

Die Interviewer und das MA-Interview¹

Auftraggeber und durchführendes Institut

Die vorliegende Untersuchung zur Anfälligkeit des MA-Interviews für Ergebnisverfälschende Einflüsse im Stadium der Befragung wurde im Auftrage des Heinrich Bauer Verlages durchgeführt vom Institut Schaefer-Marktforschung.

Ausgangssituation

Soweit uns bekannt, gibt es seit Jahrzehnten in der LA/MA Diskrepanzen zwischen Auflagen und den entsprechenden Aussagen der Befragten. Damit hatten sich die Leserschaftsforscher abgefunden, - einerseits, weil das Phänomen offenbar nicht abzuschaffen war, andererseits, weil es keine Relevanz für den eigentlichen Zweck der Untersuchungen zu haben schien: Aussagen über Leserschaften zu liefern.

Die Situation hat sich verändert und zwar durch folgende Dinge:

- 1 - In anderen Mediabereichen ergaben sich ähnliche Diskrepanzen, welche dort unbedingt Aufklärung verlangten. Die Versuche, diese zu schaffen, führten zu einigen analytischen Ansätzen sowie zu Erkenntnissen, welche auch auf die Daten der MA übertragbar erschienen.
- 2 - Erste eigene Versuche mit dem MA-Datenmaterial erwiesen, dass die Ergebnisse in sich ein ziemlich festes „System bildeten.
- 3 - Der Bauer-Verlag hatte herausgefunden, dass bei einer Auswahl von Titeln deren Prestige und die falschen Zahlen betr. Kauf plus Abonnement zusammen hängen.
- 4 - Die daraufhin durchgeführten sekundärstatistischen Analysen erhärteten diesen Befund, sie wiesen überdies sehr deutlich darauf hin, dass diese z.T. stark von den Auflagenmeldungen abweichenden Schätzwerte aus der MA mit den Leserschaftszahlen hoch korrelierten.

Damit war die Relevanz dieser Schätzwerte für die Leserschaftsforschung gegeben. Dazu kam der vermutlich verfälschende Einflussfaktor „Prestige“, welcher aber nicht alle Befunde erklären kann. Jedoch führt eine nähere Beschäftigung mit der Materie zu einer Liste weiterer möglicher Einflüsse.

Dies verstärkte die Auffassung, dass trotz äußerlicher Gleichbehandlung aller Titel durch das derzeitige praktizierte Befragungs-Modell der MA, - psychologisch gesehen, - eine systematische Ungleichbehandlung der MA-Titel gegeben sein muss. Die Frage nach den möglichen Ursachen einer solchen Ungleichbehandlung der MA-Titel gab Anlass zur empirischen Untersuchung der in Betracht kommenden Einflussbereiche.

¹ Ergebnisse von 2 Gruppendiskussionen – Untersuchungsbericht von W. Schaefer und G. Helmcke / Auftraggeber: Heinrich Bauer Verlag, Februar 1979

Überlegungen zur Vorgehensweise

Ausgehend von der äußerlichen, also konzeptionellen Gleichbehandlung aller MA-Titel, richtete sich die Frage nach den möglichen Ursachen einer Ergebnis verfälschenden Systematik der Titel-Behandlung zwangsläufig auf die von der praktischen Durchführung betroffenen Stadien der MA-Untersuchung und die in ihnen involvierten Akteure, also Interviewer und Befragte. In diesem Zusammenhang wurde dem Stadium der eigentlichen Befragung Priorität gegenüber dem Stadium der Stichproben-Bearbeitung eingeräumt, da die Problematik des letzteren allgemein bekannt und seine Optimierung mittlerweile zur routinemäßigen Angelegenheit von Experten geworden ist und somit einer Schärfung des Problembewusstseins wohl kaum mehr bedarf.

Zielgruppe einer empirischen Untersuchung von Ergebnis verfälschenden Einflüssen in der Befragungsphase der MA waren sinnvoller Weise zunächst einmal die Interviewer, im Wesentlichen aus folgenden Gründen:

- Einflüsse der Befragten auf die Handhabung des Instrumentariums sind nur über den Interviewer möglich.
- Demgegenüber kann der Interviewer – mehr bis minder unkontrollierbar – die Verfahrensweise modifizieren.
- Ständig wiederkehrende Beschwerden der Interviewer über das MA-Interview legen Modifizierungen der Verfahrensweise durch die Interviewer im Sinne „problemlösender“ Vereinfachungen nahe.
- Die Interaktion zwischen Interviewer und Befragtem ist zweifellos interviewerlastig und somit seitens der Interviewer einflussreicher als seitens der Befragten.
- Das Agieren des Interviewers ist Basis der Befragten-Reaktion.

Der zwangsläufig inquisitorische Charakter einer Befragung der Interviewer zu ihrem Verhalten bei der Durchführung des MA-Interviews, der ein offenes Bekenntnis zu Abweichungen von den Verfahrensvorschriften nicht erwarten ließ, sowie die bislang nur hypothetischen Vorstellungen zu den im einzelnen in Betracht kommenden Modifikationen der Verfahrensvorschriften gaben Anlass, das Untersuchungsproblem in Form einer qualitativen Leitstudie anzugehen. Methodische Erwägungen führten zur Entscheidung für das Gruppengespräch. Ausschlaggebend für diese Entscheidung war einerseits der familiäre Charakter der Gruppendiskussion, der am ehesten geeignet erschien, den Eindruck inquisitorischer Verdächtigungen abzubauen, zum anderen schien eine Gesprächsleitung durch den Studienleiter selbst, die sich im Falle von Einzel-Explorationen aus Gründen des Aufwandes nicht durchgängig realisieren ließe, am ehesten geeignet, Gesprächsrichtung und Gesprächsintensität im Sinne der Problemstellung optimal zu steuern.

Aufgabenstellung der Leitstudie

Zentraler Gegenstand der vorliegenden Untersuchung war der Problemstellung entsprechend die Fragen und Vorlagen zum Zeitschriften-Teil der MA. Die Aufgabenstellung der Untersuchung richtete sich auf die Ermittlung möglicher Modifikationen der

Verfahrensvorschriften durch die Interviewer als Indizien für Ergebnis verfälschende Einflüsse im Stadium der Befragung. In diesem Sinne ergaben sich für die thematische Konzeption der Untersuchung folgende Untersuchungskomplexe:

- Schwierigkeiten der Interviewer bei der Durchführung des MA-Interviews als Indiz für Ergebnis verfälschende Modifizierungen des Verfahrens
- Verbesserungsvorschläge der Interviewer zum MA-Interview als Indiz für die Art der Ergebnis verfälschenden Modifizierungen
- Erfahrungen der Interviewer hinsichtlich typischer „Fehlreaktionen“ der Befragten im Ablauf des MA-Interviews als Indiz für verfälschende Einflüsse durch die Befragten
- Erfahrungen der Interviewer hinsichtlich typischer Problemsituationen und typischer Problemgruppen seitens der Befragten als Indiz für situations- und zielgruppen-spezifische „Sonderbehandlungen“
- Interviewer-Vorstellungen zur zielgruppen-spezifischen Zeitschriften-Nutzung als Indiz für verfälschende Selektionsprozesse
- Interviewer-Vorstellungen zum Image der Zeitschriften als Indiz für verfälschende Selektionsprozesse.

Die zunächst nur indikative Leistungsfähigkeit der vorliegenden Untersuchung ergibt sich aus dreierlei Gründen:

1. Der inquisitorische Charakter der Befragung lässt ein offenes Bekenntnis der Interviewer zu den denkbar krassesten Formen eines „Fehlverhaltens“ (bewusste Fälschungen, Präselektion der Titelkarten etc.) kaum erwarten.
2. Der qualitative Charakter der Untersuchung beschränkt ihre Aussagefähigkeit auf eine Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes seiner Sache nach. Aussagen zur Häufigkeit und Systematik der im Einzelnen zu ermittelten Verhaltensformen sind in diesem Stadium der Untersuchung allenfalls der Tendenz nach möglich.
3. Eine In-Bezug-Setzung der individuell praktizierten Verfahrens-Modifikationen mit den entsprechenden Ergebnissen, die den kausalen Zusammenhang zwischen bestimmten Verfahrens-Modifikationen und bestimmten Tendenzen in der Verzerrung der Ergebnisse konkret belegen könnte, übersteigt den Rahmen einer Gruppendiskussion, da einerseits individuelle Aussagen aus dem Zusammenhang der Gesprächsrunde kaum zu eliminieren sind, zum anderen die relativ geringen Fallzahlen für eine solche Gegenüberstellung nicht ausreichen.

In diesem Sinne besteht also die Leistungsfähigkeit und der Anspruch der vorliegenden Untersuchung nicht schon im direkten, quantitativ aussagefähigen Nachweis von kausalen Zusammenhängen zwischen Verfahrens-Modifikationen und titelspezifischen Ergebnis-Verzerrungen der MA, sondern vielmehr zunächst einmal darin, die Existenz solcher Verfahrens-Modifikationen überhaupt nachzuweisen und ihrer Art und Ursache nach möglichst vollständig zu beschreiben.

Anlage der Untersuchung

Zur Gewährleistung einer gewissen regionalen Streuung erschien es zweckmäßig, bei der Auswahl der zu befragenden MA-Interviewer unterschiedliche Einsatz-Regionen zu berücksichtigen. Aus diesem Grunde entschied man sich für die Durchführung von zwei Gruppendiskussionen, von denen eine mit Interviewern des norddeutschen und eine mit Interviewern des südwestdeutschen Raumes durchzuführen war.

Neben dieser regionalen Streuung war darauf zu achten, dass sowohl Interviewer aus ländlichen als auch aus großstädtischen Einsatzgebieten berücksichtigt wurden. Darüber hinaus wurde eine Differenzierung nach Alter, Geschlecht, Interviewer-Erfahrung und MA-Erfahrung angestrebt.

Zusammensetzung der Gesprächsrunden

Die Gesprächsrunde mit MA-Interviewern des norddeutschen Raumes fand am 13. Januar 1979 in Hamburg statt. Ihr Einzugsbereich erstreckte sich von Schleswig über Cuxhaven, Hamburg, Syke (Bremen), Hannover bis Goslar und umfasste Einsatzgebiete aller Ortsgrößenklassen.

Die Gesprächsrunde mit MA-Interviewern des südwestdeutschen Raumes wurde am 27. Januar 1979 in Stuttgart durchgeführt und erstreckte sich auf das Gebiet zwischen Ravensburg, Stuttgart, Karlsruhe und Heidelberg. Auch hier waren sämtliche Ortsgrößenklassen als Einsatzgebiete vertreten.

An der Gesprächsrunde in Hamburg nahmen 10, an der in Stuttgart 9 Interviewer teil, davon 7 Frauen und 12 Männer. Das Alter der Gesprächsteilnehmer lag zwischen 28 und 71 Jahren. Die Dauer der Interviewer-Tätigkeit variierte zwischen 1 und 21 Jahren, wobei 16 Interviewer mehrjährige MA-Erfahrung, zum überwiegenden Teil bei mehreren Instituten, aufzuweisen hatten. 3 Interviewer waren MA-Neulinge.

Gegen Abwehrmechanismus

Der Zweck der Gesprächsrunden wurde den Interviewern gegenüber unter dem Vorwand der Kontaktpflege und des allgemeinen praxisbezogenen Erfahrungsaustausches kaschiert.

Auch von der Gesprächsführung her, die sich an einem zwischen Auftraggeber und Institut abgestimmten Leitfaden orientierte, wurde darauf geachtet, dass die Media-Analyse nach Möglichkeit nicht vom Diskussionsleiter, sondern von den Interviewern selbst ins Gespräch gebracht wurde, um sozusagen am „zufällig“ aufgegriffenen Beispiel die MA die Erfahrungen und Probleme der Interviewer zu konkretisieren.

Die diesem Vorgehen zugrunde liegende Absicht, nicht von vornherein unüberwindbare Abwehrmechanismen seitens der Interviewer zu mobilisieren, konnte in beiden Gesprächsrunden realisiert werden. Sowohl in Hamburg als auch in Stuttgart wurde die MA von den Interviewern auf die Frage nach den bevorzugt bzw. weniger gern durchgeführten Arten von Untersuchungen spontan ins Gespräch gebracht. Der Eindruck inquisitorischer Verdächtigungen konnte auch im Ablauf der Gespräche offensichtlich weitgehend ausgeschaltet werden. Vorhaltungen einer im Sinne der Verfahrens-Vorschriften unkorrekten Arbeitsweise auf das freimütige Bekenntnis zu

bestimmten Verfahrens-Modifikationen kamen sowohl in Hamburg als auch in Stuttgart jeweils nur von einem der Gesprächsteilnehmer und führten allenfalls zu punktuell abschwächenden Reaktionen der jeweils kritisierten Interviewer, ohne jedoch generelle Barrieren aufzubauen. In beiden Fällen handelte es sich bei den auf „Vorsicht“ bedachten Gesprächsteilnehmern um bereits langjährig von mehreren Instituten beschäftigte Interviewer, deren Arbeitsweise nicht immer den besten Eindruck hinterließ, ohne dass ihnen bislang grobe Unkorrektheiten nachgewiesen werden konnten.

Die jeweils mehr als zwei Stunden dauernde Gespräche erbrachten keine nennenswert unterschiedlichen Ergebnisse, allenfalls unterschiedliche Akzentuierungen der im Einzelnen angesprochenen Problembereiche.

Generell empfundene Problematik des MA-Interviews

Die Erwartung, das MA-Interview würde sich bei der Frage nach den weniger gern durchgeführten Arten von Untersuchungen den Interviewern als Prototyp überproportional schwieriger und kaum mehr durchführbarer Untersuchungen aufdrängen, bestätigte sich nicht. Zwar wurde die MA spontan als eine derjenigen Untersuchungen genannt, die man nicht sonderlich gern durchführt, jedoch ergaben sich im Rahmen dieser Fragestellung keinerlei Hinweise darauf, dass man sich beim MA-Interview an den Grenzen der Durchführbarkeit bewege.

Die MA wird zwar nicht als Beispiel von Untersuchungen genannt, die man bevorzugtermaßen durchführt. Hierzu gehören vielmehr Untersuchungen, ...

- die sich an fachspezifisch besonders kompetente Zielpersonen richten (Industriebefragungen, Handelsbefragungen, Firmenbefragungen generell),
- deren Thematik auf weit verbreitetes Interesse stößt (PKW-Untersuchungen, politische Umfragen, Hausfrauen-Befragungen mit Haushaltsthematik),
- deren Thematik auf fachspezifisch besonders ausgeprägtes Interesse stößt (fachbezogene Themen, Befragungen zu Fachzeitschriften,
- bei denen die Zielpersonen aufgrund ihrer namentlichen Bekanntheit oder der eindeutigen Bekanntheit ihrer Funktion vorab über den Interviewbesuch (schriftlich durch das Institut) informiert worden sind bzw. (durch telefonische Anmeldung) informiert werden können ...
 - zur Reduzierung von Fehlkontakten (man weiß, an wen man sich muss; man bekommt sein Interview)
 - zur Terminabsprache (man kommt nicht ungelegen; man hat keine Ausfallzeiten oder unnötige Wege und Fahrtkosten)
 - zum Abbau von Vertreter-Assoziationen (die wissen, dass man nicht als Vertreter kommt),
- deren Zielpersonen von ihrem Bildungsstand oder ihrer Tätigkeit her wissen, was Marktforschung ist und somit ...

- keine Fehl-Assoziationen mit dem Begriff „Marktforschung“ verbinden (Werbe- oder Verkaufsabsichten)
 - den Sinn der Marktforschung nicht generell in Frage stellen (kommen selbst als potentielle Auftraggeber in Betracht),
- die auf eigene Meinungsäußerungen der Befragten zielen bzw. diese zumindest zulassen (Präferenzen, Abneigungen, Beurteilungen z.B. von Fachzeitschriften),
 - die von der Anzahl der pro Interviewer durchzuführenden Befragungen her rationell sind (auch bei nur einem Interview muss man sich vorab mit dem Fragebogen befassen),
 - die relativ gut honoriert werden (Fachbefragungen, Firmenbefragungen).

Die MA wird demgegenüber spontan als Beispiel von Untersuchungen genannt, die man weniger gern durchführt, weil ...

- Stichtag-Befragungen generell problematisch sind (man hat nicht immer Zeit, gerade an den vorgeschriebenen Tagen zu arbeiten)
- Untersuchungen mit starren Vorgaben der Zielhaushalte und starrem Auswahlprinzip für die Zielperson ...
 - den Interviewer frustrieren der Aufwand von 4 (vergeblichen) Nachbesuchen ist nicht einzusehen, zumal der Nachbarhaushalt möglicherweise auf Anhieb zu erreichen wäre)
 - zwangsläufig mit dem Problem der Sprechanlagen konfrontieren (man kommt erst gar nicht dazu, sein Anliegen vorzutragen)
 - den Interviewer zwingen, das Interview auch unter widrigsten Umständen durchzuführen (man muss die Zielperson haben, und sei es im Treppenhaus, beim Kochen, beim Versorgen der Kinder etc.)
- Befragungen, die sich auch auf ländliche Gegenden erstrecken, in überproportionalem Maße mit Einstiegs-Schwierigkeiten, „unmöglichen“ Befragungssituationen und geistiger Unbeweglichkeit konfrontieren
- Zeitschriften-Befragungen generell auf besonderes Misstrauen stoßen (Zeitschriften wirken oft wie ein rotes Tuch wegen der Intensität und der vielfach unlauteren Methoden der Werbe-Kolonnen).

Soweit die störenden Gegebenheiten bei der Durchführung des MA-Interviews, die diese Untersuchung zweifellos mit vielen anderen Untersuchungen teilt! Untersuchungs-spezifische Eigenheiten, die gerade das MA-Interview in besonderem Maße kennzeichnen, sind ...

- die außergewöhnliche Länge des Interviews, die Unsicherheit und schlechtes Gewissen gegenüber den Zielpersonen hervorruft, insbesondere dann ...
 - wenn die Befragten vorab nach der Dauer des Interviews fragen
 - wenn die Befragten vorab erklären, sie hätten nur begrenzt Zeit
 - wenn seitens der Befragten während des Interviews die kognitive Dissonanz zur (verschwiegenen oder bagatellisierten) Dauer des Interviews in Form von Unmutäußerungen, Abbruchsdrohungen, Ermüdungserscheinungen oder Oberflächlichkeit offen zu Tage tritt

- die außergewöhnliche Länge des Interviews und der gewaltige Umfang des Befragungsmaterials, die im Falle unvermeidbarer „Zwischen Tür und Angel“-Interviews mit überproportionalen Schwierigkeiten konfrontieren

- der erschreckende Umfang des Befragungsmaterials, der den Zielpersonen von Anfang an ein übermäßig langes Interview signalisiert

- die Irrelevanz einer eigenen Meinungsäußerung seitens der Befragten, die sich insbesondere zum Fernsehprogramm immer wieder aufdrängt, und aus Zeitgründen nicht einmal entgegengenommen werden kann, sondern immer wieder abgeblockt werden muss

- das Fehlen jeglicher Altersbegrenzung, das in überproportionalem Maße mit geistig unbeweglichen, konzentrations-schwachen, gedächtnis-, entscheidungs- und lesebehinderten Zielpersonen konfrontiert

- die unzumutbare Beanspruchung der Befragten durch das MA-Interview, die eine generelle Abwehrhaltung hervorruft (bei denen darf man nie wieder kommen).

Problemträchtige Phasen des MA-Interviews

Betrachtet man die spontan genannten Gründe für die Einordnung des MA-Interviews in die Kategorie von Untersuchungen, die man weniger gern durchführt, so fällt auf, dass es sich hierbei in erster Linie um die Modalitäten des vorgeschriebenen Stichproben-Verfahrens und die damit zwangsläufig verbundene Konfrontation mit schwer erreichbaren oder nur unter erschwerten Bedingungen befragbarer Zielpersonen handelt. Auch im Zusammenhang mit der außergewöhnlichen Länge des MA-Interviews, dem erschreckenden Umfang des Befragungsmaterials und der z.T. Zeitschriften-bezogenen Thematik sind es weniger generelle Praktikabilitätsprobleme als vielmehr Einstiegs- und situations- bzw. zielgruppen-spezifische Durchhaltungsschwierigkeiten, die das MA-Interview als weniger attraktiv erscheinen lassen. Hinweise darauf, dass das MA-Interview als Ganzes oder hinsichtlich bestimmter Teile als extrem schwierig von der Durchführbarkeit her angesehen wird, gibt es in diesem Zusammenhang nicht.

So verwundert es auch wenig, dass, konkret auf den Schwierigkeitsgrad der einzelnen Teile des MA-Interviews angesprochen, lediglich zwei Erhebungsbereiche als generell problematisch angesehen werden und zwar weniger als Gründen der Durchführbarkeit als vielmehr aus der Erfahrung heraus, dass die Angaben zu diesen Erhebungsbereichen gar nicht, nur unter strapaziösen Umständen oder in äußerst unzuverlässiger Weise zu erhalten sind. Es sind dies:

- Die Angaben zur Person und den Lebensumständen der Befragten, ...
 - die zu detailliert ermittelt werden (die werden misstrauisch, was man damit will; musste ein schon fertiges Interview deswegen zerreißen),
 - die zu intim sind (Jahr der Eheschließung, Konfession, Parteinähe – das geht niemanden etwas an/Einkommen ist relativ unproblematisch)
- die Angaben zu den Fernseh-, vor allem aber Radio-Sendern und -Programmen, ...
 - deren Identifikation nicht gelingt (die können das meist nicht sagen; nennen schließlich irgendeinen, um fertig zu werden),
 - oder deren Nutzung zeitlich nicht zugeordnet werden kann (die nennen allenfalls typische Sendungen/suchen im Programmheft).

Der Vorschlag, die Sender- und Programm-Identifikation sowie die zeitliche Zuordnung ihrer Nutzung durch Vorlage von Programmheften oder Vorgabe typischer Sendungen zu erleichtern, stößt unter dem Hinweis auf das ohnehin schon strapaziöse Vorlagematerial und die Länge des MA-Interviews auf weitgehend übereinstimmende Ablehnung.

Bemerkenswert ist, dass gerade die beiden vorgenannten Erhebungsbereiche als generell problematisch bezeichnet werden, während alle anderen Phasen des MA-Interviews immer nur in Abhängigkeit bestimmter situativer oder zielgruppenspezifischer Gegebenheiten (lösbare) Probleme aufwerfen. Dieser Befund erklärt sich offensichtlich daraus, dass zu diesen beiden Bereichen weder das Geschick des Interviewers noch eine Modifikation der Vorgehensweise weiterhelfen, die gang und gäbe sind, wie der weitere Gesprächsablauf zeigte. Während man ansonsten schon einen Weg findet, die erforderlichen Angaben – wie man meint, vollständig und richtig – zu bekommen, entsteht zu diesen beiden Bereichen der Eindruck, dass Verweigerungen oder anscheinend falsche bzw. unzuverlässige Antworten unvermeidlich sind².

Länge des MA-Interviews

Probleme hinsichtlich der Länge des MA-Interviews, die mit 45 bis 60 Minuten angegeben wird, entstehen dadurch, dass ...

- bereits vom Umfang des Befragungsmaterials, insbesondere des Titelkarten-Stapels, von den Befragten auf ein sehr langes Interview

² falsch/unzuverlässig: nach Meinung der Interviewer.

geschlossen wird (die kriegen gleich einen Schreck, wenn sie den ganzen Stapel sehen)

- die Interviewer unsicher sind, wenn man sie vorab nach der Dauer des Interviews fragt (wenn man sagt, es dauert eine Stunde, passen die gleich)
- von den Befragten oftmals eine Zeitbegrenzung vorgegeben wird, die den Interviewer von vornherein unter Zeitdruck setzt (muss noch zum Einkaufen, Haushaltsarbeiten erledigen etc.)
- während des Interviews Unmut über die (vom Interviewer bagatellierte) Länge des Interviews geäußert wird (wie lange dauert das denn noch?)
- Ermüdungserscheinungen, Oberflächlichkeit, Abbruchsdrohungen im Verlaufe des Interviews auftreten (die können sich dann nicht mehr konzentrieren/geben irgendwelche Antworten, um fertig zu werden/wollen das Interview beenden).

Da ein Verzicht auf das Interview oder dessen vorzeitiger Abbruch für die Interviewer im allgemeinen nicht in Betracht kommt (wenn ich erstmal drinnen bin, schaffe ich das schon irgendwie), wird der Ablauf des Interviews beim Auftreten derartiger Schwierigkeiten entweder durch entsprechende Ermutigungen beschleunigt (liegt ganz an Ihnen, wie schnell Sie antworten) oder in Abweichung von den Anweisungen in unterschiedlichster Weise modifiziert (Schnellverfahren). Ohne an dieser Stelle bereits auf Einzelheiten der modifizierten Verfahrensweisen einzugehen, lassen sich ihrem Prinzip nach folgende Modifikationen feststellen:

- Veränderungen in der Abfolge der Themenkomplexe (man sollte/muss gelegentlich) mit den einfacheren, schnell abgehandelten Themen beginnen)
- Veränderung des Vorlage-Verfahrens (keine Angst, Sie brauchen die Karten gar nicht in die Hand zu nehmen, das mach ich schon)
- Veränderungen der Fragenabfolge (ich frage jeweils für einen Titel alle Fragen durch, das geht schneller)
- Veränderungen des Fragenwortlautes (man kann dann nicht wörtlich fragen, sondern gerafft: Kennen Sie die, die, die ... usw.?)
- Verzicht auf die Vorlage-Blätter (ich habe ja die Stichworte zu den einzelnen Fragen immer oben im Fragebogen)
- Einstellung auf eine vom Befragten diktierte Vorgehensweise (wenn die mir gleich zu Anfang sagen, sie hätten die Zeitschrift abonniert, dann brauche ich das doch nicht noch einmal zu fragen)
- Nachgeben pauschal selektierender Eingriffe der Befragten in das Vorlage-Verfahren (ich lese die, die und die ... alle anderen können Sie zur Seite legen).

Themenabfolge im MA-Interview

Probleme hinsichtlich der Themenabfolge im MA-Interview ergeben sich vor allem aus

- dem abrupten Übergang vom Reiseverhalten zum Zeitschriften-Teil,
 - der von den Befragten mit Unverständnis quittiert wird (was haben Zeitschriften mit meinen Reisen zu tun?)
 - der zu Fehl-Assoziationen führt (Sie wollen mir also doch was andrehen!)
- der Abhandlung des Zeitschriften-Teils am Anfang des Interviews,
 - der den Eindruck einer Verkaufsabsicht fördert (Zeitschriften wirken wie ein rotes Tuch/wenn man die Karten rausholt, werden die gleich wieder misstrauisch)
 - der vom Umfang der Titelfragen her den Einstieg ins Interview behindert (die wehren gleich ab, wenn sie den ganzen Stapel sehen)
 - der vom Vorlagematerial her den Eindruck eines extrem aufwendigen und langen Interviews erweckt (das sieht so nach Arbeit aus/das Sortieren dauert oft sehr lange)
 - der von der Anzahl seiner Einzelfragen den Eindruck eines extrem langen Interviews erweckt (die denken, das geht so weiter).

Der Vorschlag, dem Zeitschriften-Teil andere Themenkomplexe vorzuschalten, um ihn in seiner Wirkung als Einstiegsbarriere zu entschärfen, fand allgemeine Zustimmung, zumal ein solches Vorgehen (gelegentlich) bereits praktiziert wird.

In einer Reihenfolge wie Reiseverhalten, Freizeitverhalten, Kinobesuche, Fernsehen, Rundfunk, Zeitungen und dann erst Zeitschriften wird einerseits der Vorteil einer logischen, unverfänglichen Themenführung, zum anderen der Vorteil eines schnelleren, leichteren Einstiegs in das Interview gesehen.

Als Modifikationen der Vorgehensweise im Zusammenhang mit der als problematisch empfundenen Themenabfolge werden praktiziert:

- die Ausweitung der Fragen zum Reiseverhalten (ich unterhalte mich zunächst mal ausführlich über die letzte Reise und komme dann so langsam zu den Zeitschriften)
- das Vorschalten anderer Themenkomplexe vor den Zeitschriften-Teil (wenn ich sehe, dass ich mit Zeitschriften nicht weiter komme, frage ich erst etwas Anderes/beim Fernseheteil am Anfang können die auch gleich über das Programm schimpfen).

Fragenformulierung und Fragenabfolge im Zeitschriften-Teil

Die Fragenformulierung, die Wiederholung der einzelnen Fragen für jeden abzuhandelnden Titel sowie die Reihenfolge der Fragen im Zeitschriften-Teil werden spontan als völlig unproblematisch bezeichnet – ein Befund, der zunächst verblüfft, jedoch seine Aufklärung im Zusammenhang mit anderen zur Verfahrens-Modifikation verleitenden Eigenheiten des MA-Interviews findet.

Veränderungen in der Vorgehensweise hinsichtlich Fragenformulierung, Fragenwiederholung und Fragenablauf ergeben sich als logische Konsequenz aus den Modifizierungen, zu denen beispielsweise die Länge des Interviews, besondere Befragungssituationen, problematische Zielpersonen oder die Problematik des Vorlage-Verfahrens provozieren oder zwingen. Es handelt sich hierbei sozusagen um Folge-Modifizierungen, die kaum spontan und allenfalls beiläufig erwähnt werden, weil sie offensichtlich schon als Selbstverständlichkeiten empfunden werden.

Konkret auf die Modalitäten des sogenannten „Schnellverfahrens“ und die sich daraus ergebenden Konsequenzen speziell für Fragenformulierungen, Fragenwiederholung und Fragenablauf angesprochen, treten folgende Modifizierungen zu Tage:

- Fragen werden nicht wörtlich vorgelesen, sondern in eigenen Worten formuliert, ...
 - weil die Befragten am Schluss der Frage oft nicht mehr wissen, was am Anfang gesagt wurde (es wird nachgefragt/die wissen nicht, was sie tun sollen)
 - weil das Vorlesen und titelbezogene Wiederholen der Fragen zu lange dauert (es muss gerafft abgefragt werden: Kennen Sie die, die und die ... usw.?)
 - weil der jeweils wechselnde Zeitbezug bei den unterschiedlichen Erscheinungsintervallen die Befragten konfus macht (das muss man in eigenen Worten erklären).
- Die Fragen werden nicht für jeden Titel erneut gestellt, sondern nur für den (die) ersten Titel ...
 - weil es sonst zu lange dauert
 - weil man den Befragten damit auf den Wecker fallen würde
 - weil die Befragten nach dem ersten Titel schon wissen, worum es geht
 - weil man anhand der stichwortartigen Antwortvorgaben im Fragebogen nachhelfen kann, wenn den Befragten der Inhalt der Frage irgendwann verloren geht.
- Die Fragen werden nicht einzeln für alle Titel, sondern (zumindest nach dem Generalfilter) für jeden einzelnen Titel zusammenhängend (horizontal) abgehandelt, ...
 - weil das erfahrungsgemäß schneller geht

- weil die Befragten oft dazu neigen, von sich aus vorgreifend zu antworten (habe ich abonniert/lese ich alle 6 Wochen mal beim Friseur)
 - weil die Befragten gelegentlich vorgreifend im Vorlage-Heft blättern
 - weil man dann nicht auf das Sortieren und Bereitlegen der Karten achten muss (eine Karte durchfragen und wegstecken)
 - weil man sich beim Übergang von einer Seite auf die nächste nicht so leicht in den Zeilen vertut (man hat immer nur einen Titel zur Zeit)
 - weil das Nebeneinander der Fragen im Fragebogen geradezu dazu auffordert
 - weil sich dabei das Vorlage-Heft erübrigt (die brauchen nicht zu sortieren/die Antwortmöglichkeiten kann man vom Fragebogen vorgeben)
 - weil man dabei nicht ständig zurückblättern muss im Fragebogen (das Übertragen dauert bei vielen Titeln zu lange)
 - weil man die abzufragenden Titel sonst bei jeder Frage erneut im Fragebogen erst lange suchen muss
 - weil die Befragten sich jeweils auf einen Titel konzentrieren können (das gibt weniger Verwechslungen, weniger Widersprüche)
 - weil man unter bestimmten Bedingungen nur immer mit einer Titelkarte zur Zeit hantieren kann (Platzmangel, Kuhstall-Interview)
 - weil insbesondere für den Anfänger all die Pfeile und Sortierungsvorschriften verwirrend sind (wenn man einen Titel ganz durchgeht, merkt man automatisch, wann man die Karte wegstecken kann).
- Die Abfrage der Titel erfolgt nicht in der Reihenfolge wie vom Befragten sortiert, sondern in der Reihenfolge wie im Fragebogen von oben nach unten gekringelt, ...
 - weil man sonst die Titel im Fragebogen immer wieder suchen muss
 - sofern die Titelkarten nach dem Generalfilter nicht mehr benutzt werden (die wissen dann ja schon, um welche Zeitschriften es geht, da genügt das Vorlesen).
 - Fragen werden ausgelassen, sofern sich ihre Beantwortung aus den Vorfragen logischerweise erübrigt (bei 12 von 12 Ausgaben ist klar, dass es innerhalb der letzten 4 Wochen war/selbst gekaufte können nicht aus der Lesemappe stammen).

Vorlage-Verfahren zum Zeitschriften-Teil

Probleme hinsichtlich des Vorlage-Materials und des Vorlage-Verfahrens ergeben sich daraus, dass ...

- die Menge der Titelformen ...
 - die vorgeschriebene Handhabung in bestimmten Situationen (Platzmangel, „Zwischen Tür und Angel“-Interviews) unmöglich macht (man weiß gar nicht, wo man das alles lassen soll)
 - Abwehr-Reaktionen der Befragten provoziert (die wollen sie gar nicht erst in die Hand nehmen, weil sie einen Schreck kriegen)
 - Fehl-Assoziationen hervorruft (man muss immer wieder zwischendurch erklären, dass man keine Zeitschriften verkaufen will)
 - dazu führt, dass sich die Befragten im Durchsehen der Titelformen verlieren, ohne auf die Frage zu reagieren (die antworten gar nicht; geben irrelevante Antworten; können sich nicht entscheiden)
 - dazu führt, dass die Befragten den Wortlaut und Inhalt der Frage verlieren (man muss immer wieder sagen, was sie tun sollen)
 - zu pauschal selektierenden Antworten der Befragten führt (Zuordnung ganzer Karten-Stapel/ich lese nur ..., die anderen können Sie vergessen/ich lese gar keine Sport-Zeitschriften etc.)
 - den Befragten eine unzumutbare Länge des Interviews signalisiert (die wollen gar nicht erst anfangen, insbesondere wenn sie schon gesagt haben, dass sie nur wenig Zeit haben).
- die Größe der Titelformen ...
 - ein gründliches Mischen unmöglich macht
 - dazu führt, dass die Antwortkategorien auf den Vorlage-Feldern verdeckt werden (die vertun sich dann bei der Zuordnung)
 - Transportprobleme für den Interviewer mit sich bringt
 - den Eindruck unzumutbarer Beanspruchung hervorruft (das sieht zu sehr nach Arbeit aus)
 - insbesondere bei älteren Zielpersonen (mit zittrigen Händen) zu Handhabungs-Schwierigkeiten führt.

- die Titelkarten an sich ...
 - insbesondere von älteren Leuten nicht erkannt oder gelesen werden können (man wird gebeten, die Titel vorzulesen)
 - die Protokollierung behindern (die Nummern sind zu klein/ wenn die schnell sind, kommt man gar nicht mit, weil man die Titel immer erst im Fragebogen suchen muss)
 - zu Verwechslungen führen, weil sich einige vom Namen, Sujet her zu sehr gleichen (irgendwann heißt es dann, dass doch eine andere gemeint war/insbesondere bei den gelegentlich gelesenen werden die unsicher).

Zum Vorlage-Heft und dessen Verwendung ergeben sich im Rahmen des Zeitschriften-Teils folgende Probleme:

- Vorlageblätter werden von den Befragten ignoriert (die kümmern sich gar nicht darum, antworten ohnehin mit ihren eigenen Worten; erzählen, dass sie die Zeitschrift nur alle 6 Wochen mal beim Friseur lesen etc.).
- Vorlageblätter sind in bestimmten Situationen nicht verwendbar:
 - man hat nicht immer genügend Platz zum Aufklappen
 - insbesondere ältere Leute können das nicht lesen
 - im Stall, Garten, Hausflur etc. lässt sich damit nicht hantieren
 - wenn die Befragten sich nebenbei mit etwas anderem beschäftigen (Kochen, Kinder etc.).
- Vorlageblätter führen zu Fehlzuordnungen (die sagen, die kenn ich nicht und legen sie trotzdem in die Mitte (man muss ständig nachfragen: Kennen Sie die nur, oder haben Sie die auch schon mal gelesen?).
- Vorlage-Blätter behindern den Ablauf des Interviews und erübrigen sich, ...
 - weil das Vorlesen der Antwortalternativen vom Fragebogen schneller geht
 - wenn die Befragten von sich aus vorgreifende Antworten geben, die man sinnvollerweise gleich protokolliert
 - weil die Befragten nach dem ersten Titel schon wissen, wie es läuft und automatisch antworten
 - wenn man Titel für Titel horizontal abfragt.

Die Probleme, die sich aus dem Umfang und der Art des Vorlagematerials und den Vorschriften zum Vorlage-Verfahren ergeben, führen zu folgenden Modifikationen des Vorlage-Verfahrens:

- Titelnkarten werden in Schüben von jeweils 1/3 des gesamten Stapels übergeben
- Titelnkarten werden nicht übergeben, sondern einzeln vorgezeigt
- Titel(karten) werden vorgelesen
- Titelnkarten werden nur beim Generalfilter vorgelegt
- Titelnkarten werden nicht (gründlich) gemischt, sondern ...
 - nur häufchenweise, wie beim vorhergehenden Interview sortiert, durcheinander gebracht
 - Reihenfolge völlig den vorangegangenen Sortierungsvorgängen überlassen
- Titelnkarten werden nach Gattungen geordnet vorgelegt (Programmzeitschriften, Frauenzeitschriften, Sportzeitschriften etc.)
- Titelnkarten verwechselbarer Zeitschriften werden nebeneinander vorgelegt (Programmzeitschriften, all die Blättchen mit „Frau ...“, „Neue ...“ etc.)
- Titelnkarten werden vom Interviewer nach Anweisung der Befragten auf die Vorlagefelder gelegt (hier, hier oder hierhin?)
- Vorlage-Blätter werden nicht (durchgängig für alle Titel) benutzt, sondern Antwortalternativen ...
 - ein- bis zweimal vorgelesen (dann haben die Befragten das System drin und antworten automatisch für jeden weiteren Titel)
 - bei Bedarf vom Fragebogen her unterstützend wiederholt (für diesen Titel fehlen mir noch folgende Angaben ...)
- Vorlage-Blätter werden nicht durchgängig bei allen Fragen vorgelegt, sondern ...
 - nur bei den Zuordnungs-Fragen (Generalfilter)
 - nur bei den Fragen mit längeren Antwort-Listen.

Zur Vereinfachung des Vorlage-Verfahrens werden folgende Vorschläge gemacht:

- Die Anzahl der Titelnkarten sollte (um 1/3, um die Hälfte) reduziert werden und zwar ...
 - durch Verzicht auf die generell selten auftretenden Titel (man kann ja nachfragen, ob sonst noch irgendwelche Zeitschriften gelesen werden)

- durch Verzicht auf die meist nur gelegentlich genutzten und verwechselbaren Titel (die Frauenblättchen – „Frau ...“, „Neue ...“).
- Die Titel sollten nicht als Einzelkarten, sondern auf einer bzw. wenigen Vorlagekarten zusammengefasst dargestellt werden und zwar ...
 - nach Gruppen geordnet (das erleichtert die Identifikation, geht für die Befragten schneller)
 - zusammen mit den Antwortalternativen (das erübrigt die Vorlage-Blätter/die Antwortalternativen sind immer präsent und werden von den Befragten nicht vergessen)
 - in Form verkleinerter Original-Titelseiten (das erleichtert die Identifikation).
- Die Karten sollten kleiner sein (das erleichtert die Handhabung/sieht nicht so abschreckend aus).
- Die Antwort-Kategorien auf den Vorlage-Blättern zum Generalfilter sollten optisch deutlicher differenzieren (den Befragten geht die Bedeutung der drei Kategorien während der Zuordnung verloren) ...
 - durch Hervorhebung des Wesentlichen vom Schriftbild her (nur namentlich bekannt, auch schon mal gelesen)
 - durch farbliche Differenzierung der Vorlage-Blätter (Farben, die sich kontrastierend einprägen – schwarz, weiß, grau).
- Die Titel sollten nicht gemischt, sondern nach Gattungen geordnet abgehandelt werden, ...
 - weil eine präselektive Abfrage (lesen Sie Sport-Zeitschriften?) das Verfahren beschleunigt (Frauen lesen meist keine Sport-Zeitschriften)
 - weil die Befragten sich innerhalb einer Zeitschriften-Gattung schneller und sicherer entscheiden können.

Auf das Stichwort von der Unhandlichkeit der Titelform wurde den Gesprächsteilnehmern ein verkleinerter Kartensatz zur Beurteilung vorgelegt. Die Reaktion auf die verkleinerten Titelformen war überwiegend positiv und wurde im einzelnen wie folgt begründet:

- der Eindruck übermäßigen Zeit- und Handhabungsaufwandes seitens der Befragten wird abgebaut
- die Karten lassen sich leichter mischen
- die Größe der Karten erlaubt eine Verkleinerung auch des Vorlage-Heftes
- die Antwortvorgaben im Vorlage-Heft werden nicht so leicht überdeckt
- der Transport-Aufwand für den Interviewer wird geringer

- Platzprobleme beim Sortieren und Bereitlegen der Karten für die Folgefragen werden vermindert.

Kritik an dem verkleinerten Kartensatz betrifft weniger die Verkleinerung an sich als vielmehr das Ausmaß der Verkleinerung, welches als zu extrem empfunden wird. In diesem Zusammenhang entsteht die Befürchtung, dass ...

- die Befragten die Titel generell schlecht lesen, erkennen könnten
- die Sujets der ohnehin schon verwechselbaren Zeitschriften einander noch ähnlicher würden
- die Handhabung für Interviewer und Befragte zu „fummelig“ würde
- die Nummern der Titeltkarten durch die Interviewer nicht mehr identifizierbar seien
- die Karten allzu leicht (zwischen den Sofakissen) verloren gingen.

Solcherlei Befürchtungen könnte entgegengewirkt werden durch eine Vergrößerung dieser Titeltkarten auf ihr doppeltes Format (die Hälfte des ursprünglichen Formats), durch die Vergrößerung der Zeitschriften-Sujets (sollten über die gesamte Karte gehen) sowie durch eine Vergrößerung und/oder eine auffälligere Exposition der Karten-Nummern (groß in die Mitte der Karte).

Protokollierungs-Verfahren

Wenngleich die Gestaltung des Fragebogens im Hinblick auf die Protokollierbarkeit der Antworten zum Zeitschriften-Teil als klar und deutlich bezeichnet wird, ergeben sich dennoch bei Einhaltung der Verfahrens-Vorschriften einige Probleme, die in erster Linie wieder aus der Vielzahl der zu berücksichtigenden Titel und der Art des Vorlagematerials resultieren:

- Das Vorlesen der Titel-Karten-Nummern durch die Befragten beim Generalfilter klappt in den seltensten Fällen; es werden allenfalls die (oft verwechselbaren) Titel selbst vorgelesen (man muss doch immer wieder selbst hinsehen).
- Das Bestreben der Interviewer, die Titel-Zuordnungen durch die Befragten Titel für Titel gleich im Fragebogen zu kringeln, wird behindert, ...
 - wenn die Befragten schnell arbeiten (man kommt nicht immer mit/habe die aussortierten Zeitschriften auch schon nach Beendigung des Interviews im Auto gekringelt)
 - weil die Karten-Nummern zu klein sind (man erkennt die Nummern nicht immer so schnell)
 - weil die Karten mal im Quer- mal im Hochformat vor einem liegen (die Nummern sollten auf jeder Seite der Karte stehen).

- Die Übertragung der abzufragenden Titel auf die Folgeseiten im Fragebogen ist zeitraubend und führt zu Übertragungsfehlern, wenn man es mit vielen Titeln zu tun hat, ...
 - weil die Karten-Reihenfolge nicht der Titelabfolge im Fragebogen entspricht (man muss die Titel im Fragebogen erst lange suchen)
 - weil man immer erst wieder zurückblättern muss (ich merke mir immer 4 bis 5 Titel, die ich übertrage und gleich abfrage; dann kommen die nächsten dran)
 - weil man leicht in den Zeilen verrutscht (das kann nicht passieren, wenn man Titel für Titel horizontal durchgeht)
 - weil man leicht einen Titel übersieht (das merkt man dann bei der Überprüfung zu Hause).
- Die Antwortalternativen auf den Vorlage-Blättern ...
 - werden von den Befragten ignoriert (die erwähnen in eigenen Worten, wann und wo sie die Zeitschrift gelesen haben)
 - werden von den Befragten nicht wörtlich genannt (die sagen, das erstere, letztere usw. trifft zu).
- die Antwortspalten für alle Zeitschriften-Fragen zusammenhängend nebeneinander zu stellen (Aufklapp-Seiten, Registerprinzip)
- die Antwortalternativen auf den Vorlageblättern und entsprechend im Fragebogen durchzunummerieren oder mit Buchstaben zu versehen
- die Nummern der Titeltkarten zu vergrößern und/oder an exponierter Stelle zu platzieren (in der Mitte der Titeltkarten).

Bemerkenswert im Hinblick auf die vorliegenden Protokollierungs-Probleme ist die Neigung der Interviewer, alle durchgeführten Interviews im Hause auf Vollständigkeit und logische Fehlerfreiheit hin noch einmal zu überprüfen und ggf. der Logik entsprechend oder aus der Erinnerung heraus zu korrigieren bzw. zu vervollständigen.

Bezugsart der Zeitschriften

Spezielle Probleme zur Frage nach der Bezugsart der Zeitschriften ergeben sich daraus, dass ...

- Angaben zur Bezugsart oft vorgehend gemacht werden (die erzählen gleich zu Anfang, wie und wo sie zu der Zeitschrift kommen), ...
 - die das erneute Nachfragen erübrigen (das muss man gleich kringeln/das merke ich mir, bis die Frage dran ist)

- die das erneute Nachfragen behindern (das habe ich doch schon alles gesagt/die werden ungeduldig, wenn man noch einmal danach fragt)
- oft keine (sicheren) Angaben zur Bezugsart der nur gelegentlich gelesenen und außer Haus gelesenen Titel gemacht werden können
 - weil man nicht mehr weiß, wo das war (die überlegen zu lange und können sich doch nicht entscheiden)
 - weil man nicht mehr weiß, ob es in einer Lesemappe war (die nennen schließlich für alle außer Haus gelesenen die Lesemappe, um schneller fertig zu werden)
- Lesemappe und Abonnement nicht immer deutlich unterschieden werden (man muss erst erklären, was gemeint ist)
- offensichtlich Widersprüchlichkeiten in den Angaben zur Bezugsart auftreten, ...
 - da bestimmte Zeitschriften (Playboy) nicht aus der Lesemappe stammen können
 - da bestimmte Zeitschriften (ADAC Motorwelt) nicht einzeln gekauft sein können
 - da selbst gekaufte oder abonnierte Titel nicht aus der Lesemappe stammen können (die haben die Zeitschrift vielleicht abonniert aber zuletzt beim Arzt, Friseur etc. gelesen)
- aus den selbstformulierten Antworten der Befragten gelegentlich nicht klar wird, was zu protokollieren ist (bekomme „Das Haus“ von der Bausparkasse).

Die Einflussträchtigkeit dieser Besonderheiten auf die Ergebnisse der MA wird deutlich, wenn man die Reaktion der Interviewer auf die Unsicherheiten und Widersprüchlichkeiten der Befragten zur Frage nach der Bezugsart betrachtet:

- Ich muss kringeln, was die Befragten mir sagen, ob es stimmen kann oder nicht.
- Wenn man zu intensiv nachbohrt, denken die nur wieder daran, dass ich ihnen ein Abonnement andrehen will.
- Fragen, die vorab schon beantwortet sind, kann man nicht nochmals stellen – das dauert unnötig lange, macht die Befragten ungeduldig.
- Wenn ich weiß, dass eine Zeitschrift nicht in der Lesemappe sein kann, stelle ich die Frage erst gar nicht.

- Wenn jemand die ADAC-Motorwelt liest, frage ich, ob er im ADAC ist – dann ist klar, dass er sie abonniert hat und nicht umsonst bekommt.
- Bei abonnierten oder selbst gekauften Titeln stelle ich die Frage nach der Lesemappe gar nicht mehr.

Zielgruppen-spezifische Besonderheiten

Als besondere Problemgruppen, die entweder generell oder aus der jeweiligen Situation heraus zu Modifikationen der Vorgehensweise provozieren oder zwingen, gelten ...

- ältere Zielpersonen, ...
 - weil sie in besonderem Maße dazu neigen, abschweifende und irrelevante Kommentare zu geben (Kritik am Fernsehprogramm)
 - weil sie sich in ihrem Angaben oft nicht an den Fragenablauf und die vorgegebenen Antwortalternativen halten (vorgreifende Antworten in Eigenformulierung)
 - weil sie häufig von der Länge des Interviews her überfordert sind (Ermüdungserscheinungen, Konzentrationsmangel, oberflächliche Antworten)
 - weil sie von der Art und vom Umfang des Vorlagematerials her überfordert sind (Seh- und Leseschwäche, Ablehnung des Hantierens mit den Titeln)
 - weil ihnen in besonderem Maße die Bedeutung der Fragen verloren geht (verlieren sich im Durchblättern der Titeln ohne (im Sinne der Fragestellung) zu reagieren)
 - weil sie sich oft nicht entscheiden können (übermäßige Verzögerung der Antworten, Widersprüchlichkeiten, Korrekturen im Ablauf des Interviews)
 - weil sie häufig Verständnisschwierigkeiten haben (man muss immer wieder erklären, was gemeint ist).
- ländliche Zielpersonen, ...
 - weil sie überproportional misstrauisch sind (Vertreter-Assoziationen, denen versucht man doch alles anzudrehen)
 - weil sie besonders anonymitäts-empfindlich sind (die lassen sich nicht gern ausfragen, weil dort jeder jeden kennt)
 - weil sie oft nur unter „unmöglichen“ Bedingungen zu befragen sind (die lassen einen oft gar nicht ganz rein, habe schon auf der Gartenbank, in der Diele, im Kuhstall interviewt)

- weil die bildungsmäßig dem Interview oft nicht folgen können (unsinnige Antworten, Unmutsäußerungen bei Klärungsversuchen des Interviewers)
 - weil sie in besonderem Maße befragungsmüde sind (die werden immer wieder von allen möglichen Instituten befragt).
- Viel-Leser, ...
 - weil das Interview bei ihnen von der Anzahl der abzuhandelnden Titel extrem lange dauert
 - weil die gesamte Problematik des Vorlagematerials und des Vorlage-Verfahrens hier voll zum Tragen kommt.

Als besonders unproblematisch gelten demgegenüber ...

- Zielpersonen mit höherem Bildungsniveau, ...
 - weil sie dem Interview gegenüber besonders aufgeschlossen sind
 - weil sie auf Anhieb verstehen, was man wissen will
 - weil sie schnell und präzise antworten
- Lesemappen-Bezieher, weil bei ihnen die meisten Fragen eindeutig und gleichsinnig zu beantworten sind.

Besonderheiten hinsichtlich der Zeitschriften selbst

Sicher und unwidersprüchlich im Ablauf des Zeitschriften-Teils sind nur die Angaben der Befragten zu den regelmäßig genutzten und völlig unbekanntem Titeln. Unsicherheiten und Widersprüchlichkeiten seitens der Befragten ergeben sich beginnend mit dem Generalfilter durchgehend für den gesamten Zeitschriften-Teil bei den gelegentlich und außer Haus genutzten Titeln. Indizien für diese Feststellung der Interviewer sind folgende Beobachtungen und Erfahrungen:

- Bei den regelmäßig genutzten Titeln (gekauft, abonniert, Lesemappen) ...
 - kommen die Antworten ohne Verzögerung
 - werden oft alle erforderlichen Angaben bereits bei den Fragen zum Generalfilter vorgreifend (horizontal) gemacht
 - ergeben sich keinerlei Widersprüche im Ablauf der Antworten.
- Die völlig unbekanntem Titel werden spontan der Kategorie „unbekannt“ zugeordnet.

- Die nur gelegentlich genutzten und außer Haus genutzten Titel ...
 - führen zu Unsicherheiten und Verzögerungen bei den Angaben (die müssen oft lange überlegen)
 - führen zu Fehlzusammenhängungen beim Generalfilter (die sagen, habe ich sicherlich schon mal gelesen und legen sie trotzdem in die Mitte/obwohl schon ausgefiltert, heißt es dann, beim Friseur lese ich auch noch die und die)
 - erbringen ungenaue Antworten (die wissen gar nicht mehr, wann und wie oft war/es wird geschätzt, wie oft man etwa zum Friseur geht)
 - führen zu Verwechslungen (dann heißt es irgendwann, das war doch eine andere/man weiß ja gar nicht, was man beim Friseur alles liest)
 - werden pauschal ausgeklammert (die kaufe ich, die habe ich abonniert – alle anderen können Sie weglegen)
 - werden bewusst unterdrückt (das ist so selten, da kann ich gar nichts zu sagen)
 - werden beim Generalfilter ganz einfach vergessen (bei der Frage nach der Bezugsart werden die dann plötzlich angesprochen).

Besonderheiten ergaben sich darüber hinaus für folgende Zeitschriften-Gruppen:

- Programmzeitschriften werden trotz Kartenvorlage verwechselt (man muss die Karten nach Gruppen geordnet oder nebeneinander vorlegen, dann können sie sich schneller entscheiden).
- Vom Titel und von ihrer Art her verwechselbare Titel werden falsch identifiziert („Frau ...“, „Neue ...“, all diese Frauenblättchen führen dazu, dass man immer wieder korrigieren muss/oft wird erst nachgesehen, welche das ist/die haben auch so ähnliche Titelseiten und Titeltkarten).
- Zielgruppen-inadäquate Titel werden offensichtlich unterdrückt (der behauptet, er kennt diese Frauenzeitschriften nicht mal dem Namen nach, und dabei liegen sie alle da herum).
- Titel mit Tabu-Charakter werden offensichtlich unterdrückt (Playboy wird spontan ausgefiltert, insbesondere im Beisein der Ehefrau, der Eltern).
- Titel mit Prestige-Charakter werden offensichtlich überschätzt (Spiegel, Capital werden spontan als gelesen genannt, und dann stellt sich heraus, dass das ganz selten der Fall ist, schon lange her ist).

Als Indiz für die Unterdrückung tabuträchtiger Titel (Playboy) einerseits und die Überschätzung prestigeträchtiger Titel andererseits wird von den Interviewern die insbesondere für nur gelegentlich gelesene Titel ungewöhnliche Entscheidungssicherheit der Befragten und die ungewöhnlich kurze Reaktionszeit gewertet, mit der solche Titel gelegentlich von den Befragten beim Generalfilter bedacht werden. Ob es sich hierbei lediglich um eine subjektive Unterstellung durch die Interviewer handelt oder um tatsächlich auftretende „Komplex-Indikatoren“, wie sie von C.G. Jung als Begriff in die psychoanalytische Diagnostik eingeführt wurden, mag dahin gestellt bleiben – wesentlich ist in diesem Zusammenhang der Befund, dass Tabugehalt und Prestigegehalt in der Behandlung der unterschiedlichen Titel offensichtlich in der Befragungssituation eine Rolle spielen, sei es als Vorurteil der Interviewer, sei es als Reaktion der Befragten.

Eine weitere Besonderheit ergibt sich für solche Zeitschriften, deren Nutzwert sich über ihr Erscheinungsintervall hinaus erstreckt. In diesem Zusammenhang wird festgestellt, dass die Angaben zur Nutzung sich gelegentlich auf ältere Ausgaben beziehen, die man z.B. als gesammelte Werke von irgend jemandem geschenkt bekommt oder irgendwo vorfindet (der hatte 12 von 12 Ausgaben gelesen, die er sich vom Müll geholt hatte). Der Umstand, dass hier nicht immer zweifelsfrei vom letzten zwölfmaligen Erscheinungsintervall gesprochen wird, macht deutlich, dass auch bei solchen intervallüberdauernden Titeln mit Überschätzungen zu rechnen ist.

Zusammenfassende Betrachtung

War man bei der Konzeption der vorliegenden Untersuchung zunächst einmal nur davon ausgegangen, durch die Beschreibung bestimmter anlagebedingter Durchführungsschwierigkeiten und verfahrens-inadäquater Verhaltensweisen der Zielpersonen sowie durch entsprechende Verbesserungsvorschläge seitens der Interviewer allenfalls Indizien für Verfahrens-Modifikation bei der Durchführung des MA-Interviews zu erhalten, so überrascht die Freimütigkeit, mit der solche Verfahrens-Modifikationen eingestanden werden. Diese Freimütigkeit resultiert nun keinesfalls daraus, dass die Interviewer – vom Gefühl inquisitorischer Verdächtigungen entbunden – die Auffassung vertreten, „unmögliche“ Aufträge seien gerechtfertigterweise durch eine „unsaubere“ Arbeitsweise zu quittieren, sie entspringt vielmehr der ehrlichen Ansicht, dass alles erlaubt sei, was letztlich zum Ziele führt. Zwei Zitate aus dem Munde langjähriger MA-Interviewer mögen diese Auffassung belegen:

„Wenn es Pflicht wäre, unbedingt Karten vorzulegen, gäbe es viel mehr Verweigerungen“.

„Ich nehme an, dass es (horizontales Abfragen) der Auswertung keinen Schaden tut; ich bekomme ja alle Informationen“.

In diesem Zusammenhang überrascht auch nur noch wenig, dass das MA-Interview von seiner generellen Durchführbarkeit her kaum als extrem schwieriges Interview bezeichnet wurde, obwohl sich, ins Detail gehend, eine recht beachtliche Anzahl problemträchtiger Momente ergab.

Erfahrene MA-Interviewer, die in beiden Gesprächsrunden sowohl von ihrer Anzahl als auch von ihren spontanen Gesprächsbeiträgen her gegenüber den MA-Neulingen dominierten, haben ganz einfach ihre „problemlösenden“ Wege und Möglichkeiten zur Durchführung des MA-Interviews im Laufe der Zeit gefunden. Das Bewusstsein, dass es sich hierbei um krasse Missachtungen der Verfahrens-Vorschriften handelt, nimmt offensichtlich mit zunehmender MA-Erfahrung ab, wie folgende Zitate belegen mögen:

MA-Neuling:

„Ich wundere mich übrigens, dass sich alle hier so wunderbar mit den Sachen da auskennen und keine Schwierigkeiten haben. Ich kenne viele Neulinge, die sich irgendwo mal beworben haben; für die war damit (MA-Interview) das Interviewen gleich erledigt.“

MA-Routinier:

„Ich hatte ziemliche Schwierigkeiten. Es hat ziemlich lange gedauert am Anfang, da hab' ich alles vorgelegt und hab' das alles schön so gemacht. Aber im Laufe der Zeit hab' ich da jetzt solche Übung drin, dass ich alles vorzeige und vorlese, dass es für mich so schneller geht, als wenn ich es den Leuten übergebe.“

Die Vielfalt der im einzelnen praktizierten Verfahrens-Modifikationen muss als erschreckend bezeichnet werden. Dabei ist davon auszugehen, dass die denkbar krassesten Formen des Fehlverhaltens (wie bewusste Präselektion der Titelformen, Teilfälschungen etc.) im Rahmen der vorliegenden Untersuchung naturgemäß nicht nachweisbar waren und man hier nach wie vor allenfalls indikative Schlussfolgerungen aus den zugegebenen Verhaltensweisen und Verbesserungsvorschlägen der Interviewer ziehen kann. Beruhigend, wenn auch nur im Hinblick auf die Unerschütterlichkeit der erfahrenen MA-Interviewer, ist einzig und allein der Eindruck, dass seitens dieser Interviewer die Ernsthaftigkeit der Media-Analyse trotz allem nicht in Frage gestellt wird, zumal die Interviewer expressis verbis davon überzeugt sind, dass die MA, - abgesehen vom Rundfunk- und Fernsehanteil, - zuverlässige Ergebnisse liefert.

Was nun?

Wenngleich entgegen allen Ausgangserwartungen die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung selbst kaum mehr einer indikativen Interpretation bedürfen, da sie die Frage nach der Existenz und der Art hypothetisch möglicher Verfahrens-Modifikationen bei der Durchführung des MA-Interviews bereits weitgehend direkt beantworten, so lässt sich ein kausaler Zusammenhang zwischen den im einzelnen praktizierten Verfahrensweisen und bestimmten titel-spezifischen Verzerrungen der MA-Ergebnisse nach wie vor nur hypothetisch ableiten. Das gleiche gilt für den Zusammenhang zwischen den Interviewer-Vorstellungen zu den einzelnen MA-Titeln und deren „Abschneiden“ bei der MA. Auch über die Häufigkeit und Systematik der Verfahrens-Modifikationen, deren Kenntnis in diesem Zusammenhang wichtig wäre, lassen sich allenfalls tendenzielle Aussagen machen.

Um diese Fragenkomplexe weitergehend zu klären, gäbe es u.E. folgende Wege:

- 1 - Die Verbreitung der Erkenntnisse auf qualitativem Wege, um Reaktionen, Meinungen und Verhaltensweisen zu erfassen, die im normalen Interview nicht erfassbar sind.
- 2 - Quantitative Verbreiterung durch Fragebogen-Erhebung bei Interviewern zu Problemen, die auf diesem Wege erfassbar sind: z.B. eigene Mediennutzung; Einstellung zu den einzelnen Titeln; Urteile zu MA-Fragebogen und Vorlagen usw.

Diese Ergebnisse könnten dann mit den von den Interviewern gelieferten Ergebnissen in Zusammenhang gebracht und analysiert werden; damit würde man den kausalen Zusammenhängen etwas besser auf die Spur kommen.

Das jetzige MA-Modell könnte vermutlich durch Weglassen nicht absolut notwendiger Fragen sowie durch vorsichtige Detailverbesserungen so verändert werden, dass der Druck auf die Interviewer reduziert wird, sich selbst praktikablere Lösungen zu suchen.

Grundsätzliche Eingriffe oder eine Modell-Veränderung erscheinen im gegenwärtigen Stadium der Erkenntnis riskant. Man würde ein anderes System von Ergebnissen bekommen, aber nicht mit Sicherheit ein besseres. Um dem Ziel eines stärker befriedigenden, also mit der bekannten Realität besser korrespondierenden Modells näher zu kommen, bedarf es u.E. einer Reihe von Untersuchungen grundlegender Art.