



## 16. Wie wird die Rücklaufquote bei postalischen Befragungen erhöht?

Ein gewisses Problem stellen die unterschiedlichen Rücklaufquoten bei den einzelnen Befragungsformen dar: Die höchste Rücklaufquote erhält man normalerweise bei mündlichen Befragungen. Im Idealfall sind hier 100% Rücklauf möglich; in der Realität sind es freilich zumeist weniger. Geringer ist die Antwortrate bei Telefonbefragungen. Dies ist abhängig vom Thema sowie dem Zeitpunkt und den Umständen der Befragung. Verglichen mit persönlich-mündlichen oder telefonischen Befragungen werden über postalischen Umfragen insgesamt eher niedrige Ausschöpfungsquoten erreicht: Bei Online-Befragungen liegen sie im Allgemeinen etwas höher als bei schriftlichen Befragungen. Dort können sie teilweise bei nur 5% liegen. In beiden Fällen antworten nur die Personen, die an dem Thema interessiert sind und somit eine bestimmte Motivation für eine Antwort besitzen. Das muss aber nicht so sein. Hier einige Tipps zur Erhöhung der Rücklaufquote:

- Adressieren Sie möglichst persönlich (also z.B. „Frau Helene Mustermann“ statt „Frau Mustermann, Helene“)
- Betonen Sie den „Nutzen“, den die Teilnehmer erwarten können. Neben der Aussicht auf materielle Gewinne stellt auch die Aussicht auf Verbesserung einer Situation einen Nutzen dar.
- Das Befragungsmaterial besteht mindestens aus dem Fragebogen, einem Kuvert, einem Anschreiben, einem Rückantwortkuvert und dem Datenschutzblatt.
- Das Versandkuvert sollte einen seriösen Eindruck vermitteln und sich von der Vielzahl der Werbebriefe auf den ersten Blick unterscheiden.
- Eine Briefmarke ist besser als ein Postwertzeichenstempel. Noch besser: Sonderbriefmarken; sie wirken persönlicher.

- Das Anschreiben muss kurz sein (maximal 1 DIN A 4-Seite) und der Zielperson glaubhaft vermitteln, dass die Teilnahme ihr selbst oder wenigstens ihr vergleichbaren Menschen konkrete Vorteile bringt. Das Anschreiben beinhaltet einen seriösen Briefkopf, eine in den Text integrierte Anschrift und eine persönliche Anrede, eine Zusicherung der Anonymität, Name und Telefonnummer eines Ansprechpartners für Rückfragen und dessen Bürozeiten, eine „handgeschriebene“ oder eingescannte Unterschrift. Ein Begleitschreiben enthält idealerweise die folgenden Angaben:
  1. Wer ist verantwortlich für die Befragung (Kontaktadresse)?
  2. Anrede des Befragten
  3. Grund der Untersuchung
  4. Antwortappell
  5. Rücklaftermin
  6. ggf. Anleitung zum Ausfüllen des Fragebogens
  7. Dauer des Ausfüllens
  8. Zusicherung der Anonymität
  9. Dank für die Mitarbeit
- Mit einem Datenschutzblatt demonstrieren Sie den Zielpersonen Ihre Seriosität. Sie teilen darin mit, wie die Daten verarbeitet werden (Trennung von Adresse und Inhalt, elektronische Auswertung in anonymer Form und zu Gruppen zusammengefasst), welche Sicherheitsvorkehrungen getroffen werden (Anonymität, keine Weitergabe an Dritte, Datenschutzbeauftragte).
- Das beigefügte Rückantwortkuvert sollte mit dem Aufdruck „Gebühr zahlt Empfänger“ versehen sein.
- Vorankündigung: Nutzen Sie dazu die Presse, das Radio, E-Mail, Fachzeitschriften etc. Bei vorhandenen Telefoneinträgen kann man die Befragungen gegebenenfalls auch direkt vorher ankündigen.
- Interessantes Thema: Das Thema der Befragung sollte das Zielpublikum interessieren. Dieser Faktor hat einen erheblichen Einfluss auf die Rücklaufquote!
- Schaffen Sie eine Referenz zu „anerkannten Autoritäten“. Die Kooperation mit Universitäten oder lokalen Fachinstituten, mit Verbänden oder Ärzten sollte hervorgehoben werden.
- Schaffen Sie materielle oder immaterielle Anreize zur Teilnahme, aber wahren Sie trotzdem ein seriöses Bild. Die Anreize sollten an die Zielgruppe und das Thema angepasst sein.
- Nachfassen: Keine Antwort? Dann senden Sie nach einer Woche ein erstes Erinnerungsschreiben (Postkarte) oder führen Sie ein Erinnerungstelefonat. Nach drei Wochen folgt ein weiteres Erinnerungsschreiben mit Ersatzfragebogen. Auch ein drittes Erinnerungsschreiben ist durchaus üblich. Planen Sie das Nachfassen mit ein!
- Damit Sie wissen, wer den Fragebogen zurückgesendet hat, können Sie jeden Fragebogen mit einer Identifikationsnummer kennzeichnen. Wenn Sie ihr Erinnerungsschreiben gezielt an die Personen richten möchten, die sich

noch nicht beteiligt haben, müssen Sie Ihre Fragebögen kennzeichnen! Wird diese Nummer lediglich zur Kontrolle des Rücklaufs benutzt und später vernichtet, steht sie nicht im Widerspruch zum vertraulichen Umgang mit den Daten und ihrer anonymisierten Verarbeitung.

- Berücksichtigt werden sollte im Übrigen der Versandzeitpunkt. Für Privatpersonen sollte der Fragebogen am Wochenende (Freitag) vorliegen. Ferienzeiten sind dabei zu beachten. Für Betriebe sollte der Fragebogen hingegen am Wochenanfang eingehen.