

Arbeitsbericht Nr. 172 des Instituts für Wirtschaftsinformatik

Universität Bern

**Mangelnde Lesekompetenz – ein unterschätztes
Problem bei der schriftlichen Befragung?**

Alexandra Daniela Zaugg

Michael Kreuzer

2005-06

Die Arbeitsberichte des Institutes für Wirtschaftsinformatik stellen Teilergebnisse aus laufenden Forschungsarbeiten dar; sie besitzen Charakter von Werkstattberichten und Preprints, und dienen der wissenschaftlichen Diskussion. Kritik zum Inhalt ist daher erwünscht und jederzeit willkommen. Alle Rechte liegen bei den Autoren.

Zusammenfassung

Im deutschsprachigen Raum haben bis zu 18% der Wohnbevölkerung grosse Mühe mit Lesen und Schreiben. Solche Personen gefährden die Validität einer schriftlichen Befragung. Denn Untersuchungssubjekte, die von Illetrismus betroffen sind, werden den Fragebogen nicht, nur unvollständig oder willkürlich ausgefüllt zurücksenden.

Die Resultate einer an der Universität Bern durchgeführten empirischen Untersuchung weisen darauf hin, dass weder in der Wissenschaft noch in der Praxis der Gefahr eines Bias durch Illetrismus Beachtung geschenkt wird. Auch fehlen Methoden, um diesen Verzerrungen systematisch begegnen zu können. Weil die schriftliche Befragung in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen wird, sind die Forschenden bereits heute gefordert, sich mit dem beschriebenen Problem auseinanderzusetzen.

Kontakt

Institut für Wirtschaftsinformatik
Abteilung Informationsmanagement
Engehaldenstrasse 8
CH - 3012 Bern

Tel.: ++41 (0)31 631 33 70

Fax: ++41 (0)31 631 46 82

alexandra.zaugg@iwi.unibe.ch

michael.kreuzer@freesurf.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung_____	1
2	Geringe Lesekompetenz bei der Wohnbevölkerung – Geringes Problembewusstsein bei den Forschern_____	2
3	Der Umgang mit potentiellen Verzerrungen bei der schriftlichen Befragung_____	3
4	Fazit _____	4
	Literaturverzeichnis_____	6

1 Einleitung

Für Marktforschungsinstitute ist das telefonische Interview die wichtigste Erhebungsmethode, am zweithäufigsten wird die schriftliche Befragung genutzt.¹ Oft setzen sie auch Unternehmen ein, die ihre Marktforschung selbständig durchführen. In der Wissenschaft gilt die schriftliche Befragung als die dominante Erhebungsmethode (vgl. Griffis et al. (2003), S. 237; Lambert/Harrington (1990), S. 5). Ihre Bedeutung für die Praxis wird aus zwei Gründen steigen. Durch die Zunahme von mobilen Telefonen sinkt die Anzahl Festnetzanschlüsse, was sich negativ auf die Repräsentativität von telefonischen Interviews auswirkt. Gleichzeitig wächst mit der weiteren Verbreitung des Internets das Potential der Online-Befragung.²

Es hängt von verschiedenen Aspekten ab, ob mit der schriftlichen Befragung der mündlichen Erhebung ebenbürtige Resultate erzielt werden können. Eine entscheidende Rolle spielt die Lesekompetenz der Untersuchungssubjekte. Die Fähigkeit, Texte lesen und verstehen zu können, ist in modernen Industrienationen sehr unterschiedlich ausgeprägt. Davon zeugen die Resultate des "International Adult Literacy Survey" (IALS), einer Studie, die im Auftrag der OECD in verschiedenen Ländern durchgeführt wurde (vgl. OECD/Statistics Canada (1995), S. 13; OECD/Statistics Canada (2000), S. 87). Gegenstand der Untersuchung war die Lese- und Schreibkompetenz der Wohnbevölkerung von zwanzig OECD-Staaten (vgl. OECD/Statistics Canada (2000), S. iii). Gemäss den Ergebnissen haben in Deutschland neun und in der Deutschschweiz achtzehn Prozent der Bevölkerung Schwierigkeiten mit Lesen oder weisen ein geringes Textverständnis auf (vgl. OECD/Statistics Canada (2000), S. 137). Davon betroffene Personen können höchstens einfache, übersichtliche Dokumente entziffern; Dosierungsangaben auf einer Medikamentenpackung werden bereits nicht mehr verstanden. In der Schweiz gelten die Fremdsprachigkeit und ein tiefes Bildungsniveau als wichtigste Bestimmungsfaktoren einer ungenügenden Lesekompetenz (vgl. Boudard (2000), S. 6; Notter (1999b), S. 59ff.; Notter (1999a), S. 91ff.; Schweizerische Koordinationsstelle für Bildungsforschung (2002), S. 53).

Illetrismus kann bei schriftlichen Befragungen zu systematisch verzerrten Daten führen. Denn Personen mit Leseschwierigkeiten senden den Fragebogen gar nicht, nur unvollständig

¹ 2003 wurden 61% der Erhebungen telefonisch, 21% schriftlich (davon 2% online) und 18% face-to-face realisiert (vgl. Kappeler (2004), S. 16).

² Schweizer Marktforschungsinstitute führten 2004 2% der Erhebungen online durch (vgl. Kappeler (2004), S. 16). In der Schweiz waren im ersten Quartal 2004 bereits 65% der Schweizer Wohnbevölkerung (ab 14 Jahre) online (vgl. WEMF (2004), S. 6). Es ist zu erwarten, dass die Nutzerzahl in den nächsten Jahren weiter steigen wird.

oder zum Teil willkürlich ausgefüllt zurück. Es drängt sich demnach die Frage auf, ob sich die Forscher in Wissenschaft und Praxis der Gefahr verzerrter Daten aufgrund mangelnder Lesekompetenz bewusst sind und wie damit umgegangen wird. Dazu wurden im Rahmen einer Diplomarbeit am Institut für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern Ende 2003 zweiundzwanzig Experteninterviews realisiert. Die ausgewählten Gesprächspartner zeichnen sich durch ihre grosse Erfahrung in der Durchführung empirischer Untersuchungen aus. Sechs Personen stammen aus dem universitären Bereich und sechzehn sind Praktiker. Davon arbeiten sieben in Marktforschungsinstituten und neun in Grossunternehmen mit einer eigenen Marktforschungsabteilung. Die folgenden Ausführungen beschreiben Resultate der Experteninterviews.

2 Geringe Lesekompetenz bei der Wohnbevölkerung – Geringes Problembewusstsein bei den Forschern

Zu Beginn der Interviews wurden die Experten gebeten, die Lesekompetenz der Schweizer Wohnbevölkerung einzuschätzen. Im Allgemeinen sei die Lesekompetenz sehr unterschiedlich, bei einigen Personengruppen entsprechend schwach ausgeprägt. Manche Vertreter der Praxis gehen bei Befragungen im Business-to-business-Bereich von einer überdurchschnittlich hohen Lesekompetenz aus. Von den universitären Forschern wird sie generell als bescheiden beurteilt. Sie weisen darauf hin, dass viele Personen, besonders ältere und solche mit geringer Bildung, im Umgang mit schriftlichen Dokumenten ungeübt seien.

Die interviewten Experten arbeiten alle mit der schriftlichen Befragung, jedoch in unterschiedlichem Ausmass. Marktforschungsinstitute setzten sie häufig für Meinungs- und Verhaltensuntersuchungen sowie bei Mitarbeiterbefragungen ein. Der Stellenwert der schriftlichen Befragung in Unternehmen, die Marktforschung selbständig betreiben, variiert stark. Während einige fast ausschliesslich diese Erhebungstechnik nutzen, machen andere nur selten von ihr Gebrauch. Beliebte ist die Methode bei Untersuchungen von Spezialpopulationen oder wenn viel Wert auf Anonymität und Diskretion gelegt wird. In der wissenschaftlichen Forschung wird bevorzugt die schriftliche Befragung verwendet, da sie ein besonders kostengünstiges Erhebungsinstrument ist und die Resultate meist nicht innerhalb weniger Tage vorliegen müssen.

Trotz der Aussagen der Experten über die gesellschaftliche Bedeutung von Illettrismus und der Verbreitung der schriftlichen Befragung haben die meisten der befragten Praktiker Leseschwäche bisher nicht als Gefahr für die Validität einer schriftlichen Befragung

wahrgenommen. Das Risiko eines Bias sei unbedeutend und nicht quantifizierbar. Für die Marktforscher sind flüchtiges Lesen, falsche Fragestellungen oder die Fremdsprachigkeit von Probanden die wichtigsten Ursachen für verzerrte Daten. An den Universitäten wird dem Bildungsbias eine grosse Bedeutung geschenkt.

Nur wenige Experten sind sich explizit der Gefahr mangelhafter Lesekompetenz für die Validität schriftlicher Befragungen bewusst. Implizit wird das Problem jedoch erkannt. Denn das Ausmass der Verzerrungen aufgrund schlechter Fragestellungen, mangelnder Konzentration der Probanden oder ihrer Fremdsprachigkeit sowie der Bildungsbias hängen unter Umständen stark von der Lesekompetenz ab. Wie die Experten diesen Ursachen verzerrter Daten begegnen, wird im folgenden Abschnitt beschrieben.

3 Der Umgang mit potentiellen Verzerrungen bei der schriftlichen Befragung

Alle Experten, im Besonderen die Praktiker, legen grossen Wert auf kurze Fragen und tun ihr Möglichstes, Fremdwörter sowie Fachjargon im Fragebogen zu vermeiden. Mit gezielter Wortwahl und einer der Grundgesamtheit angepassten Sprache versuchen die Vertreter der Marktforschungsinstitute, falsche Antworten durch flüchtiges Lesen zu reduzieren. Somit erstaunt es umso mehr, dass kein einziger dieser Experten auf die Bedeutung des Layouts hinweist. Weniger konkrete Empfehlungen für die Fragebogengestaltung geben die interviewten universitären Forscher ab. Sie verweisen häufig auf die einschlägige Fachliteratur und legen nahe, bereits getestete Fragen zu verwenden.

Während die meisten Experten versuchen, einfache Fragen und Antworten zu formulieren, variieren die Bemühungen stark, die angestrebte Verständlichkeit zu überprüfen. Sie reichen vom Gegenlesen des Fragebogens durch Kollegen bis zu sechs Pretests für einen einzigen Fragebogen, wobei ersteres die gängige Praxis beschreibt. In der Wissenschaft werden Fragebogen häufiger und eingehender getestet. Einige Forscher orientieren sich dazu am Sample-Selection Modell von James Heckmann. Er beschreibt, wie sich mit Hilfe einer einfachen Regression verzerrungsfreie Schätzungen für die interessierenden Variablen berechnen lassen (vgl. Heckman (1979), S. 160).³ So können Verzerrungen korrigiert werden, die durch nicht zufällige Selektionsprozesse verursacht worden sind, wie beispielsweise systematische Nonresponse-Ausfälle.

³ Eine detaillierte Beschreibung bietet Heckman (1976) oder Heckman (1979).

Ob und wo sich wissenschaftliche Studien publizieren lassen, hängt stark von deren Datenqualität ab. Deshalb wird ihr an den Universitäten viel Beachtung geschenkt. Weil die Praktiker andere Ziele verfolgen, wird weitgehend auf die eigene Erfahrung und Intuition vertraut. Werden in der Praxis Verzerrungen vermutet oder gar erkannt, beeinflussen sie selten die Ergebnisinterpretation oder verhindern gar die Verwendung der Daten.

4 Fazit

Für die Marktforschung hat die schriftliche Befragung bereits heute einen hohen Stellenwert, der in Zukunft noch steigen wird. Die so gewonnenen Daten sind nur valide, wenn alle Personen der Grundgesamtheit fähig sind, die an sie gestellten Fragen zu lesen, zu verstehen und der Realität entsprechend zu beantworten. Experten aus Wissenschaft und Praxis beurteilen die Lesekompetenz bei Teilen der Schweizer Bevölkerung jedoch als kritisch. Diese Einschätzung entspricht den Resultaten der IALS-Studie. Gleichwohl haben sich die befragten Praktiker über negative Auswirkungen von Illettrismus auf die Daten einer schriftlichen Befragung bisher kaum Gedanken gemacht. Angesichts der Bemühungen, die Fragen möglichst einfach und trotzdem spannend zu halten und die Fremdsprachigkeit der Probanden zu berücksichtigen, beurteilen die Praktiker die Gefahr eines Bias aufgrund Leseschwierigkeiten als gering. Deshalb werden sie dieser Problematik auch in Zukunft nicht besondere Beachtung schenken. Indem die Wissenschaftler den Bildungsbias berücksichtigen, tragen sie der Lesekompetenz der Probanden zumindest teilweise indirekt Rechnung.

Das Bewusstsein, dass Leseschwäche die erhobenen Daten systematisch verzerren kann, ist unerlässlich, um dieser Problematik begegnen zu können. Soll mit schriftlichen Befragungen dem mündlichen Interview ebenbürtige Resultate erzielt werden, reichen die bisherigen Vorkehrungen in Wissenschaft und Praxis nicht aus. Diese Feststellung darf nicht als Kritik an den Marktforschern verstanden werden, solange die Wissenschaft noch keine systematischen Ansätze und Methoden bereithält, die einen zweckmässigen Umgang mit Illettrismus ermöglichen. Umso wichtiger ist es, die traditionellen Handlungsempfehlungen zur Sicherung der Datenqualität zu befolgen. Denn auch sie reduzieren die Gefahr eines Bias durch Leseschwäche. In dieser Hinsicht wird die Bedeutung des Pretests in der Praxis unterschätzt. Es ist von grösster Wichtigkeit, den Fragebogen von einer zufällig gezogenen Kleinstichprobe der Grundgesamtheit testen zu lassen und anschliessend eine mündliche Rückmeldung einzuholen. Dieses Vorgehen hilft nicht nur bei der Optimierung des

Fragebogens. Die Resultate des Pretests können im Extremfall auch darauf hinweisen, dass für den Untersuchungsgegenstand anstelle der schriftlichen Befragung eine andere Form der Datenerhebung zweckmässiger wäre.

Der vorliegende Arbeitsbericht hat aufgezeigt, dass Illettrismus – in Abhängigkeit von der Grundgesamtheit – für schriftliche Befragungen zu einem ernst zu nehmendem Problem werden kann, dem sowohl in der Wissenschaft als auch in der Praxis zu wenig Beachtung geschenkt wird. Die Sensibilisierung für die beschriebene Gefahr bildet den Grundstein, auf dem Massnahmen und Methoden zu entwickeln sind, die in Zukunft einen sinnvollen Umgang mit Leseschwäche in der Marktforschung ermöglichen werden.

Literaturverzeichnis

- Boudard, E. (2000)
La Littératie dans les Pays de l'OCDE: Quelques Résultats de la Dernière Enquête Internationale sur la Littératie des Adultes, Institute of International Education, Stockholm University, Stockholm 2000.
- Griffis, S., Goldsby, T., Cooper, M. (2003)
Web-Based and Mail Surveys: A Comparison of Response, Data and Cost, Journal of Business Logistics 24. Jg. (2003) Nr. 2, S. 237-258.
- Heckman, J.J. (1976)
The Common Structure of Statistical Models of Truncation, Sample Selection and Limited Dependent Variables and a Simple Estimator for Such Models, The Annals of Economic and Social Measurement 5. Jg. (1976) Nr. 3, S. 475-492.
- Heckman, J.J. (1979)
Sample Selection Bias as a Specification Error, Econometrica 47. Jg. (1979) Nr. 1, S. 153-161.
- Kappeler, M. (2004)
Marketing- und Sozialforschung: Branchenstatistik 2003, in: Verband Schweizer Marketing- und Sozialforscher (Hrsg.), SMS-Jahrbuch 2004, Marketing- & Sozialforschung Schweiz, Cham 2004, S. 12-16.
- Lambert, D.M., Harrington, T.C. (1990)
Measuring Nonresponse Bias in Customer Service Mail Surveys, Journal of Business Logistics 11. Jg. (1990) Nr. 2, S. 5-25.
- Notter, P. (1999a)
Ausbildung und Lesekompetenz, in: Notter, P. et al. (Hrsg.), Lesen - eine Selbstverständlichkeit? Schweizer Bericht zum "International Adult Literacy Survey", Chur, Zürich 1999, S. 91-112.
- Notter, P. (1999b)
Soziodemographische Merkmale und Lesekompetenzen, in: Notter, P. et al. (Hrsg.), Lesen - eine Selbstverständlichkeit? Schweizer Bericht zum "International Adult Literacy Survey", Chur, Zürich 1999, S. 59-74.
- OECD, Statistics Canada (1995)
Literacy, Economy and Society. Results of the first International Adult Literacy Survey, OECD, Paris 1995.
- OECD, Statistics Canada (2000)
Literacy in the Information Age - Final Report on the International Adult Literacy Survey, OECD, Paris 2000.
- Schweizerische Koordinationsstelle für Bildungsforschung (2002)
Illettrismus: Wenn Lesen ein Problem ist: Hintergründe und Gegenmassnahmen, Trendbericht Schweizerische Koordinationsstelle für Bildungsforschung, Nr. 5, Aarau 2002.
- WEMF (2004)
65% der Schweizer Bevölkerung sind online, WEMF REMP Report - Magazin für Werbemedienforschung, 2004, S. 6-7.