

Im Auftrag der

AGS Akademie für Gesundheits- und Sozialberufe



MARKETING:
Gestaltung eines Fragebogens

Kaufleute im Gesundheitswesen

0

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Wie sollte ein Fragebogen grundsätzlich aufgebaut sein?

Die Gestaltung des Fragebogens muss dem Corporate Design (einheitlichen Erscheinungsbild) des Unternehmens entsprechen. Die Formulierung der Fragen muss kurz und konkret sein und sich auf einen Sachverhalt beschränken. Die Beantwortung sollte einfach sein. Nicht zulässig sind Suggestivfragen, die auf eine erwartete Antwort hinsteuern.

Beispiel Suggestivfrage: „*Sind Sie nicht auch der Meinung, dass Raucherbereiche im Bahnhof abgeschafft werden sollten?*“

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Einleitend sollten der Zweck der Befragung und evtl. ein Nutzen für den Befragten dargelegt werden. Sogenannte Eisbrecherfragen werden zu Beginn gestellt. Sie sind unverfänglich, sollen Interesse wecken und Vertrauen aufbauen.

Beispiel einleitende Frage: „Wellness-Hotels kommen immer mehr in Mode. Haben Sie auch schon davon gehört?“

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Den Hauptteil der Befragung bilden die Sachfragen, die in direktem Bezug zum Untersuchungsgegenstand stehen. Zum Beispiel: Befragung zur Kundenzufriedenheit, Befragung zur Patientenzufriedenheit, Befragung zum Essensangebot.

Kontrollfragen werden zur Prüfung eingesetzt, ob der Befragte eine andere Frage wahrheitsgemäß beantwortet hat. Kontrollfragen dienen dazu, Personen, die die Befragung nicht ernsthaft beantworten, von der Datenanalyse auszuschließen.

Fragen mit Angaben zur Person stehen am Schluss eines Fragebogens, wenn die Befragten Vertrauen gefasst haben.

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Fragearten

Bei der Fragebogengestaltung kann man verschiedene Fragearten konstruieren, die die Antwortmöglichkeiten des Befragten steuern.

Offene Fragen

Werden in der Regel als vollständige Sätze formuliert. Die Antwortmöglichkeiten sind individuell. Die Auswertung dieser Antworten ist schwierig, weil jede befragte Person andere Formulierungen wählen kann. Damit ist die Vergleichbarkeit der Antworten nicht ohne Weiteres möglich.

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Beispiel offene Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Versorgung durch das Pflegepersonal?“

Vorteile von offenen Fragen

- Freie Meinungsäußerung der Befragten
- Befragte können unbekannte und neue Informationen einbringen
- Dialoge und Nachfragen sind bei persönlichen Befragungen möglich
- Befragungsatmosphäre ist aufgeschlossener

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Geschlossene und halb offene Fragen

Bei geschlossenen Fragen werden die Antwortmöglichkeiten der Befragten vorgegeben.

Geschlossene Fragen können verschiedenartig formuliert werden, z.B. als Multiple-Choice-Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten.

Beispiel geschlossene Frage: „Haben Sie unser Angebot ‚Wellness Pur‘ bereits genutzt?“

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Der Befragte kann nur mit ja/nein antworten. Eventuell kann die neutrale Antwort „Weiß ich nicht“ ergänzt werden. Diese Art der geschlossenen Frage wird auch Alternativfrage genannt (es gibt zwei Möglichkeiten).

Beispiel: „War Ihr Angehöriger mit der Versorgung durch das Pflegepersonal zufrieden?“

- Ja
- Nein
- Weiß ich nicht

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Bei Multiple-Choice-Fragen (Mehrfachauswahl) kann der Befragte aus einer vorgegebenen Auswahl eine oder je nach Fragebogen auch mehrere Antworten ankreuzen.

Beispiel: „Welche Wahlleistungen haben Sie in Anspruch genommen?“

- Zweibettzimmer
- Einzelzimmer
- Telefon / Internetanschluss
- Fernsehprogramm

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Bei Skala-Fragen kann der Befragte einen Sachverhalt bewerten, indem er aus einer vorgegebenen Skala auswählt. Das können Schulnoten oder ein Punktesystem sein.

Eine weitere Möglichkeit sind abgestufte Formulierungen wie z.B. „trifft zu“, „trifft eher zu“, „trifft nicht zu“.

Beispiel: „Wie bewerten Sie die Freundlichkeit unseres Pflegepersonals?“

1	2	3	4	5	6

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Bei halb-offenen Fragen kombiniert man geschlossene Fragen mit einer abschließenden offenen Frage. Falls die geschlossene Frage das Spektrum des Befragten unvollständig abdeckt, kann der Befragte eine eigene Formulierung ergänzen.

Beispiel halb-offene Frage: „*Warum haben Sie gerade unsere Reha-Einrichtung gewählt?*“

- Vorgabe der Krankenkasse
- Empfehlung des Hausarztes
- Eigene Recherche
- Empfehlung von Bekannten/Verwandten
- Anderer Grund, und zwar: _____

Marketing

Gestaltung eines Fragebogens

Vorteile von geschlossenen Fragen:

- Man erhält präzise Antworten
- Die Auswertung ist einfach und eindeutig.
- Die Befragung ist zeitsparend und insgesamt kostengünstiger.