

Leitfaden „Interview“



Ziel: Sichtweisen der Teilnehmenden in Erfahrung bringen; qualitative Aussagen zu einem Forschungsthema sammeln

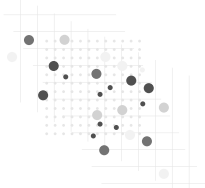


Dauer: 15 - 60 min | **Teilnehmendenzahl:** <2; 3-5 (i.d.R. 1 Person, die interviewt wird und 1-2 Forschende, die das Interview leiten)

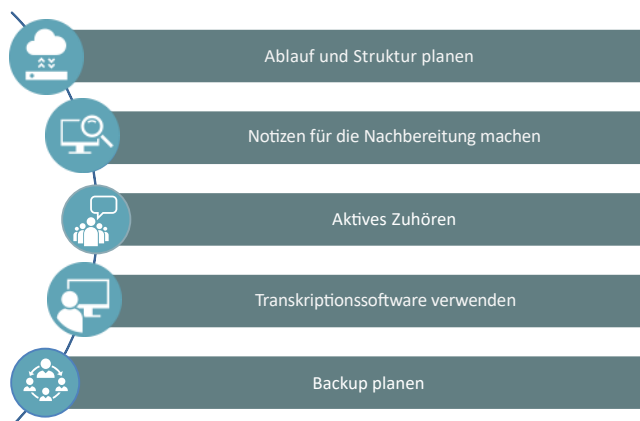


Beschreibung: Das Interview ist eine qualitative Forschungsmethode, die dazu dient, detaillierte Informationen zu spezifischen Themen durch direkte Interaktion mit den Befragten zu gewinnen. Es handelt sich um eine strukturierte, halbstrukturierte oder unstrukturierte Form des Gesprächs, bei der ein Interviewer gezielte Fragen stellt, um Einsichten in die Meinungen, Erfahrungen, Einstellungen und Motivationen der Teilnehmenden zu erhalten.

In einem strukturierten Interview folgt der Interviewer einem festen Fragebogen, während in einem halbstrukturierten Interview ein flexibler Leitfaden verwendet wird, der Raum für spontane Nachfragen lässt. Unstrukturierte Interviews sind am wenigsten formalisiert und ermöglichen eine freie, offene Diskussion, die von den Antworten der Befragten gesteuert wird. Interviews bieten den Vorteil, tiefere Einblicke zu gewinnen und komplexe Sachverhalte zu erfassen, die durch andere Methoden, wie standardisierte Umfragen, möglicherweise nicht vollständig erfasst werden können. Sie werden häufig in Sozialforschung, Marktforschung, Psychologie und vielen anderen Disziplinen eingesetzt, um qualitative Daten zu sammeln, die eine detaillierte Analyse ermöglichen.



Tipps für Interview



Vorgehen:

Erstellen Sie im Vorfeld einen **Leitfaden** mit den zentralen Fragen, die Sie besprechen wollen. Nutzen Sie dazu **offene Fragen**, um das Gespräch anzuregen und einsilbige Antworten zu vermeiden. So können längere, qualitative Aussagen erreicht werden. Kontaktieren Sie Personen, die **Expert*innen** in dem von Ihnen zu untersuchenden Thema sind, um fachlich tiefe Aussagen zu erhalten.

Bereiten Sie eine **Aufnahme** des Interviews vor. Das kann entweder eine Audio- oder Videoaufnahme sein. Diese Aufnahme erleichtert Ihnen im Nachgang die Auswertung des Gesagten.

Starten Sie mit „**einfachen**“ **Fragen wie demografischen Angaben** zur interviewten Person. So beginnen Sie mit entspannter Atmosphäre in das Interview, ohne direkt zu tief einzutauchen.

Kommentieren Sie die Antworten der interviewten Person auf Ihre Fragen nicht. Lauschen Sie den Ausführungen und stellen **interessierte Nachfragen**, um das Gespräch anzukurbeln und gleichzeitig bei einzelnen Aspekten mehr in die Tiefe gehen zu können und so verschiedene Aspekte einfangen zu können.

Bedanken Sie sich am Ende für die Mitarbeit und Unterstützung bei der interviewten Person. In manchen Fällen können in Forschungsprojekten auch Incentives bereitgestellt werden – Kleinigkeiten wie Gutscheine, Bonuspunkte (wenn Studierende Teil der Fokusgruppe sind) o.ä., die eine Mitarbeit noch zusätzlich motivieren können. Nach dem Interview ist vor der **Analyse**: die typischen Schritte bei der Analyse qualitativer Daten ist zuerst die Transkription der Aufnahmen, dann die Kodierung der daraus gewonnenen Daten und schließlich die Identifizierung von Kategorien, Themen und Mustern, aus denen Schlussfolgerungen zur ursprünglichen Fragestellung gezogen werden.

Tipps #1: Nutzen Sie Video nur dann, wenn es zur Nachvollziehbarkeit oder Auswertung der Daten im Nachgang beiträgt. Es könnte sein, dass sich manche Teilnehmende durch die Kamera unwohl fühlen.

Tipps #2: Informieren Sie die Teilnehmenden vor Start der Aufnahme, dass ihre Antworten aufgezeichnet werden, und lassen Sie sich das Ok schriftlich bestätigen.

Tipps #3: Analysieren Sie die Daten durch mindestens zwei Wissenschaftler*innen, um subjektiven Bias zu reduzieren.

Tipps #4: Nutzen Sie zur Transkription Software, die genau auf diesen Zweck ausgelegt ist. Gerade bei Audio-Aufnahmen kann so die Tonspur z.B. verlangsamt werden, um leichter mitschreiben zu können.

Schlagwörter: Qualitative Forschung, Befragung, Datengewinnung, Strukturiertes Interview, Datenanalyse, Transkription, Mustererkennung

Literaturverzeichnis

- [Aghamanoukjan, A., Buber, R. & Meyer, M. \(2009\): Qualitative Interviews. In: Buber, R. & Holzmüller, H.H. \(Hrsg.\): Qualitative Marktforschung. Wiesbaden: Gabler.](#)
[Scribbr \(2024\): Alles Wichtige über qualitative Interviews.](#)
[SurveyMonkey \(2024\): Interviewform in der Forschung.](#)