ähm. Aber ich kann auch trotzdem sehr gut nachvollziehen, dass andere Leute das abschreckt, weil sie vielleicht sagen ich will nicht irgendwie zuhause sitzen mit meinem privaten Hintergrund und so und mich dann mit der Person über Skype treffen, die dann auch noch meinen Account hat. Und ich glaube was am allerehesten abschreckt ist, dass man dann eine Videoaufnahme von der Person hat und das nicht wie bei einem, nur einem Tonbandinterview, einfach nur, ich glaub da hat man das Gefühl dass man da nochmal anonym ist, wenn es nur auf Tonband aufgenommen wird. (Interview 15)

In dieser Aussage stecken bezüglich der wahrgenommenen Anonymität viele Informationen. P15 erwähnt drei wichtige Gründe, die die subjektive Anonymität tatsächlich beeinflussen können. (A) Der Einblick in das private Umfeld eines Interviewees; (B) das Mitteilen des Nutzeraccounts des Interviewees und (C) die Aufnahme des gesamten Skype-Gesprächs, inklusive der Videoübertragung. Bezüglich (A) lässt sich sagen, dass der Interviewee selbst dazu in der Lage ist zu entscheiden, was die andere Person (in diesem Fall der Interviewer) durch die Webcam-Übertragung sehen kann – solange dieser die Position der Webcam im Raum verändern kann. In vier der durchgeführten Skype-Interviews waren tatsächlich Teile des Raumes sichtbar, inklusive Schränke, Tische oder Poster. Die Interviewee beispielsweise, welche das eben erbrachte Zitat von sich gab, platzierte sich direkt vor einer weißen Wand. Hier war es nicht möglich, persönliche Gegenstände zu sehen. Genauso war es bei der Interviewee, welche ihr Smartphone für das Interview nutzte: Durch die Frontkamera ihres

Smartphones – welches sie in der Hand direkt vor sich hielt – konnte ich einzig ihr Gesicht sehen. Der genannte Grund (B) lässt sich vermeiden, wenn in Zukunft vor dem Skype-Interview explizit auf den Umgang mit dem Nutzeraccount eingegangen wird. Es kann zum Beispiel betont werden, dass nach dem geführten Interview der Benutzername aus der Skype-Kontaktliste entfernt wird³⁴. Während der Erhebung selbst kann jedoch der Zugriff auf das öffentliche Profil des Interviewees von Vorteil sein. Da das Profil selbst gestaltet wurde, sind somit auch nur Informationen verfügbar, welche die besagte Person selbst bestimmt hat. In einem Profil eines Interviewees konnte das Alter durch das Profil nachvollzogen werden, in der Regel waren jedoch keine privaten Informationen in den Profilen verfügbar. Der erwähnte dritte Grund (C) ist durchaus nachvollziehbar. Auch hier besteht jedoch die Möglichkeit, sich den Wünschen des Interviewees anzupassen. Zu Beginn jedes Interviews (sei es ein persönliches, oder ein Skype-Interview) sind die Interviewer dazu verpflichtet, die Befragten um Erlaubnis zu bitten, die Gespräche aufzeichnen zu dürfen. Diese Frage kann ein Interviewee selbstverständlich verneinen, wenn eine Aufzeichnung des Gespräches nicht erwünscht ist. Das Programm Pamela, welches in dieser Untersuchung zum Aufzeichnen genutzt wurde, bietet zusätzlich die Möglichkeit, innerhalb einer Video-Unterhaltung einzig den Ton aufzunehmen. Ist ein Interviewee also mit der Tonaufnahme einverstanden, jedoch nicht mit der Videoaufzeichnung, so kann der Interviewee auf diesen Wunsch eingehen und die Videoaufzeichnung ausschalten. Eine solche Bitte gab es in den hier durchgeführten Skype-Interviews nicht. Das genannte Problem (C) ist somit auch vermeidbar. Wichtig ist, den Interviewees diese Möglichkeiten im Vorfeld zu nennen, damit diese nicht aufgrund falscher Vermutungen Entscheidungen bezüglich der Interviewteilnahme oder ihrem Verhalten fällen. Weiterhin kann das Thema der Anonymität theoretisch betrachtet werden: Durch den Kontakt per Skype ist es durchaus möglich, nichts anderes als den Skype-Accountnamen einer Person zu kennen. Vorstellbar bei besonders sensiblen Themengebieten, muss ein Interviewee weder seine Adresse, seinen Wohnort oder seinen Namen mitteilen. Es muss nicht einmal das Land dem Interviewer bekannt sein, wenn sich bereits auf eine gemeinsame Sprache geeinigt wurde. Dies bedeutet eine enorm hohe Anonymität. Auch kommt hinzu, dass sich ein Interviewee – in seinem eigenen Zuhause – vor der Webcam darstellen kann wie er oder sie es möchte. So könnte ein Interview per Skype das eigene Wohlbefinden steigern und folglich auch die Interviewqualität. Das subjektive Anonymitätsgefühl ist in diesen Beispielen durchaus hoch, womit womöglich mehr Interviewpartner gewonnen werden könnten.

34 Falls der Interviewee dennoch die Befürchtung haben sollte, der Interviewer könnte erneut versuchen, Kontakt über Skype aufzunehmen, besteht immernoch die Möglichkeit, einen Nutzer zu blockieren. Somit kann dieser keine Kontaktversuche mehr unternehmen.

Zwischenfazit

Die empfundene Anonymität kann sich zwischen Face-to-Face- und Skype-Interviews tatsächlich unterscheiden. Obwohl in einem persönlichen Treffen Interviewer und Interviewee direkten Kontakt erfahren, kann dieses als anonym empfunden werden als ein Skype-Interview, bei dem der Interviewer unter Umständen Einblicke in das private Umfeld des Interviewees bekommen kann. Es hat sich in einem Gespräch herausgestellt, dass es tatsächlich Ängste diesbezüglich gibt. Diese sind jedoch, wie herausgefunden wurde, allesamt neutralisierbar, wenn der Gesprächspartner im Vorfeld diesbezüglich aufgeklärt wird und somit ein Misstrauen gar nicht erst aufbauen kann. Nichtsdestotrotz darf das Gegenteil – dass sich Befragte in Skype-Gesprächen (gleichermaßen) anonym fühlen – nicht ausgeschlossen werden. Abgesehen vom besprochenen Inhalt ist der Skype-Kontakt tatsächlich objektiv anonymmer als ein persönlicher (vgl. Taddicken 2009). Da jedoch das subjektive Anonymitätsgefühl nicht explizit abgefragt wurde, konnten nur Auffälligkeiten diesbezüglich betrachtet werden, welche insgesamt sehr wenige waren. Dass eine Person mitteilte, sie fühle sich per Skype anonym, ist – auch aufgrund des Leitfadens – zwar nicht vorgefallen, darf jedoch dennoch nicht ausgeschlossen werden. Für zukünftige Forschungen würde sich eine Untersuchung dessen gut anbieten. Als wichtige Erkenntnis in dieser Untersuchung kann festgehalten werden, dass Unsicherheiten bezüglich der Privatsphäre in Skype-Gesprächen durchaus möglich sind, diese jedoch mit ausreichender Aufklärung im Vorfeld beseitigt werden können. Sind diese eliminiert, so kann das subjektive Anonymitätsgefühl dem eines Face-to-Face-Interviews sehr ähneln, oder ganz und gar stärker ausgeprägt sein – je nach Sensibilität des Gesprächsthemas.

6.6.1 Einschub: Skypes Imageproblem

Bestimmte Ereignisse in der Vergangenheit können einen erheblichen Einfluss auf das Anonymitätsgefühl in Skype-Konversationen ausgeübt haben. Gemeint sind an dieser Stelle die NSA-Skandale, welche vor wenigen Jahren veröffentlicht wurden. Wie sich herausstellte, war auch die Software Skype in den Skandal verwickelt. Die besagten Enthüllungen des Whistle-Blowers Edward Snowden im Jahr 2013 gaben an, dass (Video-)Gespräche und Chatverläufe in Skype mit Hilfe des PRISM-Programmes gesammelt und von der *National Security Agency* analysiert wurden (vgl. Greenwald et al. 2013). Diese Aufdeckung hat dafür gesorgt, dass – ein Jahr nach dem Skandal – 87% der deutschen Bevölkerung der Meinung waren, ihre persönliche Daten seien im Internet nicht sicher (vgl. bitkom.org 2014). Mittlerweile steigt das Vertrauen wieder: Die Anzahl derer, die sich sicher fühlen, erhöht sich leicht; im August 2014 empfanden 16% der Deutschen das Internet sicher bezüglich ihrer persönlichen Daten (vgl. bitkom.org 2014). Edward Snowdens Aufklärungen haben mit großer Si-

cherheit auch einen Einfluss auf so manchen potenziellen Skype-Interviewee. Gerade bei sensiblen und heiklen Themen ist es durchaus vorstellbar, dass das entstandene Misstrauen gegenüber der Datensammlung im Internet einen Einfluss auf die Responserate oder das Befragtenverhalten ausübt.

6.7 Aufzubringender Aufwand

In diesem Kapitel soll der erbrachte Aufwand für die beiden Interviewformen betrachtet werden; zum einen von der Seite als Interviewer, zum anderen von der Seite der Interviewees.

- *Aufwand als Interviewer*

Ich als Interviewerin kann im Allgemeinen vorweg sagen, dass der erbrachte Aufwand bei den Skype-Interviews deutlich geringer war, als bei den Face-to-Face-Interviews. Folgende Beispiele sollen dies demonstrieren: Es musste kein Raum im Vorfeld an der Uni organisiert werden (dazu gehörte das Prüfen der Verfügbarkeit, das Holen des Schlüssels sowie dessen Rückgabe). Somit hing der letztendlich ausgemachte Termin einzig von der vorhandenen Zeit der Gesprächspartner ab, nicht von der Verfügbarkeit der Räumlichkeiten, was durchaus als angenehm empfunden wurde. So konnte zum Beispiel ein Skype-Interview erst am Abend um 21 Uhr zu geführt werden, was an der Universität nicht machbar gewesen wäre. Die nächste Aufwandsersparnis bezog sich auf das Incentive, den Amazon-Gutschein. Dieser musste bei den persönlichen Treffen im Vorfeld zunächst ausgedruckt werden. Bei den Skype-Gesprächen war dies nicht notwendig, schließlich wurde die Datei per Skype versendet. Um während des Interviews nicht von einer schlechten Ton- und Videoqualität der Skype-Übertragung überrascht zu werden, wurde dies vor jedem Interview kurz überprüft. Hierzu empfahl sich der interne Sound-Test-Service von Skype, mit dessen Hilfe die eigene Tonqualität im Vorfeld begutachtet und gegebenenfalls verbessert werden konnte. Eine der größten Erleichterungen bei den Skype-Interviews war das Ausbleiben der An- und Abreise. Die Zeit, welche allein für den Weg hin zur Universität und wieder zurück gespart wurde, schuf eine große Zeitersparnis. Selbst ein Interviewee sah von sich aus, ohne Anmerkung meinerseits, den Vorteil von Skype-Interviews für mich: *„Also ich denk mal du hast dir dabei gedacht, dass es leichter terminlich zu vereinbaren ist, wenn man das schneller Mal zwischendurch schieben kann.“* (Interview 15) Des Weiteren war diese Reise-Einsparung ein großer Vorteil in einer Situation, welche regelmäßig in sozialwissenschaftlicher Forschung auftritt: Nämlich dann, wenn der Interviewee nicht zum vereinbarten Termin erscheint. Dies geschah während der Feldphase einmal, zog jedoch, da weder Anreise noch Raumreservierung notwendig war, keine negativen Konsequenzen nach sich. Der besagte Interviewee wurde anschließend per Mail erneut kontaktiert, ein neuer Termin konnte gefunden werden und das Interview wurde – ohne zusätzlichen Aufwand – an einem späteren Zeitpunkt durch-

geführt. Die Auswertung der Interviews gestaltete sich in beiden Vergleichsgruppen ähnlich, wobei auch hier die Skype-Gruppe einen Vorteil mit sich brachte: Die aufgezeichnete Skype-Datei war sofort auf dem PC verfügbar und musste nicht erst – wie in der Face-to-Face-Gruppe – von dem Diktiergerät auf den PC übertragen werden. Daran anknüpfend sorgten die vorhandenen Gespräch-Videos besser als die Tondateien dafür, dass ich mich als Interviewerin leichter erneut in die jeweilige Interviewsituation hineinversetzen konnte und somit an bestimmte Einzelheiten erinnern konnte. Mit Hilfe des Videos konnte quasi die gesamte Interviewsituation erneut durchlebt werden, wenn gewollt. Dieser Fakt erwies sich während der Analyse als vorteilhaft, beispielsweise um einige Auffälligkeiten (vor allem visuelle) – welche eventuell in der Zwischenzeit vergessen wurden – erneut, und eventuell genauer, betrachten zu können. Einen Punkt, bei dem gesagt werden könnte, dass Skype-Interviews mehr Aufwand als persönliche Befragungen mit sich brachten, konnte von der Interviewerseite nicht gefunden werden.

- *Aufwand als Interviewee*

Andeutungen der Interviewees bezüglich dem aufgebrauchten Aufwand für das Interview unterscheiden sich innerhalb der Skype- und Face-to-Face-Gruppen. Der Großteil der Skype-Interviewees meinte, dass sie das Interview von zu Hause aus praktischer fanden als extra zur Universität zu müssen: „*Ja aber warum nicht. Ist ja praktisch.*“ (Interview 15); „*Und ähm, ja, mir das einfach besser gepasst hat, weil ich [...] nicht noch im Hinterkopf haben muss 'aber um 16 Uhr muss ich noch da und da hinlaufen und mich treffen.'*“ (Interview 1) sowie:

P16: Ja find ich vollkommen in Ordnung, weil vor allem wenn das jetzt nicht ein Interview ist was zwei Stunden dauert find ich das einfach praktisch. Also für dich und auch für die Leute die mitmachen, ähm, weils einfach viel zeitaufwändiger wär - man muss ein Termin finden, man muss dahinfahren wo man sich trifft. Ich find das gut, also ich würd das auch so machen an deiner Stelle. (Interview 16)

Zwar erwähnt hier die Interviewee (die übrigens Skype am Smartphone benutzte), dass sie sich ein längeres „zwei Stunden“-Interview jedoch nicht auf diese Art und Weise vorstellen könnte. Bis auf einen Skype-Interviewee fanden alle anderen der Gruppe diese Methode durchaus bequem und wenig aufwändig³⁵. Der Befragte P6 war derjenige, der sich ursprünglich für ein persönliches Treffen entschied, am Ende jedoch Skype wählte, da so eher ein geeigneter Termin gefunden werden konnte. Dieser teilte mir folgendes mit:

P6: [...] das ist ja dann auch immer so eine technische Komponente sag ich mal, weil ich Skype schon ewig nicht benutzt hatte musst ich dann erst mal wieder ein bisschen gucken äh, und nochmal ein neues Passwort und so, das war dann..

I: Achso.

P6: Das war prinzipiell natürlich dann doch eigentlich alles easy machbar aber so

³⁵Eine Interviewee betonte, dass ihr das durchgeführte Methode gleichgültig war, weswegen davon ausgegangen werden kann, dass ihr beide Methoden gleichermaßen aufwändig erschienen.

im Vorhinein hab ich dann gedacht, ach naja, vielleicht persönliches Gespräch einfacher und ja. (Auszug Interview 6)

Dieser gibt zu, dass er zu Beginn dachte, ein persönliches Treffen wäre weniger aufwändig, was daran lag, dass das Skype-Passwort neu beantragen werden musste. Dies macht ein Problem bei Nutzern deutlich, die Skype nicht regelmäßig nutzen. Der Aufwand einer Neubeantragung eines Passwortes ist jedoch selbst nicht mit hohem Aufwand verbunden. Die Befragten der Face-to-Face-Gruppe, welche zwar über Skype verfügten, sich jedoch dagegen entschieden, nannten des Öfteren folgenden Grund: *„Ach ne, ich bin ja jetzt eh hier [an der Universität] und da hab ich gedacht da komm ich einfach vorbei.“* (Interview P2) Neben dem bereits besprochenen Grund, dass der Großteil der Face-to-Face-Gruppe es persönlich „irgendwie schöner“ finden (siehe Kapitel 6.1.1.1), wird nun auch die Einfachheit angesprochen. Da es sich bei den Untersuchungspersonen allesamt um Studenten handelte, stellt die Universität keinen fremdartigen Ort dar, der nur aufgrund eines Interviews besucht werden würde. Der Aufwand der Anreise ist somit bereits im Voraus entstanden und wurde somit nicht als zusätzlicher Aufwand zum alltäglichen Studentenleben von den Probanden wahrgenommen. Diejenigen Personen, welche nicht über Skype verfügten, sahen dem Anschein nach den höheren Aufwand in dem Erstellen eines Skype-Accounts und dem Kennenlernen der Software, weswegen sich unter anderem für das persönliche Treffen entschieden wurde.

Zwischenfazit

Zusammengefasst wurde festgestellt, dass die Befragten der Skype-Gruppe das Interview im Vergleich zu Face-to-Face-Interviews für praktischer und weniger aufwändig wahrgenommen haben. Die Reaktionen der Skype-Befragten waren durchweg positiv. Da in dieser Studie die persönlichen Interviews an der Universität Kassel durchgeführt wurde, entstanden für die meisten Interviewees der Face-to-Face-Gruppe ebenfalls kein besonderer Aufwand, da der Besuch der Universität – aufgrund von Vorlesungen oder sonstigen Lehrveranstaltungen – ohnehin erledigt werden musste. Dieses Ergebnis könnte sich in mancher Hinsicht verändern, wenn ein Interview-Ort ausgewählt würde, der nicht im routinierten Alltag der Probanden integriert ist.

Als Interviewer jedoch, der zusätzlich organisatorische Kriterien berücksichtigen muss, können Skype-Interviews durchaus als weniger aufwändig im Vergleich zu Face-to-Face-Interviews betrachtet werden. Die wenigen Vorbereitungen vor einem Skype-Interview (siehe Kapitel 4.5) waren schnell geregelt und gingen nach wenigen Interviews bereits sehr routiniert vonstatten. Auch die Terminfindung erfolgte in der Skype-Gruppe schneller, da die Verfügbarkeitsfeststellung der Räume wegfiel. Durch die zeitliche und räumliche Unabhängigkeit von der universitären Bürokratie konnte selbstständiger gearbeitet werden. Die Frage, ob sich

der Aufwand für die erhaltenen Daten lohnt, ist somit an dieser Stelle zweifelsohne zu bejahen. Auch wenn in dieser Studie die Unterschiede keine extremen Ausmaße annehmen, so können diese in einer groß angelegten Forschung durchaus wichtige zeitliche Einsparungen bewirken. Aus zeitlichen Einsparungen folgen in der Regel stets auch finanzielle Kürzungen, da beispielsweise ein Interviewer durch die gesparten Reisezeiten einerseits Reisekosten spart, andererseits insgesamt weniger Arbeitszeit benötigt. Auch wenn theoretisch nur ein sehr geringer Personenanteil einer Stichprobe bereit für ein Skype-Interview wäre, so würden diese wenigen durchgeführten Interviews bereits eine Kosten-Ersparnis erzeugen.

6.8 Ethische Richtlinien

Ganz allgemein gesehen sind sämtliche Inhalte des Ethik-Kodex sowohl in einem Face-to-Face-Interview, als auch in einem Skype-Interview machbar, bis auf eine wichtige aber zentrale Ausnahme: Den vertraulichen Umgang privater Daten. § 2 Absatz 7 des Ethik-Kodex der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) sagt hierzu:

Von untersuchten Personen erlangte vertrauliche Informationen müssen entsprechend behandelt werden; diese Verpflichtung gilt für alle Mitglieder der Forschungsgruppe (auch Interviewer/innen, Codierer/innen, Schreibkräfte etc.), die über einen Datenzugriff verfügen. Es liegt in der Verantwortung der Projektleiter/innen, die Mitarbeiter/innen hierüber zu informieren und den Zugang zu vertraulichem Material zu kontrollieren.

Diesbezüglich wurde auf folgendes Problem in Skype-Interviews gestoßen: Die Software Skype stellt ein Medium dar, über welches die Interviews geführt werden können. Dieses Programm gehört jedoch zu einem eigenständigen Unternehmen, welches der Konzern „Microsoft“ letztendlich besitzt und somit dessen Datenschutzbestimmungen unterliegt. Die Datenschutzbestimmungen von Microsoft (zu dem Skype gehört) sagen bezüglich dem Sammeln privater Daten:

„Schließlich werden wir auf personenbezogene Daten zugreifen, diese offenbaren und bewahren, einschließlich privater Inhalte (wie der Inhalt Ihrer E-Mails und andere private Mitteilungen oder Dateien in privaten Ordnern), wenn wir in gutem Glauben sind, dass dies notwendig ist, um: 1. geltende Gesetze einzuhalten oder auf gerichtliche Verfahren zu antworten, einschließlich denen von Strafverfolgungsbehörden oder anderen staatlichen Stellen; [...]“ (microsoft.com 2015: Datenschutz und Cookies)³⁶

Microsoft betont, dass unter gewissen Umständen Inhalte privater Daten offenbart werden können. Dieser Umstand sorgt dafür, dass ein Interviewer, welcher ein Interview per Skype durchführen möchte, seinem Gesprächspartner niemals einen hundertprozentigen vertrauli-

³⁶ Microsoft formuliert in den Datenschutzbestimmungen drei weitere Gründe, wann ein Teilen personenbezogener Daten möglich ist. Diese sind jedoch für den Kontext dieser Arbeit nicht von Vorrang.

chen Umgang mit privaten Informationen garantieren kann. Mit dem Benutzen von Skype stimmt man automatisch den Datenschutzbestimmungen zu und erlaubt dem Programm somit, im eigenen Ermessen private Daten sammeln zu können. Da der Ethik-Kodex der Soziologie jedoch einen diskreten Umgang fordert, folgt daraus die ernüchternde Erkenntnis, dass Skype-Interviews nicht alle ethischen Richtlinien vollständig erfüllen können.

Die einzig mögliche Variante – um die Methode der Skype-Interviews nicht vollständig abzulehnen – wäre, die Interviewees im Vorfeld zusätzlich erneut darauf hinzuweisen, dass Skype eigenen Datenschutzbestimmungen unterliegt, welchen mit dem Benutzen der Software automatisch zugestimmt wird. Neben dieser Auskunft muss ein Interviewer – genauso wie in einem Face-to-Face-Interview – den eigenen Umgang mit den erhobenen Daten darlegen. Somit wären die potenziellen Interviewees vollständig informiert und können somit selbst entscheiden, ob sie mit den Umständen einverstanden sind. Diese Maßnahme kann gegebenenfalls einige Teilnehmerzahlen opfern, ist aber notwendig, um den Befragten vollständig über den Umgang mit den gewonnenen Daten in Kenntnis zu setzen. Um Interviewees nicht einem besonders hohen Risiko auszusetzen, dass Skype (beziehungsweise Microsoft) private Daten offenbart, ist es durchaus ratsam, Skype-Interviews nicht für solch sensitive und heikle Themengebiete anzuwenden, dass bestimmte Aussagen des Interviewees tatsächlich negative (formelle) Sanktionen erwartet werden können. Vorstellbar sind an dieser Stelle Themenbereiche wie beispielsweise bisheriges Kriminalitätsverhalten oder Drogenkonsum. Das Risiko, dass ein Interviewee negative Auswirkungen bezüglich seiner Interview-Aussagen erlebt, wäre mit besagten Themen durchaus höher. Dies gilt es zu vermeiden. Themen dahingegen, welche sich mit grundsätzlichen Einstellungen und Meinungen auseinandersetzen, stellen im Grunde kein Risiko dar. Es ist somit notwendig, in Zukunft bei der Wahl des Interviewdesigns zusätzlich darauf zu achten, welche Themen besprochen werden sollen. Wie bereits in der Theorie beschrieben, sind die sozialwissenschaftlichen ethischen Richtlinien (noch) nicht ideal an das Internet angepasst. Aus diesem Grunde ist es wichtig, diesen besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Zwischenfazit

Skype-Interviews weisen bezüglich den ethischen Richtlinien einen wesentlichen Unterschied zu den Face-to-Face-Befragungen auf: Da Skype eigene Datenschutzbestimmungen besitzt, unterliegen diesen auch sämtliche Gespräche, welche über diese Software geführt werden. Dies hat zur Folge, dass Skype theoretisch auf sämtliche Inhalte (Gespräche, als auch Chatverläufe) zugreifen kann und somit ein Forscher beziehungsweise Interviewer keine alleinige Kontrolle der Interviewee-Daten versichern kann. Für die weitere Forschung mit

Skype-Interviews empfiehlt sich somit, Interviewees im Vorfeld an die Datenschutzbestimmungen von Skype zu erinnern und hoch sensitive Themen zu vermeiden, wenn durch bestimmte Antworten die Gefahr rechtlicher Konsequenzen bestehen könnte. Mit diesen Informationen kann sich ein potenzieller Interviewee schließlich für oder gegen das Interview entscheiden. Mit dem Benutzen von Skype stimmen Interviewee sowie Interviewer letztlich den Nutzungsbedingungen zu. An dieser Gelegenheit kann man sehen, dass die ethischen Richtlinien der Soziologie nicht vollkommen ausgereift bezüglich verschiedener Internet-Methoden sind. Auch bei E-Mail-Interviews, welche zu Beginn in dieser Arbeit kurz erwähnt wurden, besteht das gleiche Problem. Immer dann, wenn Drittprogramme für wissenschaftliche Zwecke genutzt werden, ist der Blick auf den Datenschutz unumgänglich. Falls es (in Zukunft) eine Alternative zu Skype gibt, welcher sicheren Datenschutz verspricht und mit der ebenfalls Video-Telefonie möglich ist, so könnte durchaus auch ein anderes Programm für Forschungen herangezogen werden.

6.9 Weitere Erkenntnisse

In diesem Kapitel sollen einige weitere Auffälligkeiten und Erkenntnisse bezüglich Skype-Interviews erwähnt werden, die sich in die bisherigen Qualitätsmerkmale nicht einordnen ließen. Da es im Vorfeld wenig Literatur und empirische Untersuchungen von Skype-Interviews gab, kam es dazu, dass mir als Interviewerin während des Forschungsprozesses einige Kleinigkeiten begegneten, an die im Vorfeld nicht gedacht werden konnte. Diese sollen an dieser Stelle beschrieben werden.

Als erstes ist es wichtig zu erwähnen, dass das benutzte Headset beziehungsweise Mikrofon im Vorfeld ausreichend getestet werden sollte. So kam es im ersten Skype-Interview dazu, dass eine bestimmte Einstellung (Variabler Mikrofonmonitor) meines Headsets dazu führte, dass sobald ich selbst einen Ton machte, der Ton des Gesprächspartners unterbrochen wurde. Dies führte dazu, dass bei kurzen Lauten meinerseits, wie beispielsweise ein „hm“ (um beispielsweise Zustimmung zu signalisieren), einige Worte des Interviewees nicht verstanden wurden. Letztendlich war dies nicht wirklich problematisch, da die fehlenden Worte beim Transkribieren leicht im Kontext zu erkennen waren. Dennoch empfand ich es persönlich als störend, weshalb nach diesem Interview die besagten Einstellungen geändert wurden, um das Problem in Zukunft zu vermeiden.

Als nächstes stellte es sich als wichtig heraus, selbst zu wissen, wie man durch die Webcam auf den Gesprächspartner wirkt. So kam es zu dem Vorfall, dass ein Skype-Interviewee am Ende des Interviews meinte, dass mein Videobild des Öfteren stehen geblieben ist. Da jedoch die Verbindung dieses Interviews sehr gut war, ist eigentlich davon auszugehen, dass es keine Störungen während der Übertragung gegeben haben kann, zumal mir selbst keine

aufgefallen sind. Ein Erklärungsansatz für diese Wahrnehmung wäre, dass man sich als zuhörende Person nicht unbedingt sehr häufig bewegt, beziehungsweise dass leichte Bewegungen (wie beispielsweise ein zustimmendes Nicken) nicht deutlich von der Webcam erfasst werden können. Dies könnte vermeintlich als Stillstand wahrgenommen werden. Ein weiteres Beispiel für eine Fehldeutung bezüglich der Webcam-Übertragung passierte in einem weiteren Skype-Interview: Damit die Interviewee mein zustimmendes Kopfnicken gut erkennen konnte, führte ich diese Kopfbewegung etwas deutlicher aus. Am Ende des Interviews kam es jedoch überraschenderweise zum folgenden Dialog:

I: Ähm genau, wir haben ja jetzt ein Skype-Interview hier geführt. Und da wollt ich mal fragen, wie du das fandest, einfach mal ganz grob gefragt.

P17: Also gar nicht so schlecht, aber du wackelst immer mit dem Stuhl (lacht).

I: Ich wackel mit dem Stuhl?

P17: Jaa.

I: Oh.

P17: Also das..

I: Ich hab eigentlich nur versucht so zu nicken.

P17: Ne das ist halt, also mich hats jetzt nicht besonders gestört, aber ich kann mir vorstellen dass manche Leute, wenn du immer hin und her wackelst, dass einen das ablenkt. (Auszug Interview 17)

Erstaunlicherweise wurde mein Kopfnicken als Stuhlwackeln wahrgenommen, was natürlich als recht unhöfliche Geste während eines Gespräches aufgefasst werden kann. Somit zeigt auch dieses Beispiel sehr gut, dass ein Skype-Interviewer im Vorfeld genauestens seine Erscheinung und Wirkung durch die Webcam kennen sollte, damit es nicht zu solchen Missverständnissen kommt.

Eines der Skype-Interviews wurde – wie bereits schon einmal erwähnt – ständig aufgrund einer schlechten Internetverbindung unterbrochen. Glücklicherweise beeinflusste dies nicht die weitere Teilnahmemotivation der Befragten, sodass es wie alle anderen Interviews beendet werden konnte. Ein Interviewer kann stets im Vorfeld seine eigene Internetverbindung überprüfen (was an dieser Stelle auch empfohlen wird) und gegebenenfalls Probleme beheben. Jedoch weiß man vor dem letztendlichen Interview nie, wie die Übertragungsqualität des Interviewees sein wird. In einem solchen Fall, wie er auch in dieser Untersuchung passiert ist, lässt sich kein ordnungsgemäßes Interview durchführen. Hier wurde das Interview allerdings mühevoll zu Ende geführt, da dem gesprochenen Inhalt der Befragten keine zentrale Rolle für diese Studie zugeschrieben wurde, sondern eher dem methodischen Rahmen. Für spätere Skype-Interviews ist es jedoch notwendig, einen geeigneten Umgang mit solchen Umständen zu finden. Wenn die Internetverbindung für ständige Unterbrechungen sorgt, so könnte als erste Problemlösung versucht werden, die Webcam-Übertragung abubrechen, damit wenigstens die Stimme ohne Probleme übertragen werden kann. Dies würde einen großen Qualitätseinschnitt verbüßen und wäre im Endeffekt nichts anderes als ein Telefon-Interview

über Skype. Wenn der visuelle Kontakt jedoch zentraler Bestandteil der Ergebnisse sein soll, so empfiehlt es sich entweder, das Interview zu verschieben, mit der Hoffnung, dass die Verbindung zu einem anderen Zeitpunkt besser ist, oder tatsächlich ein persönliches Treffen zu arrangieren, insofern dies möglich ist. Ein hartnäckiges Durchführen eines ständig unterbrechenden Interviews lohnt sich keineswegs und kann unter Umständen zu Interviewabbrüchen und weiteren Qualitätsverlusten führen.

Zur Körperhaltung des Interviewees: Während eines persönlichen Treffens gibt es gewissermaßen nur eine Möglichkeit, wie sich ein Interviewee positionieren kann – in der Regel sitzend auf einem Stuhl (wie auch in dieser Studie). Dafür sorgen die gegebenen Sitzmöglichkeiten, sowie vorherrschende (Höflichkeits-)Normen. Dahingegen kann sich ein Interviewee, welcher durch Skype befragt wird, frei in seiner gewohnten Umgebung bewegen (solange kein Standardcomputer an einem festen Platz genutzt wird) und somit in eine eigens gewünschte Position bringen. So gab es zwei Interviewees, die anscheinend in ihrem Bett oder auf einer Couch lagen und den Laptop auf ihren Schoß stellten. Dies wurde daran erkannt, dass sobald sich die Interviewees ein wenig bewegten, der PC wackelte und somit auch das Bild. Andere wiederum platzierten sich auf einen Stuhl, wahrscheinlich an einem Schreibtisch, womit es möglich war, einen Blick in den jeweiligen Raum zu werfen. Dieser Punkt wird deshalb an dieser Stelle erwähnt, um auf das subjektive Wohlbefinden aufmerksam zu machen. Es ist davon auszugehen, dass sich Interviewees, welche in einer entspannten Haltung in einem bekannten Setting an einem Interview teilnehmen, eine gewisse Lockerheit oder Ungezwungenheit mit sich bringen, welche für eine bessere oder intensivere Kommunikation zwischen Interviewee und Interviewer verantwortlich sein kann. Daran anknüpfend ist ein Nachteil zu nennen, das durch die fehlende physische Anwesenheit des Interviewers entstehen kann: Die Interviewsituation lässt sich schlechter kontrollieren als bei einem Face-to-Face-Interview. Ob ein Interviewee nebenbei am PC im Internet surft oder ob sich noch eine weitere Person in dem nicht sichtbaren Teil des Raumes befindet, ist für den Interviewer weniger gut herauszufinden.

Letztendlich soll hier abschließend betont werden, dass auch für groß angelegte Untersuchungen mit Skype-Interviews eine Interviewerschulung unbedingt notwendig ist. Wie man sieht, sind viele Einzelheiten zu beachten. Auch wenn eine Person bereits den eher privaten Umgang mit Skype kennt und auch vertraut im Umgang ist, so ist ein Interview über diese Plattform nicht vergleichbar und erfordert deshalb intensive Schulungen. Auch erfahrene Face-to-Face-Interviewer können im Vorfeld nicht alle Feinheiten eines Skype-Interviews beachten und voraussehen. Dies setzt letztendlich eine geeignete Schulung voraus, sowie eigene Erfahrungen.

6.10 Zusammenfassende Übersicht der Ergebnisse

An dieser Stelle sollen die bisherigen Ergebnisse kurz in einem Kapitel übersichtlich dargestellt werden: Ein Teil der Daten spricht für relativ eindeutig Ergebnisse, wohingegen der restliche Teil eher Tendenzen erkennen lässt, beziehungsweise nicht ganz eindeutig zu sein scheint.

Zweiteres wird zu Beginn vorgestellt. Hier würde sich in Zukunft ein näheres, spezifischeres Betrachten anbieten. Gemeint sind folgende: (1) Der Rapportaufbau ist in Face-to-Face- und Skype-Befragungen dem Anschein nach gleichermaßen möglich. Wobei eine leichte Tendenz erkannt werden konnte, dass Skype-Interviews durchaus in der Lage sein können, einen bessere Beziehung zwischen Interviewer und Interviewee entstehen zu lassen (was unter anderem auch an dem eben erwähnten besseren Wohlbefinden liegen kann). Ob diese Tendenz ein einmaliges Vorkommnis oder durchaus Skype-typisch war, kann an dieser Stelle nicht mit Sicherheit gesagt werden. (2) Die gleiche Erkenntnis betrifft den Punkt der Selbstdarstellung, da dieser stark mit dem Rapport verknüpft ist. Auch dazu wurden keine Unterschiede zwischen den Vergleichsgruppen entdeckt. Es ist davon auszugehen, dass Skype-Befragungen eine gleichartige Selbstdarstellung der Interviewees bewirkt, wie auch in Face-to-Face-Interviews. Die hier erhobenen Daten zeigen erneut eine schwache Tendenz – zum Vorteil gegenüber Skype –, welche durchaus Potenzial für weitere Forschungen bietet. (3) Bezüglich der sozialen Erwünschtheit gab es in keiner der Gruppen auffällige Verhaltensweisen, weswegen an dieser Stelle angenommen wird, dass der besagte Effekt sowohl in Skype-, als auch in Face-to-Face-Befragungen gleichermaßen zum Vorschein kommen kann. Dieser Verzerrungseffekt ist ohnehin sehr schwer zu erkennen, da den Befragten nicht ohne weiteres eine nicht wahrheitsgemäße Aussage unterstellt werden kann. Zusätzlich muss die Möglichkeit betrachtet werden, dass die ausgewählte sensible Frage nicht heikel genug war, um den Effekt der sozialen Erwünschtheit, beziehungsweise dessen Auffälligkeiten, tatsächlich erkennen zu können. Für die Beantwortung dieser Frage muss sich diesem Thema in Zukunft intensiver gewidmet werden. In dieser Studie gab es jedoch in keiner der Gruppen einen Verdacht auf sozial erwünschtes Verhalten. (4) Das subjektive Anonymitätsgefühl ist im Endeffekt eher von Bedeutung für das Antwortverhalten als die objektive, bereits beschriebene Anonymität. Auffälligkeiten in Bezug auf das Anonymitätsgefühl konnten in keiner Gruppe beobachtet werden. Es wurde lediglich herausgefunden, dass anscheinend tatsächlich reelle Ängste bezüglich einer gefährdeten Anonymität in Skype-Interviews existieren können, diese jedoch allesamt eliminierbar sind. Die Interviewees können im Skype-Interview selbst entscheiden und bestimmen, was der Interviewer letztendlich zu sehen bekommt – sei es der Blick auf den Körper, in das Zimmer, sowie der Einblick in das öffentliche Skype-Profil. Das Imageproblem von Skype seit den NSA-Skandalen kann ebenfalls einen Einfluss

auf die subjektive Anonymität ausgeübt haben. Dies würde einen erhöhten Aufklärungsbedarf in Skype-Befragungen erfordern als bei Face-to-Face-Befragungen. (5) Auch in der Aufwandsbeschreibung der Interviewees gab es ambivalente Ergebnisse: Die Befragten der Face-to-Face-Gruppe fanden ihre Art des Interviews weniger aufwändig im Vergleich zu Skype-Interviews; die Skype-Interviewees empfanden wiederum die Face-to-Face-Befragungen als aufwändiger. Diese Daten spiegeln eher verschiedene persönliche Einstellungen wider und können somit nicht als ein geschlossenes Ergebnis präsentiert werden. Unter besonderen Umständen (Interview-Ort ist bekannt und wird eh besucht) kann also der Aufwand beim Face-to-Face-Interview geringer sein, während andere Personen es als angenehmer empfanden, nicht extra zur Universität kommen zu müssen und somit ihren Tagesablauf flexibler gestalten konnten.

Nun zu dem Teil, welcher die eindeutigen Ergebnisse der Studie darstellt: (6) Gewiss kann gesagt werden, dass die Aufwandsersparnis als Interviewer bei den Skype-Interviews deutlich merkbar war. Durch die Befragung per Skype wurde ein selbstständigeres Arbeiten ermöglicht, da ich als Interviewerin einerseits nicht von den verfügbaren Zeiten der Universitäts-Räumlichkeiten abhängig war und ich des Weiteren auf diese Art und Weise auch während der Feldphase nicht zwangsweise in Kassel anwesend sein musste. Es bestand somit eine geringere Abhängigkeit bezüglich räumlichen und zeitlichen Gegebenheiten. (7) Die Möglichkeit des Skype-Interviews wirkte auf die Interviewees im Großen und Ganzen weniger attraktiv, als die persönliche Face-to-Face-Variante. Da die Befragten, welche Skype besaßen, im Vorfeld weder ein nicht-privates Gespräch via Skype geführt hatten, noch Teil einer qualitativen Befragung waren, ist davon auszugehen, dass dies durchaus eine sehr befremdliche Situation widerspiegelt. Da eine für sie üblichere Alternative angeboten wurde, entschied sich der Großteil für diese. (8) Weiterhin kann sich vorgestellt werden, dass die objektive Anonymität im Skype durchaus höher ist als bei einem persönlichen Treffen, wobei die wichtigsten Kommunikationskanäle (visueller und auditiver) erhalten bleiben, um weiterhin von einem qualitativen Leitfadeninterview sprechen zu können. (9) Es ist ebenfalls davon auszugehen, dass sich das Antwortverhalten von Personen durch das gegebene Setting beeinflussen lässt. Das Setting der Skype-Interviews ist im Gegensatz zum Face-to-Face-Interview in der Regel vertrauter und privater, welches ebenfalls zu einem persönlicheren Antwortverhalten führen kann und im Allgemeinen zu einem besseren Wohlbefinden der Interviewees. (10) Das letzte Ergebnis, was eher gegen Skype-Interviews spricht, ist, dass sich die ethischen Richtlinien der Soziologie in einem Punkt nicht ideal mit der Variante der Skype-Interviews vereinen lassen. Ein Interviewer kann durchaus den wichtigen Punkt garantieren, dass die erhobenen Daten von ihm sowie seinen Mitarbeitern vertrauensvoll behandelt werden – wie auch in einem klassischen qualitativen Interview. Wohingegen der In-

interviewer im Skype-Interview nur begrenzte Kontrolle über die selbstständig durch die Software erhobenen Daten besitzt, da diese den Datenschutzrichtlinien des Unternehmens Microsoft selbst folgt, welchen mit der Nutzung des Programms automatisch zugestimmt wird. Die zusätzliche Erinnerung an diese Nutzungsbedingungen im Vorfeld wird deshalb empfohlen. Somit lässt sich das Problem zwar nicht umgehen, allerdings können die Interviewees mit dieser Information im Hinterkopf selbstständig entscheiden, ob sie an einer Teilnahme interessiert sind. Transparenz gegenüber dem Befragten ist auch an dieser Stelle zu bewahren. Damit der Interviewee durch die Teilnahme an einer Befragung keine negativen Konsequenzen erlebt, sollten Themen vermieden werden, welche ein realistisches Risiko der rechtlichen Sanktionierung mit sich bringen.

Skype-Interviews bieten sich für wissenschaftliche Zwecke unter folgenden Umständen gut an: (1) Der Interviewer sowie der Interviewee haben eine gute Internetverbindung, mit der es nicht zu Unterbrechungen kommt. Auch die Qualität des Mikrofons sowie der Webcam sollte akzeptabel sein. (2) Der Interviewee muss im Vorfeld auf den Datenschutz, sowohl vom Interviewer, als auch von Skype, aufmerksam gemacht werden. (3) Das zu besprechende Thema beinhaltet kein hohes Risiko für rechtliche Konsequenzen. Das Wohl des Interviewees darf durch eine Teilnahme an einer Studie nicht beeinträchtigt werden. (4) Zwischen Interviewer und Interviewee liegen große geografische Distanzen. (5) Der Forscher, beziehungsweise eine Forschungsgruppe, hat vergleichsweise wenig Forschungsgelder und Bearbeitungszeiten zur Verfügung. (6) Mögliche Aufwandsentschädigungen (Incentives) können per PC verschickt werden (GutscheinCodes statt materielle Gegenstände). (7) Interviewees scheuen persönlichen Kontakt zu einem Interviewer. (8) Zu guter Letzt eignen sich Skype-Befragungen sehr gut, wenn ein Forschungsfokus auf Videoanalysen gelegt werden soll.

7 Diskussion

In dem nachfolgenden kurzen Kapitel wird die anfangs erstellte Forschungsfrage mit Hilfe der erlangten Ergebnisse beantwortet. Des Weiteren wird reflektiert, welche Schritte dieser Studie möglicherweise im Nachhinein verbesserungswürdig gewesen wären.

7.1 Bedeutung der Ergebnisse in Hinblick auf die Forschungsfrage

Nach der Ergebnispräsentation kann nun Bezug auf die im Vorfeld erstellte Forschungsfrage genommen werden. Zur Erinnerung:

Können Daten, die aus Skype-Video-Interviews gewonnen werden, im gleichen Maße für die Beantwortung gleicher Forschungsfragen verwendet werden, wie Daten aus traditionell persönlichen Face-to-Face-Interviews? Wenn ja: Ergeben sich Vorteile, die das Skype-Video-Interview dem Face-To-Face-Interview gegenüber präferierbar machen? Wenn nein: Worin liegen die zentralen Unterschiede und lassen sich Skype-Video-Interviews möglicherweise dennoch für andere Forschungsfragen heranziehen, in den Face-to-Face im klassischen Sinne, im Nachteil wären?

Die präsentierten Ergebnisse zeigen, dass zumindest im Interviewee-Verhalten kein sichtbarer Unterschied zwischen der Face-to-Face- und Skype-Gruppe besteht. Einige Tendenzen sprechen sogar für eine Verbesserung mancher Antwortverhaltensweisen durch Skype-Befragungen. Diese Erkenntnis ist wichtig, da somit gesagt werden kann, dass die Daten aus Skype-Interviews im gleichen Maße für die Beantwortung von Forschungsfragen in Betracht gezogen werden können, wie Face-to-Face-Interviews. Die Befragungsform wirkte sich – laut dieser Studie – nicht negativ, beziehungsweise verzerrend, auf das Antwortverhalten der Interviewees aus. Andere Unterschiede, die sich nicht auf das Antwortverhalten der Befragten bezogen, wurden ebenfalls deutlich gemacht: In manchen Bereichen gab es tatsächlich Vorteile gegenüber der klassischen Interviewvariante, wie beispielsweise die Kosten- und Zeitersparnis des Forschenden (beziehungsweise Interviewers). Andere Resultate sprachen wiederum für das Face-to-Face-Interview, wie das vollständige Einhalten der ethischen Richtlinien.

Grundsätzlich gilt für zukünftige Untersuchungen, die mit Hilfe von Skype-Interviews durchgeführt werden sollen, folgendes: Skype-Befragungen eignen sich für die meisten wissenschaftliche Vorhaben, allerdings nicht für alle. Besonders heikle und sensitive Themen können zwar über Skype besprochen werden und bieten sich dafür prinzipiell auch sehr gut an, jedoch kann – bei rechtswidrigen Aussagen und Informationen – nicht garantiert werden, dass keine negativen Folgen für den Befragten entstehen. Weiterhin gilt zu beachten, dass auch für Skype-Befragungen Schulungen der Interviewer notwendig sind, da es im Vergleich zu Face-to-Face-Interviews teilweise in der Vorbereitung sowie in der Durchführung Unter-

schiede gibt. Je nach verfügbaren Ressourcen (Intervieweranzahl, Kapital, Zeit) bieten sich Skype-Befragungen womöglich eher an als die Face-to-Face-Variante. Ob dem so ist, gilt je nach Forschungssituation und -thema individuell zu entscheiden. Das zusätzliche Anbieten von Skype-Interviews während einer klassischen Face-to-Face-Untersuchung bietet sich ohnehin an. Denn mit jedem Interviewee, welcher ein Interview per Skype einem persönlichen Gespräch bevorzugt, kann gewiss für eine Kosten- und Zeitersparnis gesorgt werden, bei (mindestens) gleichbleibender Datenqualität. Zusätzlich können mit der selbstständigen Design-Auswahl möglicherweise Personen für eine Teilnahme mobilisiert werden, welche ein persönliches Treffen aus bestimmten Gründen verweigern würden.

7.2 Methodenkritik

„Mit dem Anspruch auf Verfahrensinnovation entsteht ein Zustand, in dem Irrtümer nicht ausgeschlossen, Irrläufer wahrscheinlich, Revisionen erwünscht sind.“ (Métraux 2010: 646)

Nachdem die Untersuchungsergebnisse vorgestellt und diskutiert wurden, sollen an dieser Stelle einige kritische Anmerkungen bezüglich der durchgeführten Untersuchungsmethode vorgenommen werden. Dies verfolgt die Absicht, mögliche Fehlerquellen aufzuspüren und diese dem Leser zu verdeutlichen, um die vorgestellten Ergebnisse letztendlich angemessen interpretieren zu können.

Zur Untersuchungsgruppe: Dass sich in dieser Studie für die Rekrutierung von Probanden nur eines bestimmten Studienfaches entschieden wurde, hatte praktische Gründe. Ideal wäre es gewesen, sämtliche Studierenden der Universität Kassel für die Teilnahme an der Studie zu motivieren, auch aus verschiedenen Fachbereichen. Dass die Teilnehmer unter dem Strich allesamt Grundschullehrantsstudenten waren, könnte einen Einfluss auf einen Teil der Ergebnisse gehabt haben (beispielsweise „Response-Rate“), da diese Gruppe von Personen möglicherweise besondere Charaktereigenschaften aufweisen, die sie von anderen Studenten unterscheiden können. Da sich jedoch weder die Rekrutierung über mehrere Fachbereiche hinweg, noch eine Kontaktierung per E-Mail als durchführbar an der Universität erwiesen, musste auf eine Möglichkeit ausgewichen werden, mit der dennoch genügend Personen erreicht werden konnten. Letztendlich konnte gerade deswegen das Interviewverhalten gut verglichen werden, da die Vergleichsgruppen durch die Rekrutierung innerhalb eines Studienfaches relativ homogen war und demzufolge gut für Vergleiche geeignet waren.

Des Weiteren kann im Nachhinein das gewählte Thema des Leitfadenterviews kritisiert werden. Zwar zeigte sich, dass das Thema „Vorurteile gegenüber Pädagogen/-innen“ durchaus aktuell ist und auf Interesse stieß, jedoch hätten einige Fragen direkter auf bestimmte Wirkungen abzielen können. Damit soll gemeint sein, dass die Fragen extremere Reaktionen

hätten anstreben können. Beispielsweise hätte der Fokus auf dem Erlangen sehr privater Informationen liegen können, um mögliche stärkere Unterschiede diesbezüglich zwischen den Gruppen zu erkennen. Auch die abgefragte heikle Frage war, wie sich am Ende herausstellte, anscheinend nicht heikel genug, um Auffälligkeiten beobachten zu können, was ebenfalls an der Untersuchungsgruppe liegen konnte. Auch die Stichprobengröße war im Endeffekt geringer, als dies im Vorfeld gewünscht war. Dass die Teilnahmebereitschaft der Studierenden (trotz Incentive) so gering ausfällt, war im Vorfeld nicht abzusehen. Eventuell hätte diese mit weiteren Rekrutierungs-Wellen erhöht werden können, was allerdings durch die begrenzte Bearbeitungszeit dieser Studie nicht umzusetzen war.

8 Fazit

In diesem letzten Kapitel wird zusammenfassend ein Ausblick gegeben, welche Bedeutung die hier gewonnenen Erkenntnisse haben und inwiefern zukünftige Forschungen dadurch beeinflusst werden können.

Schon seit bereits einiger Zeit wurden in der Sozialforschung Skype-Interviews für die Datenerhebung genutzt, jedoch ohne explizites Wissen darüber, ob diese Art und Weise der Erhebung überhaupt verwertbare Daten erzeugt. Ziel der vorliegenden Arbeit war es, herauszufinden, ob diese Art der Interviewführung tatsächlich qualitativ hochwertige Daten erzeugen kann. Zu diesem Zwecke wurde eine Studie durchgeführt, mit deren Hilfe Face-to-Face-Interviews mit Skype-Interviews verglichen werden konnten. Was die Forschungsfrage betraf, so konnte gezeigt werden, dass unter bestimmten, wenigen Umständen Skype-Befragungen durchaus als gleichwertige Alternative gegenüber der Königsklasse „Face-to-Face“ gesehen werden können. Verschiedene Gemeinsamkeiten und Unterschiede konnten gefunden werden. Neben einigen Vorteilen, welche Skype-Interviews bewirken, wurden auch Defizite festgestellt. Die Punkte, die sich als Nachteil gegenüber der persönlichen Befragung erwiesen, wie vor allem das Einhalten aller ethischen Richtlinien, sind zwar ganz und gar problematisch, müssen aber nicht zwangsläufig Skype-Befragungen als Forschungsmethode disqualifizieren.

Jedes Forschungsdesign hat letztendlich unterschiedliche Vor- und Nachteile, welche es im Vorfeld zu kalkulieren gilt. Auf die Frage „Welche empirische Methode lohnt sich für mein Forschungsinteresse am besten?“ kann so eventuell besser eine geeignete Antwort gefunden werden, umso mehr Möglichkeiten gegeben sind. Bislang beschränkten sich Face-to-Face-Befragungen ausschließlich auf ein persönliches Treffen. Auch Online-Befragungen bezogen sich bisher eher auf quantitative Online-Surveys, oder – wie in Kapitel 2.2 beschrieben – qualitative Methoden, wie beispielsweise E-Mail-Interviews, welche jedoch vor allem den visuellen Aspekt der Kommunikation außen vor ließen. Mit der vorliegenden Studie können nun einerseits Face-to-Face-Interviews zu den Online-Methoden gezählt, andererseits Skype-Interviews in die Kategorie der „qualitativen Sozialforschung im Internet“ eingeordnet werden. Dies ermöglicht grundsätzlich neue Möglichkeiten der Datenerhebung.

Gerade für die Sozialforschung ist es von Bedeutung, sich dem technischen Fortschritt in gewisser Weise anzupassen und diese für eigene Zwecke zu nutzen. Wie das Phänomen der Globalisierung zeigt, verändern neue Technologien, vor allem durch das Internet, massiv das soziale Handeln von Menschen. Die Soziologie interessiert sich für genau dieses Handeln, weswegen sie zwangsläufig mit der Zeit gehen muss und so gleichzeitig selbst globaler wird.

Diese Verknüpfung der Soziologie und den neuen Möglichkeiten sozialen Handelns führt ebenfalls zu neuen Chancen der Forschungsmethoden. Aus diesem Grunde ist die Notwendigkeit von Methodenforschung an dieser Stelle zu betonen, da durch diese verschiedene Werkzeuge für Datenerhebungen getestet werden. Auch die hier untersuchten Skype-Interviews stellen ein geeignetes Werkzeug dar, um Daten zu erheben.

Dabei muss erwähnt werden, dass sich die Ergebnisse der Skype-Interviews nicht nur auf Interviews beschränken, die tatsächlich mit dem Programm „Skype“ durchgeführt werden. Sie sind übertragbar auf sämtliche Web-Programme, welche ebenfalls Video-Telefonate durchführen können. Es wurde sich in dieser Studie deshalb für Skype entschieden, da diese Software momentan die bekannteste und gängigste Videotelefonie-Plattform darstellt. Die Erkenntnisse dieser Arbeit sind somit nicht zwangsläufig an Skype gebunden. Es ist durchaus vorstellbar, dass Skype in Zukunft mehr Konkurrenz erfahren wird. Somit wird es möglich sein, sich den Wünschen der Probanden noch mehr anzupassen, falls beispielsweise ein Interviewee ein anderes Programm zur Verfügung stehen hat (zum Beispiel Google Hangouts, Facetime oder Yahoo Messenger), so kann ein Interviewer durchaus auch über diese Programme Interviews realisieren, solange diese die gleichen Funktionen beinhalten wie Skype. Auch neue Alternativen, wie zum Beispiel das neu erschienene Programm „Firefox Hello“ sind interessant für Anwendung der Videotelefonie in der Forschung. Darüber ist es möglich, eine Video-Verbindung zu einer Person aufzubauen, ohne eine spezielle Registrierung vorzunehmen; einzige Voraussetzung ist der Browser Firefox. Eine Einladung zu einem Gespräch erfolgt über einen Link, der beispielsweise in einer E-Mail versendet werden kann. Mit dieser Variante wäre es somit möglich, auch Personen zu erreichen, welche beispielsweise kein Skype (oder ein ähnliches Programm) auf dem PC installiert haben. Im Idealfall wird es in Zukunft Möglichkeiten der Videotelefonie geben, welche verbesserte Datenschutzbestimmungen besitzen.

Darüber hinaus ist es durchaus denkbar, dass zukünftig nicht nur Leitfadeninterviews über Skype realisierbar sind. Auch andere Interviewdesigns, wie beispielsweise das Experteninterview oder das narrative Interview sind durchaus durchführbar per Video-Telefonie. Die Methode der Focus-Groups oder der Gruppendiskussion ist mit der Möglichkeit der Konferenzschaltung ebenfalls denkbar. Selbst bei dem fokussierten Interview ließe sich mit Hilfe von medialen Einsätzen – wie Videos, Bilder oder Tonaufnahmen – zu Beginn ein Stimulus setzen, wobei der Einsatz von weiteren Medien auch für andere Interviewformen von Vorteil sein kann. Neben der Soziologie könnten sich auch andere Forschungsbereiche für die Methode der Skype-Interviews interessieren. Vorstellbar wären an dieser Stelle beispielsweise die Psychologie oder der Medizin, sowie sämtliche weitere Fachbereiche, die an Datensammlungen per Interviews interessiert sind.

Der Vergleich zwischen klassischen Face-to-Face-Interviews und Skype-Befragungen hat gezeigt, dass für alle Beteiligten ein Vorteil im Skype entstehen kann: Für den Interviewee und dem Interviewer, welche in einem gewohnten Umfeld, ohne Anreiseaufwand, miteinander sprechen können, sowie einem Forschungsleiter, der mit Hilfe von Pamela-Aufzeichnungen das Interviewer-Verhalten leicht überprüfen kann. Die Möglichkeit eines Interviews bei einer großen geografischen Distanz zwischen den Gesprächspartnern erwies sich (auch laut anderen Untersuchungen) als einer der größten Vorteile.

Auch die Möglichkeit der Skype-Nutzung auf verschiedenen technischen Geräten, wie Tablet oder Smartphone, kann dafür sorgen, dass mehr Personen für Skype-Befragungen in Frage kämen, wenn zum Beispiel Vielbeschäftigte, die wenig Zeit an einem Ort verbringen, so eher Zeit für ein Interview finden. Hier wird abermals deutlich, wie sehr neue technische Möglichkeiten dafür sorgen, dass sich der soziale Alltag der Menschen ändert. Sind nun mal vermehrt Personen nur per Smartphone zu erreichen, muss ein Weg in der Sozialforschung gefunden werden, wie auch diese Personen erreicht werden können. Skype bietet dafür eine Möglichkeit.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass viel weiteres Potenzial in dem Thema „Videotelefonie-Interviews“ steckt. Eine interessante weitere Frage, der sich in Zukunft gewidmet werden könnte, wäre beispielsweise: „Würden Personen, welche die Teilnahme an einem Face-to-Face-Interview verweigern, möglicherweise eher an einem Skype-Interview teilnehmen? Wenn ja, warum?“

Von einer Rekrutierung direkt über Skype soll an dieser Stelle abgeraten werden, da dazu – je nach Zielgruppe – zu wenige Personen dieses Programm nutzen, beziehungsweise bereit für eine Teilnahme wären. Es erwies sich als sehr praktisch und nützlich, die Option des Skype-Gesprächs zusätzlich zu einem persönlichen Gespräch anzubieten (wenn diese Variante überhaupt möglich ist). So wird es den Interviewees ermöglicht, eine Variante zu wählen, welche am besten für sie geeignet ist. Selbst bei nur wenigen Skype-Gesprächen im Vergleich zu Face-to-Face-Interviews rentieren sich diese für den Interviewer. Wenn dagegen speziell Interviewpartner erreicht werden wollen, welche geografisch weit entfernt sind, so ist das Videotelefonie-Interview dem Telefon-Interview vorzuziehen (natürlich in Abhängigkeit von dem Interview-Thema), da auf die Weise deutlich mehr Informationen – auf sämtlichen Ebenen – übermittelt werden können.

Insofern ist abschließend zu hoffen, dass die Vorteile, welche sich aus Skype-Interviews, beziehungsweise Videotelefonie-Interviews ergeben, vermehrt von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen wahrgenommen werden. Es wäre wünschenswert, in naher Zukunft weitere Forschungen bezüglich dieses Themas in Angriff zu nehmen, damit auch dieses In-

interviewdesign – vollständig ergründet und systematisch abgesichert – als vollwertige Methode in den sozialwissenschaftlichen Methoden-Katalog aufgenommen werden kann.

9 Anhang

9.1 Anhang 1: Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Studien-Teilnehmer.....	61
Abbildung 1: Anteil der Interviews nach Befragungsart in Prozent.....	9
Abbildung 2: Anzahl der weltweit registrierten Skype-Nutzer in den Jahren von 2009 bis 2013 und Prognose bis 2021 (in Milliarden); *Schätzung; **Prognose.....	19
Abbildung 3: Schnittstellenmodell von (T) Telefon,- (FTF) Face-to-Face- und (S) Skype-Interviews.....	28

Lieber Kommilitone, liebe Kommilitonin,
für meine anstehende Masterarbeit möchte ich typische

Vorurteile gegenüber Pädagogen/-innen

mit Hilfe Interviews untersuchen und hinterfragen.

Dazu benötige ich deine Hilfe!

Das Interview wird nur ca. 10 – 15 Minuten dauern, ist streng vertraulich und du bekommst dafür sogar eine kleine finanzielle Aufwandsentschädigung in Form eines 5€-Amazon-Gutscheincodes.

Du entscheidest selbst, auf welche Art und Weise du das Interview führen möchtest:

Wir können das Gespräch **persönlich** an der Universität führen,
oder von Zuhause aus per **Skype-Videoübertragung.**

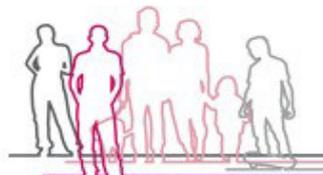
Falls du interessiert bist, schreib mir einfach eine kurze Mail an:

anika.mess@hotmail.de

Anschließend besprechen wir einen Termin, der dir zeitlich passt.

Deine Teilnahme an diesem Interview würde mir bezüglich meiner Masterarbeit enorm weiterhelfen und mit Sicherheit interessante Erkenntnisse zum Thema liefern.

Mit besten Grüßen,



Anika Meß

Fachbereich 05

(für 3. Rekrutierungswelle)

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Lieber Kommilitone, liebe Kommilitonin,
für meine anstehende Masterarbeit möchte ich typische

Vorurteile gegenüber Pädagogen/-innen

mit Hilfe Interviews untersuchen und hinterfragen.

Dazu benötige ich deine Hilfe!

Das Interview wird nur ca. 10 – 15 Minuten dauern, ist streng vertraulich und du bekommst dafür sogar eine kleine finanzielle Aufwandsentschädigung in Form eines 5€-Amazon-Gutscheincodes.

Das Interview soll per Skype-Videoübertragung durchgeführt werden.

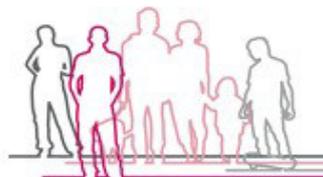
Falls du Skype zur Verfügung stehen hast und interessiert bist, schreib mir einfach eine kurze Mail an:

anika.mess@hotmail.de

Anschließend besprechen wir einen Termin, der dir zeitlich passt.

Deine Teilnahme an diesem Interview würde mir bezüglich meiner Masterarbeit enorm weiterhelfen und mit Sicherheit interessante Erkenntnisse zum Thema liefern.

Mit besten Grüßen,



Anika Meß

Fachbereich 05

9.3 Anhang 3: Leitfaden

Leitfaden

Thema „Typische Vorurteile gegenüber Pädagogen“

1. Was studierst du und seit wann?
2. Aus welchen Gründen hast du dich für einen pädagogischen Studiengang entschieden?
3. Kennst du bestimmte Klischees gegenüber deinem Studiengang?
Mit welchen wurdest du evtl. schon konfrontiert?
 1. Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?
 2. Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?
4. Ein Klischee ist, dass Lehramtsstudenten schon immer gern in die Schule gingen und sich einfach die Ferien nicht entgehen lassen wollen.
 1. Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?
 2. Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?
5. Ein weiteres Vorurteil ist, dass Lehramtsstudenten „alle Diddl-Mäppchen haben und sehr emotional beim Diskutieren werden.“
 1. Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?
 2. Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?
6. Es besteht das Vorurteil, dass Pädagogen keine „echten Akademiker“ wären.
 1. Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?
 2. Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?
7. Letztes Vorurteil: Nur mittelmäßige Schüler wollen später Lehrer werden. Die Leistungsstarken meiden eher diesen Beruf.
 1. Was denkst du, warum besteht dieses Vorurteil?
 2. Denkst du, dass diese Meinung berechtigt ist?

8. Das Lehramtsstudium und vor allem das Referendariat gelten als sehr stressige Zeit. Nun hört man mehr und mehr von aufputschenden Medikamenten/Drogen (zB. Ritalin) die zur Stressbewältigung vermehrt genommen werden von Studenten.
1. Hast du davon auch schon mal gehört?
 2. Hast du so etwas schon mal genommen?
 3. Wärest du bereit, so etwas für eine Leistungssteigerung zu nehmen, wenn du die Möglichkeit dazu hättest?
9. Trotz all dieser eher negativen Klischees gegenüber Pädagogen hast du dich für diesen Studiengang entschieden. Was motiviert dich trotz dessen?
- a) Du hast dich für das **persönliche Interview** mit mir entschieden.
1. Warum hast du dich für diese Form entschieden?
 2. Warum hast du dich nicht für ein Skype-Interview entschieden?
 3. Nutzt du Skype? Falls ja, wie häufig? Für welche Zwecke?
- b) Du hast dich für ein **Skype-Interview** entschieden.
1. Warum hast du dich für diese Form entschieden?
 2. Warum hast du dich nicht für ein persönliches Interview entschieden?
 3. Wie viel Erfahrung hast du bezüglich Interviews?
 4. Wie fandest du diese Form von Interview?
 5. Was hat dir gut gefallen / Was hat dich gestört?
 6. Wie häufig benutzt du ansonsten Skype? Für welche Zwecke?

9.4 Anhang 4: Gedächtnisprotokoll

Skype-Interviews

War der Interviewee pünktlich?

Wie war die Tonqualität?

Wie war die Videoqualität?

Gab es Unterbrechungen/Störungen? Wie war die Atmosphäre/Situation?

Wie wirkte der Interviewee auf mich? War er gesprächig?

Wie reagierte der Interviewee auf die sensible Frage?

Atmosphäre?

1 2 3 4 5 6 7

Gesprächigkeit?

1 2 3 4 5 6 7

10 Quellenverzeichnis

- Adler, Patricia A. und Peter Adler*, 2003: The reluctant respondent. S. 153 – 173 in: *James A. Holstein und Jaber F. Grubrium* (Hg.), *Inside interviewing: New lenses, new concerns*. Thousand Oaks: Sage.
- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.*, 2013: Jahresbericht 2013. Empfangen 14.09.2015 von https://www.adm-ev.de/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/user_upload/PDFS/Jahresbericht_13.pdf&t=1442327131&hash=67db3d0503f7bd2c8338cd92bc9e9f052babcff2
- adm-ev.de*: Empfangen 14.09.2015 von <https://www.adm-ev.de/startseite/>
- Atteslander, Peter*, 2003: *Methoden der empirischen Sozialforschung* (10. Auflage). Berlin: De Gruyter.
- Bargh, John A., Katelyn Y. A. McKenna und Grainne M. Fitzsimons*, 2002: Can you see the real me? Activation an Expression of the „True Self“ on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1): S. 33 – 48. Empfangen 14.09.2015 von <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-4560.00247/pdf>
- Beard, Leslie, Kumanan Wilson, Dante Morra und Jennifer Keelan*, 2009: A survey of health related activities on Second life. *Journal of Medical Internet Research*, 11(2). Empfangen 14.09.2015 von <http://www.jmir.org/2009/2/e17/>
- Beck, Ulrich*, 1998: *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Berger, Peter L. und Thomas Luckmann*, 2009: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit* (22. Auflage). Frankfurt am Main: Fischer.
- bitkom.org*, 2014: Vertrauen ins Internet steigt wieder – ein bisschen. Empfangen 14.09.2015 von https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Pressemitteilung_3402.html
- Deakin, Hannah und Kelly Wakefield*, 2013: Skype Interviewing: reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*. Empfangen 14.09.2015 von: <http://qrj.sagepub.com/content/early/2013/05/24/1468794113488126.full.pdf+html>
- Dellwing, Michael*, 2014: *Zur Aktualität von Erving Goffman*. Wiesbaden: Springer VS.
- Denzin, Norman K.*, 1970: *The Research Act in Sociology*. Chicago: Aldine.
- Diekmann, Andreas*, 2010: *Empirische Sozialforschung. Grundlagen Methoden Anwendungen* (4. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Dürschmidt, Jörg*, 2002: *Globalisierung*. Bielefeld: Transcript-Verlag.
- Erlandson, David A., Edward L. Harris, Barbara L. Skipper und Steve D. Allen*, 1993: *Doing Naturalistic Inquiry: A Guide to Methods*. London: Sage.

- Elwood, Sarah A. und Martin, Deborah G.*, 2000: „Placing“ interviews: location and scales of power in qualitative research. *The professional Geographer* 52(4): S. 649-657. Empfangen 14.09.2015 von https://www.clarku.edu/departments/geography/pdfs/Deb%20Martin/elwood_martin2000.pdf
- Esser, Hartmut*, 1986: Können Befragte lügen? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 38: S. 314 – 336. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/6635>
- Evans, Alison, Jonathan Elford und Dick Wiggins*, 2008: Using the Internet for Qualitative Research. S. 315 – 333 in: *Willig, Carla und Wendy Stainton-Rogers* (Hg.), *The Sage Handbook of Qualitative Research in Psychology*. Los Angeles [u.a.]: Sage.
- Flick, Uwe*, 2010: Gütekriterien qualitativer Forschung. S. 395 – 407 in: *Günter Mey und Katja Mruck* (Hg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flick, Uwe*, 2012: *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (5. Auflage). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Forschungsgruppe Wahlen e.V.*, 2015: Internet-Strukturdaten. Empfangen 14.09.2015 von http://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Internet-Strukturdaten/web_2014.pdf
- Friedrichs, Jürgen*, 1980: *Methoden der empirischen Sozialforschung* (14. Auflage). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Galea, Sandro und Melissa Tracy*, 2007: Participation rates in epidemiologic studies. *Annals of Epidemiology* 17(9): 643 – 653. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1047279707001470>
- Giddens, Anthony*, 2001: *Entfesselte Welt: wie die Globalisierung unser Leben verändert*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Greenwald, Glenn, Ewan MacAskill, Laura Poitras, Spencer Ackerman und Dominic Rushe*, 2013: Microsoft handed the NSA access to encrypted messages. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.theguardian.com/world/2013/jul/11/microsoft-nsa-collaboration-user-data>
- Goffman, Erving*, 2003: *Wir alle spielen Theater: die Selbstdarstellung im Alltag*. München [u.a.]: Piper.
- Hartmann, Petra*, 1991: *Wunsch und Wirklichkeit. Theorie und Empirie sozialer Erwünschtheit*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH.
- Höflich, Joachim R.*, 1996: *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution elektronischer Gemeinschaften*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Holge-Hazelton, Bibi*, 2002: The internet: A new field for qualitative inquiry? Forum: Qualitative Sozialforschung, 3(2), Art. 15. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/854/1856>
- Hölzl, Erik*, 1994: Qualitatives Interview. S. 61 – 68 in: *Chorherr, Otmar* (Hg.), Verführung zum qualitativen Forschen: eine Methodenauswahl. Wien: WUV, Universitäts-Verlag.
- Hopf, Christel*, 2010: Qualitative Interviews – ein Überblick. S. 349 – 359 in: *Flick, Uwe, Ernst von Kardorff* und *Ines Steinke* (Hg.), Qualitative Forschung. Ein Handbuch (8. Auflage). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- IfD Allensbach*, 2016: Anzahl der Internetnutzer in Deutschland, die über das Internet telefonieren (z.B. Videotelefonie), nach Häufigkeit der Nutzung von 2013 bis 2016 (in Millionen). Empfangen 14.09.2015 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/168898/umfrage/telefonieren-ueber-das-internet/>
- Im, Eun-Ok* und *Wonshik Chee*, 2006: An online forum as a qualitative research method: practical issues. Nursing Research, 55(4): S. 267-273. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2491331/>
- Klein, Markus* und *Michael Kühhirt*, 2010: Sozial erwünschtes Antwortverhalten bezüglich der Teilung häuslicher Arbeit: die Interaktion von Interviewergeschlecht und Befragtenmerkmalen in Telefoninterviews. Methoden, Daten, Analysen, 4(2): S. 79 – 104. Empfangen 14.09.2015 von <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-210124>
- Knoblauch, Hubert*, 2010: Zukunft und Perspektiven qualitativer Forschung. S. 623 – 632 in *Flick, Uwe, Ernst von Kardorff* und *Ines Steinke* (Hg.), Qualitative Forschung. Ein Handbuch (8. Auflage). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Kvale, Steinar*, 2007: Doing Interviews. Los Angeles [u.a.]: Sage.
- Marlowe, David* und *Douglas P. Crowne*, 1964: The approval motive. New York: Wiley & Sons.
- Mayring, Philipp*, 2010: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken (11. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Métraux, Alexandre*, 2010: Verfahrenskunst, Methodeninnovation und Theoriebildung in der qualitativen Sozialforschung. S. 643 – 652 in: *Flick, Uwe, Ernst von Kardorff* und *Ines Steinke* (Hg.), Qualitative Forschung. Ein Handbuch (8. Auflage). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- microsoft.com*, 2015: Datenschutz und Cookies. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.microsoft.com/de-de/privacystatement/default.aspx>
- Misoch, Sabina*, 2015: Qualitative Interviews. Berlin: De Gruyter.
- Morgan, David. L.*, 1988: Focus Groups as Qualitative Research. Newbury Park, Californien:

- Sage.
- Mummendey, Hans Dieter*, 1995: Psychologie der Selbstdarstellung. Göttingen: Hogrefe.
- Opendenakker, Raymond*, 2006: Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research. Forum: Qualitative Sozialforschung, 7(4), Art. 11. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/175/391>
- Redlich-Amirav, Doris* und *Gina Higginbottom*, 2014: New emerging Technologies in Qualitative Research. The Qualitative Report, 19: S. 1 – 14. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR19/redlich-amirav12.pdf>
- Reichert, Ramón*, 2014: Einführung. S. 9 – 31 in: *Reichert, Ramón* (Hg.), Big Data. Analysen zum digitalen Wandel von Wissen, Macht und Ökonomie. Transcript-Verlag: Bielefeld.
- Robertson, Roland*, 1992: Globalization. Social Theory and Global Culture. London [u.a.]: Sage.
- Rogers, Carl*, 1951: Client-centered therapy. Boston: Houghton-Mifflin.
- Ryan, Paul* und *Tony Dundon*, 2008: Case research interviews: Eliciting superior quality data. International Journal of Case Method Research & Application 20(4): S. 443 – 450. Empfangen 14.09.2015 von http://www.wacra.org/PublicDomain/IJCRA%20xx_iv_IJCRA%20pg443-450%20Ryan.pdf
- Schnell, Rainer, Paul B. Hill* und *Elke Esser*, 2008: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- secondlife.com*, 2015: Empfangen 14.09.2015 von <http://secondlife.com/>
- Shenton, Andrew K.*, 2004: Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. Education for information 22(2): S. 63 – 75. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.crec.co.uk/docs/Trustworthypaper.pdf>
- Sproull, Lee*, und *Sara Kiesler*, 1986: Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. Management Science, 32(11): S. 1492 – 1512. Empfangen 14.09.2015 von http://www.cs.cmu.edu/~kiesler/publications/PDFs/SPROULL_KIESLER_1986_Reduci.pdf
- statista.com*, 2015: Anzahl der registrierten Nutzer von Skype bis 2021. Empfangen 14.09.2015 von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/185958/umfrage/registrierte-und-zahlende-skype-nutzer-seit-2007/>
- Statistisches Bundesamt*, 2015: Geräte, Anschlüsse und Internetzugang in Privathaushalten: Deutschland, Früheres Bundesgebiet/Neue Länder, Jahre. Empfangen 14.09.2015 von <http://bit.ly/1UPxFeA>
- Stieger, Stefan* und *Anja S. Göritz*, 2006: Using Instant Messaging for Internet-Based Interviews. CyberPsychologie & Behaviour, 9(5): S. 552 – 559. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.goeritz.net/Cyberpsych.pdf>

- Stocké, Volker*, 2004: Entstehungsbedingungen von Antwortverzerrungen durch soziale Erwünschtheit. Ein Vergleich der Prognosen der Rational-Choice Theorie und des Modells der Frame-Selektion. Zeitschrift für Soziologie 33(4): S. 303 – 320. Empfangen 14.09.2015 von <http://www.zfs-online.org/index.php/zfs/article/viewFile/1169/706>
- Taddicken, Monika*, 2009: Methodeneffekte von Web-Befragungen: Soziale Erwünschtheit vs. Soziale Entkontextualisierung. S. 85 – 104 in: *Weichbold, Martin* (Hg.), Umfrageforschung. Herausforderungen und Grenzen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- trefis.com*, 2015: Empfangen 14.09.2015 von http://www.trefis.com/stock/msft/model/trefis?freeAccessToken=PROVIDER_4f3bafbafd3829ea10eeb9593465b445f02c1004
- VuMa Verbrauchs- und Medienanalyse*, 2015: Was konsumiert du? Basisinformationen für fundierte Mediaentscheidungen. Empfangen 14.09.2015 von http://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user_upload/zdfwerb/pdf/sonstiges/VuMA_Berichtsband_2015_Web_final.pdf
- Weber, Max*, 1980: Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie. Tübingen: Mohr.
- Weinmann, Tobias, Silke Thomas, Susanne Brillmayer, Sabine Heinrich und Katja Radon*, 2012: Testing Skype as an interview method in epidemiologic research: Response and feasibility. International Journal of Public Health 57(6): 959 – 961.
- Weischer, Christoph*, 2015: Begriff „Befragung“. S. 31 – 35 in: *Diaz-Bone, Rainer* und *Christoph Weischer* (Hg.), Methoden-Lexikon für die Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer VS.