

2 Methode und Methodologie

2.1 Methodologie

Eine unbefriedigende Literaturlage kann bei der Realisierung eines Forschungsprojektes häufig der Anlass dafür sein, verstärkt qualitative Forschungsansätze mit in den Blick zu nehmen, die eigene Arbeit also explorativ anzulegen, um im besten Wortsinne entdeckende Forschung zu betreiben. Ziel einer solchen Arbeit ist dann weniger die Aktualisierung vorhandenen Wissens über bestimmte Fragestellungen und Problemlagen. Im Zentrum steht zunächst, überhaupt einmal einen Überblick darüber zu gewinnen, welches Ausmaß der Themenbereich hat, wo also die Grenzen des Forschungsfeldes liegen, und wie man dieses am geeignetsten bearbeiten kann.

Die Einwände gegen ein solches Vorgehen sind hinlänglich bekannt und werden in immer neuen Konstellationen immer wieder neu diskutiert – die Substanz der Auseinandersetzung bleibt aber weitgehend unverändert. Lamnek fasst in seinem Lehrbuch zur Qualitativen Sozialforschung (Lamnek 2010) die oft geäußerte Kritik an qualitativen Forschungsansätzen und -durchführungen kenntnisreich und pointiert zusammen. Danach beschränkt sich qualitative Forschung auf zu wenige Untersuchungseinheiten und kann so nicht mit den großen, repräsentativen Datenmengen mithalten, die von der quantitativen Forschung geliefert werden. Qualitative Forschung zieht keine „echten“ Stichproben. Qualitative Methoden wie Leitfadeninterviews, Gruppendiskussionen oder Dokumentanalysen liefern keine quantitativen Variablen. Statistische Verfahren sind deshalb nicht möglich – vor diesem Hintergrund wird qualitativen Verfahren die Beweiskraft abgesprochen. Das Fehlen solcher Beweise wird mit mangelnder Objektivität auf allen Stufen des Forschungsprozesses gleichgesetzt. Damit ist die Intersubjektivität des Forschungsprozesses in Gefahr – und damit natürlich auch die Wissenschaftlichkeit an sich.

Der aus solcher Kritik unmittelbar resultierende Rechtfertigungsdruck, der qualitativen Ansätzen damit aufgebürdet wird, zieht sich durch die gesamte Literatur zum Thema und wird auch heute noch oft wiederholt. Dabei haben etwa Hopf und Weingarten in ihrer Einführung zur Qualitativen Sozialforschung insbesondere die Erkenntnisse der nordamerikanischen Sozialforschung zu qualitativen Methoden, die schon aus den 20er, 30er und 40er Jahren des zurückliegenden Jahrhunderts stammen, für den deutschen Diskurs aus soziologischer Sicht erschlossen und sehr nachvollziehbar dargelegt,

worin der große Gewinn qualitativer Forschungsansätze besteht (Hopf 1993). Seither hat sich richtigerweise in vielen Bereichen der Wissenschaft ein sehr pragmatisches Verständnis von Methoden und Herangehensweisen etabliert, das die Vorteile von eher qualitativ und eher quantitativ orientierten Verfahren zu verbinden sucht und sich vermehrt an der Fragestellung orientiert und nicht an einer fast ideologisch zu nennenden Positionierung. Meyen (Meyen 2011) liefert einen profunden Überblick zu dieser Entwicklung. Auch Bortz und Döring stellen fest, dass „Extrempositionen, die einen Alleinvertretungsanspruch für einen Ansatz reklamieren und den jeweils anderen grundsätzlich ablehnen“ in den letzten Jahren immer seltener werden (Bortz und Döring 2006: 296) und fordern schließlich: „Empirische Untersuchungen sollten nicht nach der Art der verwendeten Untersuchungsmethoden, sondern nach ihren Ergebnissen, ihrer Funktion und ihrem Stellenwert für den Wissenschaftsprozess beurteilt werden.“ (Bortz und Döring 2006: 303)

Besonders verdient gemacht um die Akzeptanz qualitativer Verfahren und Zugänge hat sich in Deutschland Philipp Mayring, der früh darauf verwiesen hat, dass sich qualitative und quantitative Verfahren nicht im Widerspruch gegenüberstehen: „Qualitatives und quantitatives Denken sind in der Regel in jedem Forschungs- und Erkenntnisprozess enthalten.“ (Mayring 2002: 19) In seinem Standardwerk zur Einführung in die qualitative Sozialforschung leitet er aus der Theorie des qualitativen Denkens fünf Postulate ab und entwickelt die 13 Säulen qualitativen Denkens (Mayring 2002: 19 ff.). Das Forschungsprojekt orientiert sich methodologisch an diesen Postulaten und Säulen, weil sie praktische Hinweise für die Ausgestaltung der eigenen Forschungsarbeit liefern. Dass ihnen nicht sklavisch gefolgt wird, sondern ganz im Sinne Mayrings als Ergänzung zu eher quantitativ orientierten Verfahren, wird schon daran deutlich, dass mit einer Onlinebefragung der Akteure der Veranstaltungswirtschaft auch ein quantitatives Verfahren im Mittelpunkt dieses Forschungsprojektes steht. Dazu folgen jedoch im späteren Verlauf in den Abschnitten Forschungsdesign (Abschnitt 2.2, S. 12) und Methoden (Abschnitt 2.3, S. 16) weitergehende Ausführungen.

Zu den fünf Postulaten qualitativen Denkens zählt Mayring eine (1) stärkere Subjektbezogenheit der Forschung, (2) die Betonung der Deskription und (3) Interpretation der Forschungssubjekte, die Forderung, (4) die Subjekte auch in ihrer natürlichen, alltäglichen Umgebung (statt im Labor) zu untersuchen und (5) die Auffassung von der Generalisierung der Ergebnisse als Verallgemeinerungsprozess. Auf dieser Grundlage entwickelt er die 13 Säulen qualitativen Denkens, die vorgestellt und mit ihren Konsequenzen für das Forschungsprojekt diskutiert werden (Mayring 2002: 19 ff.).

Auch wenn wissenschaftliche Forschung immer wieder versuchen wird, über den Einzelfall hinauszugehen und Verallgemeinerungen zu entdecken, erkennt Mayring die Gefahr, sich zu weit vom Ausgangsmaterial, den einzelnen Fällen, zu entfernen. „Im Forschungsprozess müssen immer wieder auch Einzelfälle mit erhoben und analysiert werden, an denen die Adäquatheit von Verfahrensweisen und Ergebnisinterpretation laufend überprüft werden kann.“ (Mayring 2002: 27)

Aus dieser Einsicht wird folgende Konsequenz für das Forschungsprojekt abgeleitet:

- Auch wenn im Rahmen einer im Wesentlichen quantitativ orientierten Onlinebefragung ermittelt werden soll, wie Angebote und Nachfragefragestrukturen mit Blick auf Ausbildung und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft beschaffen sind, sollen die in Experteninterviews gewonnenen Erkenntnisse auch über die Darstellung von Einzelfällen in die Darstellung der Ergebnisse eingebunden werden.

Als zweite Säule qualitativen Denkens nennt Mayring das Prinzip der Offenheit. Danach muss der Forschungsprozess so offen dem Gegenstand gegenüber gehalten werden, „dass Neufassungen, Ergänzungen und Revisionen sowohl der theoretischen Strukturierungen und Hypothesen als auch der Methoden möglich sind, wenn der Gegenstand dies erfordert“ (Mayring 2002: 28). Diese Maxime kann als sehr pragmatische Hilfestellung aufgefasst werden. Ein Instrument kann, wenn es Schwächen oder Fehler offenbart, angepasst und verbessert werden. Theoretische Vorannahmen oder Folgerungen können neu gefasst und mit neuen Schlüssen versehen werden. Dieses Vorgehen entspricht dem Forschungsprozess, der in seinem Fortgang neue Fragen aufwirft und damit Zugangsweisen und Arbeiten erfordert, die zuvor möglicherweise nicht mitbedacht worden sind. Es ist kein Mangel an Wissenschaftlichkeit, hier dem Prinzip der Offenheit zu folgen. Im Gegenteil erlaubt es, den in der Regel komplexen Gegenständen der Forschung auch mit einer angemessenen Komplexität zu begegnen.

Die Konsequenz für das Forschungsprojekt sieht so aus:

- Natürlich findet das Forschungsprojekt seinen Ausgangspunkt in theoretisch wie empirisch gestützten Annahmen über die Konturen des Forschungsfeldes und seiner aktuellen Beschaffenheit, wie sie im ersten Kapitel formuliert worden sind. Und ebenfalls natürlich haben diese Vorannahmen einen Plan vom Forschungsprozess bestimmt. Allerdings sollen bei der Durchführung des Projektes theoretischer Zugewinn und Erkenntnisse über die Adäquanz des angewendeten Instrumentariums ver-

arbeitet und offen gelegt werden, um sie ggfs. auch für Anpassungen im Prozess zu verwenden.

Einem Einwand, der hier erhoben werden kann, begegnet Mayring mit seinem dritten Prinzip und stellt klar, dass der Forschungsprozess „trotz seiner Offenheit methodisch kontrolliert ablaufen“ müsse, „die einzelnen Verfahrensschritte müssen expliziert, dokumentiert werden und nach begründeten Regeln ablaufen“ (Mayring 2002: 29).

Aus dieser Einsicht soll die folgende Konsequenz abgeleitet werden:

- Das gesamte methodische Vorgehen wird transparent gemacht und nachvollziehbar dokumentiert.

Auch wenn die explizite Darlegung häufig unterbleibt, so ist die Analyse sozialwissenschaftlicher Gegenstände immer geprägt vom Vorverständnis des Analysierenden. Aus diesem Grund fordert Mayring, das jeweilige Vorverständnis offen zu legen und es schrittweise am Gegenstand weiter zu entwickeln (Mayring 2002: 30). Damit soll der Einfluss des Vorverständnisses deutlich gemacht werden.

Die Konsequenz für das Forschungsprojekt heißt:

- Es geht darum, deutlich herauszustellen und sichtbar zu machen, auf welchem Vorverständnis das Forschungsprojekt gründet.

Voraussetzung für die Explikation des Vorverständnisses ist die Analyse des eigenen Denkens, Fühlens und Handelns. Ob diese sogenannte Introspektion eine wissenschaftlich fundierte Methode ist, bleibt umstritten. Kleining und Witt etwa diskutieren qualitativ-heuristische Forschung als Entdeckungsmethodologie u.a. für die Sozialwissenschaften am Beispiel der Methode der Introspektion (Kleining und Witt). Mayring fordert, auch introspektive Daten als Informationsquelle zuzulassen, wenn sie als solche ausgewiesen, begründet und überprüft werden (Mayring 2002: 31). Es liegt nicht fern, Informationen, die aus Leitfadeninterviews gewonnen werden, wenigstens zum Teil auch als introspektive Daten zu begreifen.

Unter diesen Voraussetzungen soll die folgende Konsequenz für das Forschungsprojekt gezogen werden:

- Introspektive Daten werden als Informationsquelle hinzugezogen, wenn sie entsprechend ausgewiesen, begründet und überprüft werden.

Aus qualitativ argumentierender Sicht wird Forschung als Interaktionsprozess verstanden. Nicht nur der Gegenstand der Forschung verändert sich im Laufe

der Arbeit, sondern ebenso der Forschende. Dem liegt die Einsicht zugrunde, dass die Gegenstände der Sozialwissenschaften auf Forschung reagierende Subjekte sind, von denen man in Kommunikationsprozessen Daten gewinnen kann. Allerdings sind diese Daten „immer subjektive Deutungen, die in bestimmten Interaktionsprozessen entstehen [...]“. (Mayring 2002: 32)

Als Konsequenz für das Forschungsprojekt soll folgende Maxime gelten:

- Die Forschungsarbeit wird als Interaktionsprozess begriffen. Die Veränderung von Forschenden und Gegenstand im Prozess wird positiv eingeschätzt und transparent dokumentiert.

Mayring interpretiert seine Säule „Ganzheit“ so, dass „analytische Trennungen in menschlichen Funktions- bzw. Lebensbereichen [...] immer wieder zusammengeführt werden und in einer ganzheitlichen Betrachtung interpretiert und korrigiert werden“ (Mayring 2002: 33) müssen. Dieser sehr hohen Anforderung qualitativer Forschung kann nur schwer entsprochen werden. Dies gilt insbesondere dann, wenn es um die Zusammenführung quantitativer und qualitativer Ansätze in der Forschungspraxis geht. Für das Forschungsprojekt soll deshalb gelten:

- So häufig wie möglich sollen notwendige analytische Trennungen immer wieder auf das Ganze bezogen werden.

Dass die historische Dimension zu berücksichtigen ist, wie Mayring fordert, weil „humanwissenschaftliche Gegenstände immer eine Geschichte haben“, erscheint heute fast als wissenschaftliche Binse, sein Hinweis auf eine vermeintlich „ahistorische Gegenstandsauffassung traditioneller quantitativ-orientierter Forschung“ (Mayring 2002: 34) als unnötige Abgrenzung.

- Im Forschungsprojekt sollen so häufig wie möglich historische Dimensionen eingezogen werden, weil sie Kontexte liefern, die Erklärungen und Interpretationen erleichtern.

Die Forderung nach Problemorientierung erscheint für das hier geplante Forschungsprojekt von besonderer Relevanz. Weil qualitatives Denken direkt an praktischen Problemstellungen ihres Gegenstandsbereiches ansetzen und seine Ergebnisse wieder auf die Praxis beziehen soll, ist auch die Konsequenz für das Vorgehen im Forschungsprojekt deutlich:

- Die genaue Problembeschreibung soll Ausgangspunkt und immer wieder Referenzpunkt für das eigene Vorgehen sein.

Die von Mayring „Argumentative Verallgemeinerung“, „Induktion“, „Regelbegriff“ und „Quantifizierbarkeit“ genannten Säulen qualitativen Denkens

sollen hier, weil sie eng aufeinander bezogen und nicht in jeder Hinsicht trennscharf sind, gemeinsam diskutiert werden. Mayring tritt für eine klar umrissene Verallgemeinerungsmöglichkeit humanwissenschaftlicher Forschung ein, gibt induktiven Verfahren den Vorrang bei Stützung und Verallgemeinerung der Ergebnisse, fordert keine Suche nach allgemein gültigen Gesetzen, sondern eine Orientierung auf kontextgebundene Regeln und hält auch in qualitativen Forschungsprozessen sinnvolle Quantifizierungen für möglich. (Mayring 2002: 35-38)

- Im Forschungsprojekt werden Verallgemeinerungen deshalb argumentativ begründet. Induktive Verfahren sind dabei explizit gewünscht und zugelassen. Ziel der Arbeit soll nicht die Entdeckung von Gesetzmäßigkeiten sein. Eher soll vorsichtig von kontextgebundenen Regeln im Kontext von Gleichförmigkeiten gesprochen werden, die durch sinnvolle Quantifizierungen erkennbar werden.

Damit sind die fünf Postulate qualitativen Denkens und die 13 Säulen qualitativer Forschung vorgestellt, diskutiert und mit ihren ganz spezifischen Konsequenzen für das laufende Forschungsprojekt erläutert worden. Das sich daraus ergebende Forschungsdesign wird im folgenden Kapitel vorgestellt.

2.2 Forschungsdesign

Als Verantwortlicher für Veranstaltungen wie Kongresse und Festivals fast ein alter Hase, als Hochschullehrer noch ein junger Hund, tauchte im Frühjahr 2014 schnell die Frage danach auf: Wie sehen denn die Angebote von Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft in Deutschland aus? Wo sind die Hochschulkollegen des Fachs? Welche Angebote machen mit welchem Schwerpunkt die Kolleginnen und Kollegen? Diese ersten Bewegungen im – in Deutschland, wie sich rasch herausstellte, kleinen – Fach führten zu den ersten, eher enttäuschenden Ergebnissen. Eine eigenständige Disziplin Veranstaltungsmanagement war nach der ersten, kurzen Recherche nur in Ansätzen an wenigen Standorten erkennbar: Im Mittelpunkt stehen an öffentlichen Hochschulen eher Studiengänge, die Erweiterungen oder Spezialisierungen von BWL- oder Veranstaltungstechnikbasierten Studiengängen sind. Tragfähige Übereinkünfte dazu, was Gegenstand einer Ausbildung an der Hochschule sein sollte, waren auf den ersten Blick kaum erkennbar. Ein „Qualitätszirkel Eventstudium“ von Hochschullehrenden und Praktikern widmet sich seit einigen Jahren genau dieser Aufgabe. Hier entstanden die ersten vielversprechenden Kontakte und Netzwerke, in denen sich manche Einschätzungen relativierten, andere jedoch erhärte-

ten. Konfrontiert mit der Aufgabe, die Re-Akkreditierung des Studiengangs voranzutreiben und eine Entdualisierung des Angebotes vorzunehmen, bekamen die ursprünglichen Fragen zusätzliche Relevanz. Die Recherche zu Studienangeboten führte schnell ins englischsprachige Ausland, vor allem nach Großbritannien und in die Vereinigten Staaten von Amerika. Welche Erkenntnisse des dort viel umfassenderen Angebots an Ausbildung und der stärker ausgeprägten Tradition als Studienfach konnten übernommen werden? Welche sind für eine Übertragung aus welchen Gründen nicht geeignet? Vor diesem Hintergrund entstand die Idee, den verschiedenen Fragen im Rahmen eines Forschungsprojektes gründlich, vor allem aber in Zusammenarbeit und im engen Austausch mit den Akteuren einer wie auch immer umrissenen Branche nachzugehen. Zunächst standen dabei die folgenden Fragen am Ausgangspunkt:

- 1) Welche Akteure konstituieren die Veranstaltungswirtschaft? Gibt es ein Bewusstsein, eine Selbstwahrnehmung der Akteure als Branche?
- 2) Welche Angebote für Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft bestehen wo in Deutschland? Wie unterscheiden sie sich voneinander? Welche Differenz ist zwischen den Inhalten der dualen Ausbildung und jenen von (dualen) Studiengängen erkennbar? Wie differenzieren sich die Anspruchsniveaus von Master und Bachelorstudiengängen?
- 3) Wie bewerten Expertinnen und Experten die aktuelle Situation in der Ausbildung, die für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft qualifiziert? Erkennen sie die Umrisse einer Branche (Frage 1), wie schätzen sie die bestehenden Angebote (Frage 2) ein, welche Erfahrungen haben sie mit jungen Absolventinnen und Absolventen gesammelt (Frage 3)? Gibt es Vorbilder in anderen Ländern?
- 4) Welche Erfahrungen haben junge Absolventinnen und Absolventen von dualer Ausbildung und Ausbildung an Hochschulen in ihren ersten Berufsjahren gesammelt? Auf welche Herausforderungen waren sie gut, auf welche aus welchen Gründen weniger gut vorbereitet?
- 5) Wie sieht die durch die ersten Fragen konstituierte Branche die Situation? Können quantifizierbare Ergebnisse ermittelt werden?
- 6) Liefern internationale Fallstudien verwertbare Ergebnisse?

Aus diesen Fragestellungen ergab sich schnell die Erkenntnis, mindestens zu großen Teilen einen qualitativ orientierten Forschungsansatz zu wählen. Aus den einzelnen Fragen wird erkennbar, dass es ganz im Wesentlichen um die

„Rekonstruktion“ eines Forschungsgegenstandes geht und um „rekonstruktive Verfahren“, um die komplexen Zusammenhänge der identifizierten Probleme zu erfassen (Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014: 118). Welche methodologischen Grundlegungen daraus folgen, ist zuvor zusammengefasst worden (vgl. 2.1 Methodologie). Przyborski und Wohlrab-Sahr sehen eine Besonderheit von qualitativen Forschungsdesigns darin, dass sie „mehr zirkuläre Elemente beinhalten als quantitative Designs, die in ihrer Grundstruktur in der Regel linear-chronologisch aufgebaut sind“ (Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014: 118). Dies betreffe vor allem das Ineinandergreifen von Formulierung (und ggfs. Re-Formulierung) der Fragestellung, Erhebung und Auswertung bis hin zu Generalisierung und Theoriebildung, die nicht in sauberlich getrennten Schritten nacheinander absolviert werden könnten. Auch dies kann an den miteinander verbundenen Fragestellungen des Projektes gut nachvollzogen werden, die außerdem ein treffendes Beispiel dafür sind, dass „das Formulieren einer Fragestellung im Rahmen qualitativer Sozialforschung komplexer ‚gebaut‘ ist und weniger ‚exakt‘ auf eine abhängige (zu erklärende) und einige wenige unabhängige (erklärende) Variablen reduziert ist“, wie Przyborski und Wohlrab-Sahr (2014: 120) betonen.

Przyborski und Wohlrab-Sahr empfehlen ein sechsstufiges Vorgehen für die Entwicklung eines Forschungsdesigns. Das Entwerfen eines Forschungsdesigns ist danach „das Ergebnis

- 1) einer Auseinandersetzung mit dem eigenen Erkenntnisinteresse und dessen Übersetzung in eine Fragestellung,
- 2) einer entsprechenden methodologischen Positionierung,
- 3) der Bestimmung des Forschungsfeldes,
- 4) einer im Hinblick auf ihre Implikationen reflektierten Wahl der Erhebungs- und Auswertungsverfahren,
- 5) von Entscheidungen über das Sampling und die damit möglichen Schritte der Generalisierung bis hin zur Theoriebildung sowie
- 6) der grundlagentheoretischen Einbettung der Forschung“ (Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014: 118).

Die Bestimmung eines Forschungsfeldes entwickelt sich aus den Fragestellungen des Projektes. Mit der ersten Recherche zu den Konturen eines Markts der Veranstaltungswirtschaft mit ihren unterschiedlichen Akteuren wurden Bereiche deutlich, in denen Forschung anzusiedeln sei. Die Hochschulen,

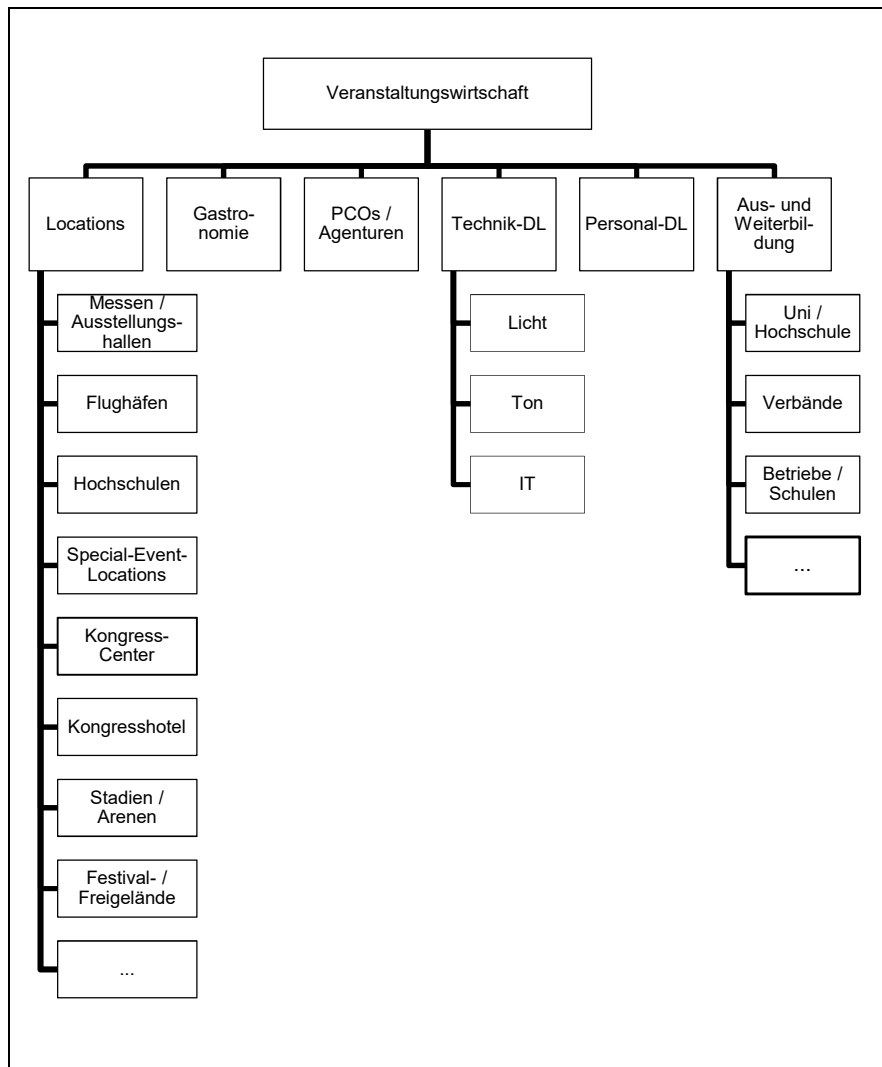


Abbildung 1: Skizze zum Forschungsfeld Veranstaltungswirtschaft

gleich ob staatlich oder privat getragen, gehörten zu den Akteuren. Über Verbände, die sich selbst als Teil der Veranstaltungswirtschaft begreifen, werden weitere Akteure sichtbar. Die duale Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann/zur Veranstaltungskauffrau oder zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik liefert neben den Berufsbildenden Schulen eine Reihe von unterschiedli-

chen Unternehmen, die ausbilden, als relevante Akteure, die einen weiteren Teil des Forschungsfeldes konstituieren (vgl. Abb. 1).

So ergaben sich aus der laufenden Recherche immer mehr Anhaltspunkte dafür, wie ein Forschungsfeld aussehen könnte. Die systematische Literaturrecherche zum Markt der Veranstaltungswirtschaft (Frage 1), die Recherche zu den Anbietern von Ausbildung und Weiterbildung (Frage 2) sowie die Interviews mit Expertinnen und Experten sollten weitere Anhaltspunkte zur Beschaffenheit des Forschungsfeldes liefern. Auf dieser Basis erster Ergebnisse des Rechercheprozesses ergab sich eine grobe Skizzierung des Forschungsfeldes Veranstaltungswirtschaft, dessen Umrisse Abbildung 1 (S.15) zeigt.

Schon in dieser Übersicht wird die Vielfalt des Feldes deutlich. Und selbstverständlich sind jeweils unterhalb der letzten Stufe weitere Differenzierungen denkbar und möglich. So ist etwa die Vielfalt der Verbände so groß, dass eigene Unterteilungen zu sinnvollen Kategorisierungen führen würden. Gleiches gilt wieder für die ausbildenden Betriebe, die im Prinzip ebenso so vielfältig wie das Gesamtbild der Veranstaltungswirtschaft sind, oder für den Bereich der Professional Congress Organizer (PCO) und die Agenturen, die in ihrer Vielfalt unübersichtlich und kaum systematisch zu erfassen sind. Für eine erste Eingrenzung des Forschungsfeldes ist die Übersicht aber ausreichend. Sie liefert Anhaltspunkte dazu, in welchem Bereich Daten zu sammeln sind, um das Problem zu rekonstruieren und Ansätze für Zusammenhangserklärungen zu finden. An der Strukturierung des Forschungsfeldes wird ebenfalls deutlich, dass ein paralleles und aufeinander bezogenes Vorgehen in allen Teilbereichen des Projektes sinnvoll und der Komplexität des Gegenstandes angemessen ist.

2.3 Methoden

Für die Wahl der Methoden im von Przyborski und Wohlrab-Saar vorgeschlagenen Sechsschritt zur Etablierung eines Forschungsdesigns bietet sich angesichts der speziellen Ausgangslage und dem konturierten Forschungsfeld eine Kombination von qualitativen und quantitativen Methoden an. Kelle stellt fest, dass die Kombination von qualitativen und quantitativen Methoden in einer empirischen Studie seit vielen Jahren geübte Praxis in der Sozialforschung sei. (Kelle 2014: 153). Sie bietet sich immer dann an, wenn beispielsweise die Kategorien der Untersuchung noch nicht völlig klar und in Entwicklung sind. Dieses Zusammenwirken von qualitativen und quantitativen Ansätzen kann innerhalb einer Methode angewandt werden, wie dies in halb-

standardisierten Leitfadeninterviews geschieht. Sie kann aber auch im Nebeneinander von Methoden erprobt werden, die einerseits qualitativ, andererseits quantitativ ausgerichtet sind. Für das Forschungsprojekt wurde zum einen ein halbstandardisierter Leitfaden erarbeitet, der für die Interviews mit Expertinnen und Experten ebenso eingesetzt werden sollte wie für jene mit Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteigern. Aus Sicht der Forschenden sollte dieser Leitfaden in der Entwicklung zwei Funktionen übernehmen. Zunächst sollten über die Themenfelder, die im Leitfaden definiert wurden, die vorläufigen Konturen des Forschungsfeldes (s.o.) erhärtet werden, um die Frage zu beantworten: Ist aus Sicht der Akteure das Forschungsfeld ebenso ausgebaut wie aus Sicht der Forschenden? Das zweite Interesse war eng mit diesem ersten verknüpft: Überprüft werden sollte nämlich außerdem, ob die vorläufig angewandten Variablen und Kategorien, die im Leitfaden erscheinen, für die Interviewpartner so nachvollziehbar waren, dass gegenseitiges Verständnis möglich war. Zum anderen wurde eine Onlinebefragung vorbereitet und durchgeführt.

2.3.1 Experteninterviews als halbstandardisierte Leitfadeninterviews

Grundlegend für die Entwicklung des Leitfadens war dabei die Einsicht, dass das Interview eine Interaktions- und Kommunikationssituation ist, „in der unter den konkreten Bedingungen des Settings, der Interaktionsdynamik und des persönlichen Verständigungsprozesses zwischen den am Interview Beteiligten eine spezifische, kontextgebundene Version einer symbolischen Welt erzeugt wird“ (Helfferich 2014: 561). Die daraus folgende Konsequenz, dass es so etwas wie einen authentischen Text nicht gibt, entbindet nicht von der Verpflichtung, den Interviewablauf so zu gestalten, dass geschulte Interviewende mit dem immer gleichen Leitfaden zu mindestens ähnlichen Ergebnissen kommen. Weil es explizite Zielstellung des halbstandardisierten, auf einem Leitfaden basierenden Vorgehens war, Variablen und Kategorien des Forschungsfeldes überhaupt einmal zu ermitteln, lag ein Schwergewicht darauf, „das Interviewsetting und den Verständigungsprozess im Interview so zu gestalten, dass das Sinnsystem und die – möglicherweise situative – subjektive Wahrheit der Interviewten entfaltet werden kann“. Erreicht werden sollte eine Situation für die Interviewten, in der sie den Raum haben, „das zu sagen, was sie sagen möchten, dass sie z.B. das ansprechen können, was ihnen selbst wichtig ist, dass sie ihre eigenen Begriffe verwenden können“ (Helfferich 2014: 562). Die Maxime größtmöglicher Offenheit findet ihre Grenzen dort, wo Forschende in ihren Rollen als Interviewende durch Fragen, Überleitungen, Antworten und Reaktionen ein Gespräch im Sinne des Forschungsinteresses strukturieren, ihm eine Richtung geben und so den Verlauf

mitprägen. Helfferich bilanziert richtig: „So wenig, wie man nicht nicht kommunizieren kann, kann man nicht nicht die Äußerungsmöglichkeiten von Interviewten beeinflussen.“ (Helfferich 2014: 562) Maßgabe der Entwicklung des Leitfadens war deshalb die häufig genannte Maxime „So offen wie möglich, so strukturierend wie nötig.“ (Helfferich 2014: 563). Allerdings bringt nicht nur die Strukturierung des Interviews durch Fragen Einschränkungen der Offenheit mit sich. Gleiches gilt für die Rollenzuweisung im Interview, die zu asymmetrischen Situationen führen: Auf der einen Seite stehen Interviewende als wissenschaftlich tätige Spezialisten den Expertinnen und Experten als auskunftsbereiten Interviewten auf der anderen Seite gegenüber. Helfferich nennt drei Faktoren, die außerdem Einfluss auf die Rollenausgestaltung im Interview haben. Es sind dies die Dimension der Machtrelation und der Sicherheit, die Dimension Fremdheit/gemeinsamer Erfahrungshintergrund sowie die Berücksichtigung unterschiedlich ausgeprägter Diskurskulturen (Helfferich 2014: 564)

Bezüglich Macht und Sicherheit sieht Helfferich auf beiden Seiten ein Machtpotential. Während der Interviewende steuernde Macht hat, Fragen stellen oder nicht stellen kann und damit den Ablauf des Gesprächs weitgehend strukturieren kann, liegt die Macht der Interviewten in der Bereitschaft sich kurz oder lang zu äußern, tiefer oder eben weniger tief auf Fragen einzugehen, die gewünschte Offenheit herzustellen oder eben nicht. Ziel einer guten Interviewführung muss es sein, gerade zu Beginn des Interviews eine Atmosphäre entstehen zu lassen, die von gegenseitiger Wertschätzung und Vertrauen geprägt ist und so die gewünschte Offenheit ermöglicht. Für ein Interview ist es weiter bedeutsam, ob sich Fragenstellende und Antwortende auf einen gemeinsamen Erfahrungshintergrund berufen können oder ob sie sich etwa mit Blick auf Alter, Geschlecht, den sozialen Status oder ethnische Zugehörigkeit eher fremd sind. Dies kann Vorteile wie Nachteile haben, für die es im Interviewverlauf wachsam zu sein gilt. Wer sich in einem nicht fremden Umfeld wähnt, wird anders berichten, einschätzen oder bewerten als jene, die das aus ihrer Sicht Selbstverständliche zu erläutern und zu erklären meinen müssen, um verstanden zu werden. Diese Reflektion ist nicht nur vor dem Gespräch anzustellen, sondern auch immer wieder während des Gesprächs und bei der anschließenden Auswertung. Schließlich sind unterschiedliche Diskurskulturen zu berücksichtigen, was nicht mehr und nicht weniger bedeutet, als den Möglichkeiten der Interviewten bei der Ausgestaltung des Interviews zu entsprechen.

Für die konkrete Erstellung eines Leitfadens schlägt Helfferich ein dreistufiges Verfahren vor, um dem Prinzip „So offen wie möglich, so strukturiert wie

nötig“ zu entsprechen. Danach soll den Interviewten in einem ersten Schritt die Möglichkeit gegeben werden, sich so frei wie möglich zu äußern. Die sogenannte Erzählaufforderung soll die Möglichkeit geben, „möglichst viele für die Forschung interessante und relevante inhaltliche Aspekte spontan“ (Helfferich 2014: 566) anzusprechen. In einem zweiten Schritt werden dann diejenigen Dinge nachgefragt, zu denen kein befriedigender Text aus Sicht des Interviewenden entstanden ist. In einem dritten Schritt werden strukturierte und in der Formulierung vorgegebene Fragen verwendet. Dieser Dreischritt kann öfter hintereinander ablaufen, die Schritte 1 und 2 mehrmals als geschlossene Abfolge, ehe Schritt 3 nachgezogen wird. Dabei gilt es drei wesentlichen Anforderungen zu entsprechen, nämlich dem Prinzip der Offenheit als Priorität, der Übersichtlichkeit und dem Anschmiegen an den Erzählfluss. Interventionen dürfen ausschließlich dem Forschungsinteresse geschuldet sein und müssen transparent gemacht werden, der Leitfaden muss übersichtlich sein, um den Erzählfluss gewährleisten zu können, und schließlich gilt es, im Zweifelsfall dem Erzählfluss der Interviewten zu folgen und nicht der strukturierten Abfolge des Leitfadens. „Priorität vor dem Einhalten einer Reihenfolge der Fragen soll immer die spontane Äußerung haben.“ (Helfferich 2014: 567)

Auch bei der konkreten Erarbeitung des Leitfadens erfolgte eine Orientierung an dem von Helfferich vorgeschlagenen SPSS-Schema. Begonnen wird mit dem Sammeln von Fragen („S“), indem möglichst viele Teilaspekte des Forschungsinteresses in Fragen umgewandelt werden. Sodann folgt das Prüfen der Fragen („P“), indem ein kritischer Blick auf die Liste mit einem Rückbezug auf das Forschungsinteresse verbunden wird. Kriterium soll dabei sein, inwiefern die Fragen dazu beitragen, Fragen bzw. Erzählaufforderungen so zu öffnen, „dass Neues und Fremdes zur Sprache kommen kann“. Nach dieser Prüfung werden Fragen gestrichen. Die verbleibenden Fragen werden nach zeitlicher Abfolge, inhaltlicher Zusammengehörigkeit und Fragerichtung (z.B. Erinnerungsfragen versus Bewertungsfragen) sortiert und gebündelt („S“). Schließlich wird für jedes Bündel von Fragen „ein möglichst erzählgenerierend wirkender und möglichst wenig Präsuppositionen enthaltender Impuls“ gesucht, unter den die Einzelaspekte „subsumiert“ (= untergeordnet) werden können („S“). (Helfferich 2014: 567). Diesem Verfahren ist im vorliegenden Projekt innerhalb der Forschungsgruppe gefolgt worden. Resultat war ein Leitfaden, der im Prozess mehrfach revidiert und angepasst, ehe er im Feld eingesetzt wurde.

2.3.2 Online-Befragung

Trotz aller Optimierungsversuche ist klar: „Es gibt nicht *die* perfekte Befragungsmethode.“ (Taddicken 2013: 207). Auch die Online-Befragung hat ihre Schwächen, die im Folgenden im Vergleich mit anderen Befragungsmodi und im Hinblick auf das Untersuchungsziel in diesem Projekt mit den Stärken abgewogen werden sollen.

Bei der Entscheidung für oder gegen eine Online-Befragung als Methode zur quantitativen Datenerhebung können zahlreiche Kriterien angewandt werden. Allen voran steht die Frage nach der digitalen Erreichbarkeit: Haben die Personen der angestrebten Grundgesamtheit Zugang zum Internet? Im Falle der Befragung einer breiten Bevölkerungsguppe ist dies oft nicht der Fall (Wagner und Hering 2014: 661). Aktuelle Erhebungen zeigen, dass auch 2015 die Zahl der Internetnutzer noch bei 77,6 Prozent liegt (2013 waren es 76,5) und damit weiterhin knapp ein Viertel der Bevölkerung mit Online-Befragungen nicht erreicht werden kann (Internetnutzung in Deutschland 2015 | Statistik). Ist jedoch die „digitale Kluft“ (Wagner und Hering 2014: 664) auszuschließen, so können die zahlreichen Vorteile dieser Befragungsmethode genutzt werden. Im Falle der in dieser Studie im Teilprojekt Online-Befragung definierten Gruppe von Befragten kann diese digitale Kluft ausgeschlossen werden, da es sich um „spezifische Internet-affine Teilpopulationen“ (Wagner und Hering 2014: 665) handelt. Aufgrund der professionellen Standards in der Veranstaltungswirtschaft ist davon auszugehen, dass die Mitglieder eines Verbandes dieser Branche mit Internetzugang arbeiten. Ausnahmefälle werden hier vernachlässigt.

Die Verbände der Veranstaltungswirtschaft, die sich bereit erklären, dieses Forschungsprojekt zu unterstützen, versenden den Link zur Online-Befragung per E-Mail an ihre Mitglieder. Diese Möglichkeit der „aktiven Rekrutierung“ (Taddicken 2013: 204) erlaubt eine Stichprobenziehung aus der gewünschten Grundgesamtheit, die eine möglichst große Anzahl von in Verbänden organisierten Akteuren in der deutschen Veranstaltungswirtschaft umfassen soll. Ein repräsentativer Durchschnitt nach Bevölkerungsgruppen in der Veranstaltungswirtschaft lässt sich angesichts der Datenlage nicht erzielen. Es wird jedoch erhofft, dass eine ausreichende Motivation zur Teilnahme an der Befragung seitens der Verbandsmitglieder aus der Veranstaltungswirtschaft besteht, da die angestrebten Forschungsergebnisse hilfreich für die Weiterentwicklung der gesamten Branche und damit auch für die einzelnen Akteure sein könnten. Wichtigstes Mittel, um diese Motivation zu wecken und die Erwartungshaltung an den Befragungsverlauf zu steuern, ist ein verständliches und angemessenes Anschreiben zur Befragung.

Bei personalisierten Befragungen wird jedem Teilnehmenden ein Passwort zugewiesen, so dass die Fälle komplett verweigerter Teilnahme, sogenannte „Drop-Outs“ (Wagner und Hering 2014: 667) oder „Unit-Nonresponse“ (Taddicken 2013: 212), belastbar ausgewertet werden können. In anonymisierten Befragungen, die wie hier nach dem Schneeballprinzip über die Verbände, aber auch über Fachgruppen in den sozialen Netzwerken (XING u.a.) verbreitet werden, ist dies nicht möglich. „Der Forscher steht vor dem Problem, eine Quote zu berechnen, die beispielsweise über das Logfile einer Webseite eruiert werden muss, ohne Mehrfachbesucher doppelt zu zählen“ (Wagner und Hering 2014: 667).

Einer der größten Vorteile von Online-Befragungen sind die möglichen Kosteneinsparungen. Der digitale Versand von Fragebögen verursacht im Vergleich zum Postversand von Paper-and-Pencil-Fragebögen bei größeren Teilnehmerzahlen dann geringere Kosten, wenn bei allen Beteiligten das technische Equipment in Form von Hard- und Software vorhanden sind (Wagner und Hering 2014: 663). Kosten können außerdem durch die Anschaffung von Software und Webspace für die Erstellung des Online-Fragebogens entstehen. Dies ist im vorliegenden Forschungsprojekt nicht der Fall, da seitens der Hochschule per Lizenz mit *EvaSys* die Software eines Providers für die Erstellung wissenschaftlicher Online-Befragungen zur Verfügung steht.

Der zeitliche Aufwand für die Forschenden, der natürlich auch ein indirekter Kostenfaktor ist, fällt bei der inhaltlichen und grafischen Erstellung des Online-Fragebogens, im Vergleich zum Fragebogen für telefonische oder postalische Befragungen, in etwa gleich aus. Die Befragung selbst, die „*zeitlich und räumlich unabhängig*“ stattfindet, kostet die Forschenden keine Zeit, was unter diesem Aspekt einen Vorteil darstellt. Außerdem können viele Teilnehmer in einem großen Gebiet zur selben Zeit erreicht werden (Wagner und Hering 2014: 662).

Zusätzlich können bei Online-Befragungen multimediale Inhalte wie Videos, Fotos oder Audiodateien eingefügt werden (Wagner und Hering 2014: 662). Fragebögen können grafisch übersichtlicher gestaltet werden, beispielsweise durch den Einsatz von Pull-Down-Menüs, verborgenen Filterfragen oder Drag-and-Drop-Modulen (Wagner und Hering 2014: 662, Taddicken 2013: 210). Im hier entwickelten Fragebogen kommen lediglich die technische Steuerung von Filterfragen und einige Pull-Down-Menüs zum Einsatz. Eine weitere technische Möglichkeit von Online-Befragungen ist die zufällige Rotation in der Reihenfolge von Fragekatalogen und Tabellen, die zur Vermeidung von Primacy-Recency-Effekten (Franzen 2014: 708) beitragen kann.

Diese ist leider in der vorliegenden Software *EvaSys* technisch nicht verfügbar, obwohl sie gerade in dieser Befragung angesichts der langen Tabellen mit bis zu 15 zu bewertenden Kriterien wünschenswert gewesen wäre.

Die Kontrolle über die Befragungssituation entzieht sich den Forschenden bei der Online-Befragung vollständig, was einen Nachteil gegenüber persönlichen Befragungsmethoden darstellt (Taddicken 2013: 211). So ist zunächst das Problem der divergierenden Darstellung des Fragebogens auf dem Endgerät ein möglicher Störfaktor. „*Kompatibilitäts- und Darstellungsprobleme* führen in der Regel zum sofortigen Abbruch einer Befragung“ (Wagner und Hering 2014: 668). Tests mit unterschiedlichen Browsern und auf mehreren Betriebssystemen sind daher ein unverzichtbarer Arbeitsschritt, auch wenn die Befragungssoftware als kompatibel gilt.

Fortschrittsbalken können unter Umständen motivierend für das Durchhalten einer Befragung wirken. Im vorliegenden Fragebogen wird durch die sichtbare Anzahl von Reitern deutlich, wie weit die Befragung fortgeschritten ist. Gleichzeitig wird nach dem Ampelprinzip signalisiert, welche Seiten noch zu bearbeiten sind - Rot steht für unbearbeitet, Gelb für teilweise bearbeitet, Grün für abgeschlossen. Gleichzeitig ist mit den Reitern eine gewisse Autonomie der Befragten gegeben, da sie selbstständig im Fragebogen navigieren können. Dies birgt jedoch auch das Risiko, dass ganze (unbequeme) Seiten übersprungen werden.

Unbekannt ist auch, wann und wo und evtl. sogar mit wem die Befragten den Fragebogen ausfüllen. Einerseits bietet die Online-Verfügbarkeit des Fragebogens größtmögliche Flexibilität, andererseits kann auch der Zeitpunkt, zu dem die E-Mail eintrifft ein ungünstiger sein. Effekte bei Befragten wie „mangelnde Motivation“ (Taddicken 2013: 213) können die Folge sein. Im Hinblick auf die Fragen zu den Ausbildungsinhalten in der Veranstaltungswirtschaft ist mit Wissenslücken oder mangelndem Erinnerungsvermögen zu rechnen.

Ein großer Vorteil liegt ebenso wie beim schriftlichen Fragebogen in der Neutralität der Online-Befragung. Beim Leitfadeninterview ist die Beeinflussung durch den Fragenden das größte Problem. „Bei der Online-Befragung entfällt diese Fehlerquelle nahezu vollständig.“ (Taddicken 2013: 213). In Bezug auf Effekte sozialer Erwünschtheit ist die Anonymität der Situation von Vorteil. Gleichzeitig impliziert dies aber auch Nachteile: die Befragten können bei Unklarheiten nicht nachfragen und es entsteht eine stärkere „Entkontextualisierung“ (Wagner und Hering 2014: 663) und damit eine „Ich-Zentrierung“ (Taddicken 2013: 214) die bei der Beantwortung der Fragen die

individuellen Motive in den Vordergrund rücken lassen. Hier stellt sich die Frage, ob dies im Falle des Forschungsprojektes nicht sogar als Vorteil gesehen werden kann, da angesichts der Vielfalt der Akteure ohnehin nicht aus einer Gesamtsicht einer Branche, sondern aus der individuellen Perspektive des Segments bewertet werden soll. So wird im Fragebogen mehrfach ausdrücklich nach der persönlichen Einschätzung gefragt.

Die Datenerfassung und auch die Auswertung erfolgen bei Online-Befragungen besonders einfach und zum größten Teil automatisiert, da die Befragten die Antworten direkt in das Erhebungssystem eingeben. Dies spart nicht nur viel Zeit für die Forschenden, sondern vermeidet auch Übertragungsfehler, wie sie z.B. bei der Auswertung von schriftlichen Fragebögen entstehen (Taddicken 2013: 209). Eine umfassende Datenbereinigung muss jedoch auch hier erfolgen, etwa bei widersprüchlichen Angaben und falschen Filterwegen (Wagner und Hering 2014: 668). Insgesamt sind Export und Dokumentation jedoch erheblich einfacher und schneller verfügbar, als bei allen anderen Befragungsmodi.

Nach Abwägung aller Vor- und Nachteile ergibt sich ein klares Bild: die Online-Befragung ist das quantitativ effektivste, zeitlich und finanziell ökonomischste und gleichzeitig zielgruppenadäquateste Mittel für die quantitative Datenerhebung in diesem Forschungsprojekt. Auch wenn geringe Rücklaufquoten bei Online-Befragungen normal sind, so sind doch Hinweise auf weitere Fragestellungen und ein Abgleich mit den Tendenzen aus den Leitfadenterviews zu erwarten, um zu weiteren Fragen und auch Kategorien im Forschungsfeld zu kommen.

Die Veranstaltungswirtschaft und ihr Personal
Angebotsprofile und Nachfragestrukturen von Aus- und
Weiterbildung

Gehrke, G.; Spott de Barrera, D.; Lampe, D.

2017, XVIII, 116 S. 23 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16966-4