

Ruhr-Universität Bochum

Fakultät für Psychologie

Seminar in Psychologischer Diagnostik und Forschungsmethoden

SS 2000

**„Diagnostik individueller Erwartungskonzepte –
Börsenpsychologie“**

Seminarleiter: Prof. Dr. Friedhelm Meier

**Vorgehensweise bei einer qualitativen Expertenbefragung
am Beispiel Fondsmanager**

Andreas Harke

Serena L'hoest

Sascha Wingen

September 2000

Inhalt

1	<i>Einführung</i>	2
2	<i>Einordnung der Methode</i>	3
3	<i>Planung und Vorbereitung der Befragung</i>	6
4	<i>Interviewleitfaden</i>	10
5	<i>Durchführung des Interviews</i>	14
5.1	Kontaktaufnahme, Information und Vorbereitung	14
5.2	Orientierungsphase	15
5.3	Erarbeitungsphase	17
5.4	Abschlussphase	18
5.5	Zusammenfassung (nach Lamnek, 1995, S. 107)	18
6	<i>Auswertung</i>	20
6.1	Vorbereitung des Auswertungsmaterials	20
6.2	Sortierung und Strukturierung der Aussagen	21
6.3	Qualitative Auswertungsverfahren – Zielsetzungen und Vorgehensweisen	22
6.3.1	Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	22
6.3.2	„Grounded Theory“ nach Glaser und Strauss.....	23
6.3.3	Empirisch begründete Typenbildung nach Kluge	24
6.3.4	Die Technik der Strukturierung bei der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring	25
6.4	Zur Gültigkeit der erwartbaren Ergebnisse	29
	<i>Literatur</i>	31

1 Einführung

Wie unterscheiden sich die Erwartungs- und Entscheidungskonzepte professioneller Fondsmanager von denen naiver Anleger, bezogen auf den An- und Verkauf von Aktien? Zur Klärung dieser Frage bedarf es zunächst herauszufinden, welches die Konzepte sowohl der Laien als auch der Experten sein könnten.

Die vorliegende Arbeit stellt einen allerersten Schritt konzeptuell dar. Es soll hier auf die Methodik der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung eines qualitativen Interviews eingegangen werden, das Anhaltspunkte für mögliche Konzepte professioneller Anleger liefern soll. Natürlich wäre eine derartige Pilotstudie auch für das Anlageverhalten von Laien durchzuführen.

Diese Voruntersuchungen könnten zur Generierung von Hypothesen über die Gemeinsamkeiten und Unterschiede im jeweiligen Entscheidungsverhalten dienen, die später möglicherweise mit quantitativen Verfahren getestet werden könnten. Die Erstellung und Durchführung eines derartigen quantitativen Verfahrens, etwa eines standardisierten Interviews oder eines Fragebogens, dürften ebenfalls durch diese explorativen Vorstudien ermöglicht werden.

2 Einordnung der Methode

Um das Expertenwissen und die Entscheidungskonzepte professioneller Anleger sichtbar zu machen, scheint ein qualitatives Vorgehen angebracht zu sein. Quantitative Verfahren ermöglichen einzig die Überprüfung vorher aufgestellter, aus theoretischen Modellen abgeleiteter Hypothesen. Auf einem wenig untersuchten Gebiet, zu dem das psychologische Anlageverhalten von Fondsmanagern zählen darf, ist es jedoch wichtig, die Daten und das zu untersuchende Feld in den Vordergrund zu stellen. Der entscheidende Vorteil qualitativer Verfahren ist hierbei in ihrem theorien- und hypothesengenerierenden Charakter zu sehen. Nach Flick (1995a, S. 150) ermöglicht ein qualitatives Verfahren, die Theoriebildung als Untersuchungsziel durch die Auseinandersetzung mit dem Feld zu erreichen.

Da in dieser Untersuchung die Erklärung menschlichen Handelns angestrebt wird, wurde als Methode der Datensammlung das Interview gewählt, das die Rekonstruktion subjektiver und objektiver Handlungsgründe erlaubt. Ein teilstandardisiertes, problemzentriertes Leitfaden-Interview hat hier die Vorteile, dass es keine Antwortvorgaben gibt, der Interviewer aber nach Einschätzen des theoretischen Anliegens klärende Nachfragen stellen und neue Gesichtspunkte aufgreifen kann (vgl. Hopf, 1995, S. 177). Die Strukturierung der Datensammlung erfolgt also sowohl durch den Befragten als auch durch den Interviewer (s. Abb. 1).

<i>Strukturierung der Datensammlung durch</i>	ForscherIn	Beforschte Person(en)	Situation
vollständig	Qualitatives Experiment	Narratives Interview	Interpretative Verfahren
teilweise	Leitfaden-Interview		
		Gruppendifkussion	
	Teilnehmende Beobachtung		

Abb. 1: Bezugspunkte der Strukturierung als organisierende Perspektiven (vgl. Wildförster/Wingen, 2000, S. 144)

Lamnek (1995, S.51 ff.) hebt hervor, dass die Relevanzsysteme der Befragten in teilstandardisierten Interviews besser zu Wort kommen können, weil der Forscher die Reihenfolge und Formulierung der Fragen auf den Befragten abstimmen kann. Durch diese flexible Durchführung und wegen der fehlenden Prädetermination durch den Forscher können noch nicht bekannte Sachverhalte exploriert und die Bezugssysteme der Befragten ermittelt werden.

Als wichtig hierfür erachtet Hoffmann-Riem (1980, S. 343) das Prinzip der Offenheit, das durch eine „Suspendierung des theoretischen Vorwissens“ (s. Flick, 1995a, S.150) der Forscher gekennzeichnet ist und erst nachträglich zur Theoriebildung anhand der Daten führen soll. Witzel (1985, S.231) kritisiert daran, dass der Forschende folglich in der Auswertungsphase zwar theoretisch strukturierend vorgeht, bei der Datenerhebung jedoch „voraussetzungsloser Datenabrufer“ sein soll. Auch macht Hopf (1995, S. 181) darauf aufmerksam, dass der Verzicht auf explizite Hypothesen das Operieren mit impliziten Hypothesen und dadurch eine suggestive Beeinflussung zur Folge haben kann. Witzel (1985, S.231 ff.) schlägt vor, dass der Forscher das Problemfeld zunächst vorläufig formulieren soll, dieses Vorwissen aber gegenüber der Empirie offengehalten wird, wodurch eine Verschränkung zwischen bestehendem und zu ermittelndem Wissen entsteht.

Genau dies wird in dieser Untersuchungskonzeption angestrebt. Das Vorwissen über eventuell für den Aktienkauf entscheidungsrelevante Konstrukte war zwar eine Basis für die Erstellung des Interviewleitfadens, dennoch soll die Dominanz der Konzeptgenerierung beim Befragten liegen (vgl. Lamnek, 1995, S. 74). Bei der Durchführung des Interviews wird das Hauptinteresse bei den Konzepten liegen, die den befragten Fondsmanagern selbst wichtig für ihr Handeln erscheinen, auch wenn diese den Interviewern neu sein sollten. Durch diese Prozeßorientierung des problemzentrierten Interviews (vgl. Witzel, 1985, S.233) können theore-

tische Vorannahmen während des Interviews laufend modifiziert und geprüft werden.

Flick (1995a, S.154) weist darauf hin, dass der Forscher während des Interviews wegen seiner Außenperspektive die Rolle eines „(einmaligen) Besuchers“ im zu untersuchenden Feld einnimmt und so Selbstverständlichkeiten und Routinen hinterfragen kann, die dem Befragten längst gesichert erscheinen. Bestimmte Einblicke werden durch diese Außenperspektive natürlich verwehrt bleiben. So wäre es in einem einmaligen Interview z.B. sehr unwahrscheinlich, Informationen zu illegalen Insidergeschäften im Aktienhandel zu bekommen.

Entsprechend der bei vielen Autoren häufig anzutreffenden Darstellung der verschiedenen Interviewformen ist die hier zu konzeptuierende Methode als problemzentriertes Interview bezeichnet worden. König und Volmer (1994, S. 101) beschreiben das ähnliche und nicht minder passende Konstrukt-Interview, mittels dessen subjektive Konstrukte, Diagnosehypothesen, Ziele, Erklärungshypothesen und Strategien erfaßt werden können. Die methodisch wertvollen Anregungen dieser Autoren werden daher im weiteren ebenfalls aufgenommen.

3 Planung und Vorbereitung der Befragung

Ziel dieser Untersuchung ist es, einen Einblick in die Konzepte zu gewinnen, die Fondsmanager zum Kauf oder Verkauf von Aktien veranlassen. Da ein zukünftiger Kursverlauf nicht zuverlässig vorhersagbar ist, interessieren insbesondere die Entscheidungen für ein Handeln und ihre Grundlagen. Auf welchen Informationen basieren die Entscheidungen? Wie wird das stete Risiko von Fehlentscheidungen erlebt? Wie wird eine Arbeit beurteilt, die im Treffen von zwangsläufig unsicheren Entscheidungen besteht? Wodurch kennzeichnet sich Professionalität? Diese Fragen standen zu Beginn der Untersuchungsplanung.

Weiteres Vorwissen konnte durch die Publikationen in Börsenzeitschriften, durch die Börsennachrichten im Internet, durch Prospekte des Deutschen Aktieninstituts u. ä. gewonnen werden. Dies diente dazu, einen Einblick in das Feld zu bekommen, um das Interview konkret gestalten zu können. Des Weiteren wird die Börsensprache zum Kommunikationsrepertoire der Befragten zählen, an das es sich anzupassen gilt (vgl. Lamnek, 1995, S. 62).

Bei dieser Beschäftigung mit dem Feld ergab sich, dass langfristige Trends durch wirtschaftliche Faktoren beobachtet werden können. Hier sind z. B. die Frühindikatoren der Konjunktur, das Zinsniveau und die Liquidität, die Investitionssumme, die Lage am Arbeitsmarkt, die Konsumneigung, die Wechselkurse und die Preisentwicklung zu nennen. Zur kurzfristigen Analyse des Aktienmarkts wird versucht, aus dem bisherigen Kursverlauf einzelner Aktien oder des gesamten Index mittels „moving averages“ (gleitender Durchschnitte), Widerstands- und Unterstützungslinien, Chartformationen usw. zukünftige Kursverläufe vorherzusagen.

Dies warf die Frage auf, inwieweit die Vielfalt der Vorgehensweisen im Feld die Unsicherheiten beim Treffen von Entscheidungen möglicherweise überdecken kann. Es wurde auch deutlich, dass die Befragung eine genaue Beschreibung der Tätigkeit des jeweiligen Fondsmanagers beinhalten muß. Das sollte auch im Leitfaden berücksichtigt werden.

Sowohl Witzel (1985, S. 236) als auch Lamnek (1995, S. 78) schlagen für das problemzentrierte Interview eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Methoden vor, indem ein standardisierten Kurzfragebogen zu Beginn des Interviews wichtige Vorabinformationen zum Befragten erfasst (siehe S. 8). Dieser bietet einen günstigen Gesprächseinstieg und ermöglicht es, zentrale Informationen zum Befragten aus dem Interview herauszunehmen um den Gesprächsfluß nicht zu stören.

Beim problemzentrierten Interview dient der knappe Leitfaden als thematische Orientierung und Gedächtnisstütze zur Anregung der freien Erzählung, aber auch zur kontrollierten und vergleichbaren Herangehensweise an den Gegenstand (s. Witzel, 1985, S. 236-237).

König und Volmer (1994, S. 106-108) befürworten bei der Erstellung des Leitfadens einen *ersten* Teil, in dem zunächst leichte und unproblematische Anfangsfragen gestellt werden. So wurden für den ersten Teil des hier erstellten Leitfadens, die Aufwärmphase, Fragen formuliert, die die Selbstdarstellung der Tätigkeit und der Organisation des befragten Fondsmanagers anregen sollen (s. Seite 9).

Weiter betonen König und Volmer, dass der Leitfaden eine innere Kontinuität besitzen sollte, Brüche von einem zum nächsten Thema vermieden werden sollten. Es bietet sich daher ein *zweiter* Fragenkomplex an, der der Spezifizierung des Tätigkeitsfeldes gewidmet ist (s. Seite 9). Hier sollte auch deutlich werden, wie groß

der Handlungs- und Entscheidungsspielraum des Befragten ist und wo seine Beschränkungen liegen.

In einem *dritten* Themenkreis von Fragen (s. Seite 9) geht es nun um die Informationen, die die Grundlagen für Kaufentscheidungen bilden. Es wird versucht, Näheres über die Strategien und Heuristiken bei der Entscheidungsbildung einzugehen. Auch wird hier bereits angesprochen, dass es sich bei der Kauf- oder Verkaufentscheidung von Aktien nicht um ein streng rationales Vorgehen handeln kann.

Der *vierte* Teil greift dies auf (s. Seite 10) und beinhaltet Fragen zur Erwartungsbildung beim Aktienhandel. Es interessiert hier auch, wie mit Gewinnen und Verlusten umgegangen wird. Um zu erfahren, wodurch der professionelle Umgang mit dem „Hoffen und Bangen“ an der Börse gekennzeichnet ist, sind die letzten Fragen unpersönlich formuliert worden.

Im *fünften* Komplex (s. Seite 10) werden Fragen zu verschiedenen Dimensionen der Entscheidungen gestellt. Es gilt hier herauszufinden, wie der Gesprächspartner sein Entscheidungsverhalten auf den Dimensionen des Grades der Sicherheit, der Zeit, der Prinzipientreue, der Rationalität und der Flexibilität erlebt.

Der *sechste* und letzte Teil ist der Bewertung der getroffenen Entscheidungen gewidmet (s. Seite 11). Es interessiert dabei sowohl, worin persönliche Erfolge und Niederlagen bestehen als auch die Bewertung der Qualität der Tätigkeit durch andere. Der Leitfragen endet mit einer letzten Frage, die ein Hauptanliegen dieser Untersuchung, den Unterschied zwischen professionellen und naiven Anlegern, direkt anspricht.

Für einen vertiefenden Einblick in das untersuchte Feld ist bei ausreichender Zeit eine anschließende Begehung des Arbeitsplatzes möglich.

Die adäquate Verwendung des Leitfadens im problemzentrierten Interview stellt natürlich immer eine Herausforderung für den Interviewer dar. Dieser muß im Verlauf des Gesprächs feststellen, welche Punkte des Leitfadens schon besprochen wurden und zu welchen Punkten noch Vertiefungsbedarf besteht.

4 Interviewleitfaden

Allgemeine Angaben

a) zum Unternehmen

• Firma:	
• Adresse:	
• Telefon/Fax:	
• E-mail:	
• Internet:	
• Branche:	
• Produkte:	
• Jahresumsatz (in Mio. DM):	
• Position im Markt:	
• Absatzmarkt:	
• Großkunden:	
• Mitarbeiterzahl:	

b) zum Interviewpartner

• Name:	
• Titel:	
• Unternehmensbereich:	
• Funktion:	
• Haupttätigkeiten:	
• Betriebszugehörigkeit:	
• Alter:	

Leitfragen

Selbstdarstellung (Organisation, Tätigkeit)

- Könnten Sie uns zu Beginn beschreiben, wie Ihr Unternehmen organisiert ist und auf welchen Märkten/Geschäftsfeldern es aktiv ist ?
- Welche Tätigkeiten üben Sie hauptsächlich aus?
- Was sind Nebentätigkeiten in Ihrem Beruf?

Tätigkeitsbereich, Handlungs- und Entscheidungsspielraum

- Für welche Tätigkeits- /Funktionsbereiche sind Sie zuständig?
- Was sind Ihre Hauptaufgaben?
- Wie läßt sich Ihr Entscheidungsspielraum hinsichtlich Kauf/Verkauf von Fondsanteilen beschreiben? Müssen Sie sich dabei mit anderen Personen abstimmen? Gibt es monetäre Grenzen/Limits?
- Inwieweit können Sie eigenständig Anteile neuer Firmen in die von Ihnen betreuten Fonds aufnehmen bzw. komplette Anteile alter Firmen ausschließen?
- Inwieweit werden Sie leistungs- und gewinnabhängig bezahlt?
- In welchem Ausmaß kooperieren Sie mit Kolleg/innen bzw. einem Team in Ihrer täglichen Arbeit?

Informationen

- Welche aktuellen Informationsquellen nutzen Sie im täglichen Geschäft? (Nachrichtendienst, Börsenzeitschrift, Internet, Xetra, charts)
- Welche dieser Quellen sind für Sie am aussagekräftigsten und handlungsleitend?
- Wie informieren Sie sich über Unternehmen und deren wirtschaftliche Situation?
- Was halten Sie von Tips?
- Wie bewältigen Sie die große Menge an Informationen, die Ihnen zur Verfügung steht?
- Ein schematisches oder einfaches Vorgehen könnte z. B. auch von einem Computerprogramm durchgeführt werden. Wodurch ist Ihr professionelles Vorgehen gekennzeichnet?

„Emotionen“

- Bei wie viel % Ihrer täglichen Entscheidungen sind Sie sich sicher, absolut sicher, eher unsicher, die richtige getroffen zu haben und warum?
- Wie schnell müssen Sie beim Aktienkauf oder –verkauf handeln?
- Was waren der höchste tägliche Gewinn/Verlust, den Sie je hatten?
- Wie beeinflussen Gewinne und Verluste Ihre persönliche Zufriedenheit?
- Wirken sich Gewinne/Verluste auch auf Ihr Einkommen aus?
- Wie „identifizieren“ Sie sich selbst mit Ihren Aktien/Fonds?
- Welche persönlichen Qualitäten sollte ein angehender Fondsmanager mitbringen?
- Was unterscheidet einen guten von einem schlechten Fondsmanager?

Entscheidungen, Entscheidungskriterien

- Wie treffen Sie Ihre Entscheidungen bezüglich des Aktienkaufs bzw. -verkaufs: „aus dem Bauch heraus“ oder nach eingehenden statistischen Analysen (charts, „moving average“ etc.)? Ist es eine Mischung aus beiden?
- Gibt es festgesetzte Werte, bei denen Aktien ge- oder verkauft werden? Wie funktioniert das? Wonach richten sich diese Werte?
- Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht persönliche Kontakte zu Firmen oder Großkunden für Kauf-/Verkaufentscheidungen?
- Treffen Sie eher kurzfristige oder eher langfristige Entscheidungen?

→ Hier auch Fragen zu den anderen Dimensionen:

- starr – flexibel
- Risiko – Sicherheit
- prinzipiengetreu - situativ

Bewertung (selbst, fremd)

- Gibt es jemanden (Vorgesetzter, Vorstand, etc.), dem Sie Rechenschaft über Ihre Entscheidungen ablegen müssen?
- Wie bewerten Sie:
 - Ihre eigene Leistung?
 - Die „Performance“ von Aktien bzw. des oder der Fonds?
- Gibt es so etwas wie ein „performance appraisal“ für Sie von
 - Vorgesetzten
 - KollegInnen
 - „Untergebenen“ etc.
- Sprechen Sie mit KollegInnen über Ihre Fonds/Aktien/ Werte und holen Sie sich Feedback? Wie läuft das genau ab? (formal oder informell etc.)
- Gibt es formelle Bewertungskriterien für die „Performance“ Ihrer Aktien/Fonds? Wie läuft das ab?
- Was unterscheidet Ihrer Meinung nach professionelle von naiven Anlegern?

5 Durchführung des Interviews

Nachdem nun eine Bestandsaufnahme des theoretischen Hintergrunds und eine Beschreibung des Ablaufs der Fragen erfolgten, werden nun das Procedere des Interviews selbst und die wichtigsten Punkte, die hierbei beachtet werden müssen, erläutert.

5.1 Kontaktaufnahme, Information und Vorbereitung

Um ein Interview führen zu können muß logischerweise eine Person vorhanden sein, mit der das Interview zu führen ist. Hierbei muß identifiziert werden, welche Personengruppen sinnvolle Informationen zum Thema der Untersuchung liefern können. In diesem exemplarischen Fall geht es, wie schon oben erwähnt, um die Zielgruppe der FondsmanagerInnen.

Haben sich eine oder mehrere Personen aus dem Bereich der Zielgruppe bereit erklärt, an dem Interview teilzunehmen, muß geklärt werden, wann das Interview vonstatten gehen soll und ob es in den Räumen des Interviewers (Universität, angemietete Tagungsräume etc.) stattfindet, oder aber in Räumlichkeiten des zu Interviewenden (Büro, Tagungsräume der Firma, beim Probanden zu Hause etc.). Letzteres bietet sich in diesem Fall an, um den Untersuchungspartnern Unannehmlichkeiten zu ersparen, und sie gleichzeitig in gewohnter Umgebung befragen zu können (vgl. Lamnek, 1995, S. 95).

Es sollte ebenfalls, wenn möglich, eine schriftliche Benachrichtigung über den Interviewtermin und -ort erfolgen. In diesem Schreiben kann ggf. auch schon kurz umrissen werden, worum es bei dem Interview gehen wird (vgl. Wildförster/Wingen, 2000, S. 157). Ausführlich wird dann eine Information vor dem In-

terview durchgeführt und Fragen geklärt, die der Untersuchungspartner wahrscheinlich haben wird (s. hierzu den Punkt „Orientierungsphase“).

Zu guter Letzt muß natürlich auch das „Handwerkszeug“ des Interviewers komplett sein, d.h. es müssen genügend Aufzeichnungsgeräte vorhanden sein (falls mehrere Interviews parallel geführt werden sollten), Leerkassetten, Interviewleitfäden, bei einer größeren Untersuchung auch Informationsmaterial für den zu Interviewenden, der über Hintergründe aufklärt etc. (vgl. König/Volmer, 1994, S. 121; Lamnek, 1995, S. 97).

5.2 Orientierungsphase

Die Orientierungsphase oder auch „Gesprächseröffnungsphase“ (Kici/Westhoff, 2000, S. 429) hat mehrere Funktionen, die kurz erläutert werden.

- Zunächst bietet sich hier nochmals die Gelegenheit den zu Interviewenden über Sinn und Zweck des Interviews aufzuklären und Fragen zu beantworten. Dies dient vor allem auch der Unsicherheitsreduktion des Probanden, der ja nicht genau weiß, was ihn erwartet.
- Auch gilt es „eine positive Beziehung zwischen Interviewer und seinem Gesprächspartner aufzubauen“ (König/Volmer, 1994, S. 113). Hiervon hängt ab, wieviel der zu Interviewende von sich preisgeben wird und wie ehrlich die Informationen vermutlich vorgetragen werden. Der Interviewer sollte immer signalisieren, dass das vom Untersuchungspartner Gesagte wichtig ist und ihn positiv verstärken (durch zustimmende Äußerungen wie „mhh“ und „wirklich?“) (vgl. dies., S. 114).
- Um den Gesprächspartner „aufzulockern“, damit dieser Zeit hat, sich auf das Interview einzustellen, wird sicherlich des öfteren sog. „Small Talk“ betrieben (vgl. Bortz/ Döring, 1995, S. 285). In unserem Fall dient auch der

Teil „Allgemeine Angaben“ im Interviewleitfaden (s.o.) dazu, dem Untersuchungspartner relativ leichte Fragen zu stellen, damit er sich an die Situation gewöhnt und ihn „ans Reden zu bringen“.

- Es gilt auch zu vermeiden, dass eine zu große Asymmetrie zwischen Befragendem und Befragtem entsteht. Der Interviewer sollte sicherstellen, dass das Gespräch auf einer gleichberechtigten Ebene abläuft und dass der Interviewte der Experte für das Forschungsgebiet ist. Dies erleichtert es dem Befragten, sich sicher zu fühlen und aus dieser Position die Fragen leichter zu beantworten. Eine gewisse Asymmetrie wird sich nie ganz vermeiden lassen, da ja der zu Interviewende möglichst viel Informationen geben soll, während der Interviewer seine eigene Person und Erfahrungen eher zurücknimmt (vgl. Lamnek, 1995, S. 95ff.).
- Abgesehen von dem persönlichen Kontakt zwischen Interviewer und Befragtem gibt es natürlich auch noch ein paar formale Fragen, die geklärt werden müssen. So darf die Zusicherung, dass die aus dem Interview gewonnenen Daten nur anonymisiert verwendet werden, nicht fehlen, ebenso wenig wie die Einholung der Zustimmung zur Aufzeichnung des Interviews auf Tonband oder sogar Video. (vgl. König/Volmer, 1994; Bortz/Döring, 1995). Auch wenn der Hinweis auf die Aufzeichnungsgeräte oftmals die Aufmerksamkeit des Interviewpartners erst recht auf diese lenkt, ist es doch unverzichtbar, die Zustimmung einzuholen, da ansonsten die Daten nicht genutzt werden könnten, wenn sich der zu Interviewende am Schluß des Interviews gegen die Aufzeichnung entscheidet und um Löschung der Daten bittet.
- Deswegen sollte ein sog. „Interviewkontrakt“ geschlossen werden, in dem man, möglicherweise sogar schriftlich, Anonymität zusichert, die Zustimmung zur Aufzeichnung des Gesprächs festhält und das Thema des Interviews nochmals genau umreißt (vgl. König/Volmer, 1994).

5.3 Erarbeitungsphase

In dieser Phase werden die für den Forschungsprozeß eigentlich relevanten Daten erfaßt. Kici und Westhoff (2000, S. 429) sprechen hier auch von der „Informationserhebungsphase“.

Hier besteht das Problem, dass zwei oder mehrere (falls es zwei oder mehr Interviewer sein sollten) verschiedenartige Personen mit jeweils unterschiedlichen Sichtweisen von Wirklichkeit aufeinandertreffen. Was für den Interviewten völlig klar zu sein scheint, mag dem Interviewer schleierhaft sein und umgekehrt (vgl. Lamnek, 1995, S. 102ff.). Hier muss eine weitgehende Klärung angestrebt werden. Sinnvoll bei Verständnisschwierigkeiten (z.B. bei der Äußerung: „Ich habe Kommunikationsprobleme mit meinen Kollegen!“, was genau ist hier mit „Kommunikationsproblemen“ gemeint?) ist es, sich Beispielsituationen nennen zu lassen, in denen der Interviewte Kommunikationsprobleme erfahren hat (vgl. ebd.).

Auch müssen scheinbare Banalitäten hinterfragt werden, die für den Untersuchungspartner eindeutig sind und er sie deswegen nicht näher erläutert, die aber für den Interviewer von größter Wichtigkeit sein können (Bsp.: „Für meine Kaufentscheidung bei neuen Aktien kann ich den „moving average“ nicht gebrauchen!“: Hier müßte die Nachfrage seitens des Interviewers, was der „moving average“ ist und warum genau dieser keine Hilfe sei, kommen.).

Weiter können die erhaltenen Informationen mit eigenen Worten wiedergespiegelt werden, um dann vom Gegenüber bestätigt oder korrigiert zu werden. Dies entspricht einer partiellen kommunikativen bzw. dialogischen Validierung bereits während der Interviewdurchführung (vgl. Bortz/Döring, 1995, S. 304, siehe auch Scheele/Groeben, 1988).

Allen genannten Methoden ist aber gemein, dass man sicherstellen will, dass man das Gesagte verstanden hat und die relevanten Informationen herausfiltert.

Was die Benutzung des Interviewleitfadens angeht, so ist dieser sicherlich als Hilfestellung anzusehen. Obwohl er an ein strukturiertes Interview erinnert, dass man sozusagen Punkt für Punkt abhakt, kann man doch die Fragen entsprechend des sich entwickelnden Gesprächsverlaufs umformen, umsortieren, ergänzen und möglicherweise zu einem späteren und passenderen Zeitpunkt nochmals aufgreifen.

5.4 Abschlussphase

Die Abschlussphase („Gesprächsendphase“, Kici/Westhoff, 2000, S. 429) kann nun noch mal eine interessante Phase sein, da nach Abschalten des Tonbandgeräts oft Informationen zum Vorschein treten, die für den Interviewer sehr nützlich sein können. Aufmerksamkeit ist daher bis zum Schluss gefragt (vgl. Bortz & Döring, 1995).

Auch sollte am Schluss Informationsmaterial zur Untersuchung und die Visitenkarte des Interviewers übergeben werden, falls sich später noch Nachfragen ergeben sollten. Sichert man dem Interviewten zu, dass er über die Ergebnisse der Untersuchung informiert werden soll, so muß diese Information auf jeden Fall passieren. Überflüssig ist es, zu erwähnen, dass sich der Untersuchende beim Partner für dessen Teilnahme und Gesprächsbereitschaft bedankt!

5.5 Zusammenfassung (nach Lamnek, 1995, S. 107)

Hier erfolgt eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Punkte, die bei der Durchführung eines Interviews zu beachten sind.

„Die Situation qualitativer Interviews kann summarisch und knapp wie folgt charakterisiert werden:

- ✓ Der zu Interviewende ist über *Sinn, Zweck und Gegenstand des Interviews aufzuklären*, ohne jedoch damit eine Prädetermination des inhaltlichen Verlaufs des Gesprächs zu provozieren.
- ✓ Absolute Vertraulichkeit und Anonymität sind zuzusichern.
- ✓ Das Sprachniveau und –vermögen des Befragten sind entscheidend: wissenschaftliche Terminologie ist zu vermeiden. *Der Interviewer paßt sich an das alltägliche Sprachniveau des Befragten an.*
- ✓ Obgleich das Interview in einer *dem Alltag ähnlichen Situation* stattfinden soll, hat der Interviewer stets zu bedenken, dass es eben doch eine spezifische und relativ unübliche Situation ist, weil die *Asymmetrie zwischen den Interviewpartnern* nicht grundsätzlich aufgehoben ist.
- ✓ Auch der Ort des Interviews sollte die Lebensnähe des Interviews unterstützen und in einer dem Befragten natürlich und bekannt erscheinenden Umgebung liegen.
- ✓ Der Interviewer verhält sich interessiert-zurückhaltend und schafft eine sanktionsfreie Situation. In manchen Fällen sind solidarische Gesten hilfreich.
- ✓ Die Gestaltung des inhaltlichen Interviewverlaufs liegt nach den methodologischen Prinzipien dominant in den Händen des Befragten; seine Relevanzsysteme strukturieren Gegenstands und Ablauf.
- ✓ Alles Bemühen des Interviewers muß darauf gerichtet sein, die Asymmetrie in der Erhebungssituation durch Annäherung an die Alltäglichkeit tendenziell zu kompensieren.“

6 Auswertung

Nachdem das Interview durchgeführt wurde, müssen die aufgezeichneten Daten (das Gespräch) in für die Untersuchung relevante Informationen transformiert werden. Diese Transformation findet bei der Auswertung der Daten statt. Es werden im folgenden zunächst allgemeine technische Auswertungsschritte im Rahmen qualitativer Analysen skizziert, um im Anschluss daran exemplarisch einige Auswertungsmethoden vorzustellen, wovon eine für die hier konzeptionierte Voruntersuchung nähere Beachtung erfährt. Schließlich wird auf verschiedene Validierungstechniken eingegangen.

6.1 Vorbereitung des Auswertungsmaterials

Zunächst sollte das aufgezeichnete Interview in eine Textform überführt werden. Im Rahmen von wissenschaftlichen Untersuchungen wird hierzu üblicherweise eine vollständige Transkription des Gesprächs durchgeführt (vgl. Lamnek, 1995, S. 108; König/Volmer, 1994, S. 121). Alternativ können auch nur ausgewählte inhaltsrelevante Teile paraphrasiert und transkribiert werden (vgl. ebd.), wobei hier der Nachteil entsteht, dass der Interviewverlauf, also die Aussagenreihenfolge, Gesprächsdynamik, etc., nicht mehr oder schwierig nachvollziehbar ist. Vor der Transkription müssen Regeln des Umgangs mit nonverbalen Aspekten (z.B. Pausen, Lachen, Unterbrechungen) festgelegt werden und es kann bereits eine Anonymisierung der genannten Befragten, genannten Personen und Firmen, etc. vereinbart werden. Das Transkript sollte schließlich von den Interviewern hinsichtlich Hör- und Tippfehlern, Unstimmigkeiten, etc. überprüft und korrigiert werden.

In einem weiteren Arbeitsschritt sollte das vorliegende Textmaterial um redundante Aussagen, inhaltsfreie Füllwörter, etc. gekürzt werden. Anschließend kann

eine Paraphrasierung einzelner Aussagen erfolgen, um die inhaltlichen Kernaussagen zu eroieren und den Umfang des Materials weiter zu reduzieren. Hierbei ist darauf zu achten, dass eine erste Interpretation der Aussagen aus der Sicht der ForscherInnen vermieden wird; es sollten lediglich einzelne Sätze in Form von Kernaussagen zusammengefasst werden.

6.2 Sortierung und Strukturierung der Aussagen

Das nun vorliegende paraphrasierte Material muss sortiert und strukturiert werden, um die Textaussagen auf die zugrundeliegenden Forschungsfragen beziehen zu können. Als EDV-technische Unterstützung können hierzu entsprechende Textanalyseprogramme eingesetzt werden¹. Im vorliegenden Fall bietet sich zunächst eine Zuordnung der paraphrasierten Aussagen zu den Themenkomplexen des Interviewleitfadens (s. S. 8-11) an, wobei auch Mehrfachzuordnungen möglich sind, wenn eine Aussage sich auf mehrere Themenkomplexe bezieht.

Wenn alle Aussagen in dieser Weise zugeordnet und sortiert sind, erfolgt im weiteren Auswertungsprozess eine Strukturierung der Aussagen mit Hilfe eines Kategoriensystems. Ein Kategoriensystem umfasst mehrere Kategorien, die auf verschiedenen hierarchischen Ebenen (z.b. gegliedert nach Konkretheits- bzw. Abstraktionsniveau) angeordnet und vernetzt sein können (s. Abb. 2).

¹ Z.b. „TAKT.win 1.0“ vom Zentrum für Arbeits- und Organisationsforschung e.V. in Leipzig, das speziell für sozialwissenschaftliche Textanalysen entwickelt wurde.

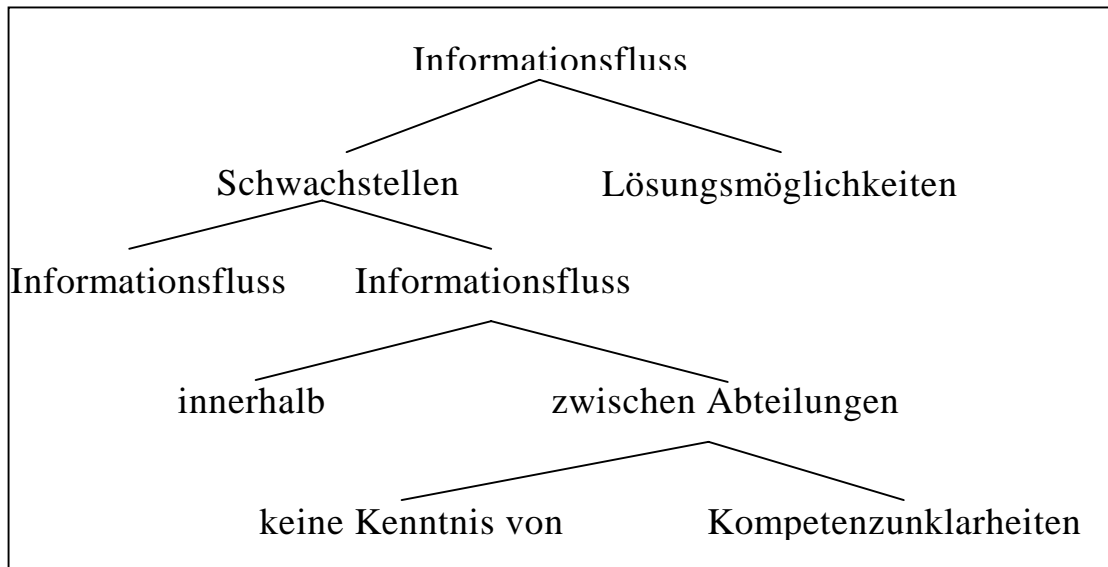


Abb. 2: Beispiel eines Kategoriensystems nach König/Volmer (1994, S. 123)

Die Bildung eines Kategoriensystems kann auf verschiedene Weise in Abhängigkeit vom Ziel der qualitativen Auswertung und der entsprechend ausgewählten Methodik erfolgen. Diese Varianten werden im Zusammenhang einiger ausgewählter Methoden erläutert.

6.3 Qualitative Auswertungsverfahren – Zielsetzungen und Vorgehensweisen

Zur Analyse von qualitativem Datenmaterial gibt es eine Fülle von Auswertungsmethoden und Verfahren der qualitativen Sozialforschung, wovon ein paar ausgewählte Ansätze kurz dargestellt werden.

6.3.1 Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (vgl. Mayring, 1985; siehe auch Lamnek, 1995, S. 207-218) dient der Interpretation von sprachlichem Material und unterscheidet Grundformen des Interpretierens, mit denen unterschiedliche Ziele verfolgt werden (vgl. Mayring, 1985, S. 193-194):

- Zusammenfassung: Ziel ist die Reduktion des Interviewmaterials unter Erhaltung der wesentlichen Inhalte, um ein abstrahiertes Abbild des Grundmaterials zu schaffen.
- Explikation: Ziel ist das Hinzufügen von zusätzlichem Material zu fragwürdigen Textteilen, um eine Erweiterung des Verständnisses zu erreichen, indem Textstellen erläutert, erklärt und ausgedeutet werden.
- Strukturierung: Ziel ist die Herausfilterung einer bestimmten Struktur aus dem Material, welche „in Form eines Kategoriensystems an das Material herangetragen wird“ (Mayring, 1985, S. 197).

Für die konzeptionierte explorative Vorstudie eignet sich aus unserer Sicht die Form der Strukturierung am besten, um die Interviewaussagen auf dem Hintergrund der uns interessierenden Themenkomplexe (s. Leitfaden) zu interpretieren. Insofern wird die Vorgehensweise bei dieser Form nachfolgend näher erläutert (s. 6.3.4). Zuvor soll jedoch noch kurz auf zwei weitere Auswertungsverfahren eingegangen werden.

6.3.2 „Grounded Theory“ nach Glaser und Strauss

Dieser Ansatz nach Glaser und Strauss (1965, 1967; siehe auch Strauss/Corbin, 1996) zielt auf die „Entdeckung“ bzw. Konstruktion einer gegenstandsbezogenen Theorie auf der Basis qualitativer Daten ab und stellt somit ein induktives Verfahren dar, dass von empirischen Daten ausgeht und nicht zur Überprüfung bereits theoretisch abgeleiteter Hypothesen dient (vgl. Strauss/Corbin, 1996; Wiedemann, 1995, S. 440). Als Ausgangspunkt für eine Untersuchung auf Grundlage des Ansatzes der Grounded Theory dient eine Fragestellung, d.h. ein bestimmter Fokus und eine Leitidee (vgl. Wiedemann, 1995, S. 442-443). Textmaterial wird in der Weise ausgewertet, dass einzelne Aussagen oder Begriffe kodiert und zusammengefasst werden und dann dafür gemeinsame Kategorien gesucht werden (vgl. ders.

S. 443-444; siehe auch König/Volmer, 1994, S. 123). Hierbei ist eine größtmögliche Offenheit der ForscherInnen von Bedeutung, um eine unangemessene Infiltrierung des Untersuchungsgegenstands mit theoretischen Konzepten zu vermeiden.

Da in der hier vorgelegten Konzeptionierung einer qualitativen explorativen Vorstudie die primäre Zielsetzung eine Expertise über das professionelle Entscheiden und Verhalten eines Fondsmanagers darstellt, halten wir in diesem Kontext eine Theoriebildung anhand eines einzelnen Falls für ein nicht angemessenes Ziel. Insofern wird der Ansatz der Grounded Theory hier nicht weiter verfolgt.

6.3.3 Empirisch begründete Typenbildung nach Kluge

Die Typenbildung ist ein Verfahren der qualitativen Sozialforschung mit dem Ziel, typische Phänomene, Ereignisse, Fälle, etc. zu generieren, die mehrere Elemente mit hoher Ähnlichkeit in ihren Merkmalsausprägungen auf einer oder mehreren Vergleichsdimensionen umfassen (vgl. Wildförster/Wingen, 2000, S. 147; Kluge, 1999; Gerhardt, 1995). Oder anders formuliert: „Im Bereich qualitativer Forschungsstrategien geschieht die Sicherung von Allgemeinheit durch rekonstruktive Verfahren – Medium ist dabei Interpretation – auf der Grundlage abstrahierender Typenbildung. Ziel der Typenbildung ist – im Unterschied zum Repräsentanzkonzept – nicht die Übertragung von Begrenztem auf Allgemeines, sondern das Auffinden von Allgemeinem im Besonderen. [...] Die entsprechende Denkbewegung bei der Typisierung ist die der Scheidung von Wesentlichem und Unwesentlichem [...]“ (Kudera, 1992, S. 197).

Der Ansatz der empirisch begründeten Typenbildung nach Kluge (1999) versteht sich als abduktiv, d.h. es wird von einer Verschränkung induktiver und deduktiver Schritte im Forschungsprozess ausgegangen (vgl. Wildförster/Wingen, 2000, S. 115 u. 148; Kluge, 1999). Kluge (1999, S. 260ff.) sieht vier Stufen der Typenbildung vor:

1. Erarbeitung relevanter Vergleichsdimensionen und Merkmale zur Bildung von Typen
2. Gruppierung der einzelnen Phänomene nach Ähnlichkeiten
3. Analyse inhaltlicher Sinnzusammenhänge und Typenbildung
4. Charakterisierung der gebildeten Typen anhand ihrer Merkmalskombinationen und inhaltlichen Sinnzusammenhänge

Die Typenbildung ist u.E. ein anspruchsvolles Verfahren, das ein gewisses Grad an Vorarbeit bei der Auswertung voraussetzt. So ist es sicherlich anzuraten, vorab einige inhaltsanalytische Zusammenfassungen oder Strukturierungen vorzunehmen, um die Einordnung auf verschiedenen Merkmalsdimensionen möglichst trennscharf vollziehen zu können.

6.3.4 Die Technik der Strukturierung bei der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring

Nachdem drei verschiedene Auswertungsverfahren in Kürze dargestellt wurden, wird nun die für die vorliegende Konzeption als adäquat ausgewählte Auswertungstechnik der Strukturierung nach Mayring (1985, S. 197-199; siehe auch Lamnek, 1995, S. 213-215) etwas ausführlicher dargestellt.

Da es bei dieser Technik um die Herausfilterung einer Struktur aus einem Textmaterial geht, müssen zunächst entsprechende Strukturierungsgesichtspunkte festgelegt werden. Mayring unterscheidet dabei folgende 4 Alternativen:

- *Formale Strukturierung*
- *Inhaltliche Strukturierung*
- *Typisierende Strukturierung*
- *Skalierende Strukturierung*

Die gewählte Strukturierungsform muss „genau bestimmt werden, aus der Fragestellung abgeleitet und theoretisch begründet werden“ (Mayring, 1985, S. 198). Somit handelt es sich hier um ein stärker deduktives Vorgehen im Vergleich zu dem abduktiven Ansatz der empirisch begründeten Typenbildung, welche neben theoretisch begründeten Merkmalsdimensionen ebenfalls aus dem empirischen Material im Auswertungsprozess zu bildende zusätzliche Dimensionen vorsieht (vgl. Wildförster/Wingen, 2000, S. 146-148).

Bevor nun die Auswertung des vorliegenden Falls exemplarisch und hypothetisch skizziert wird, soll zunächst ein Überblick über den gesamten Ablauf der strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring gegeben werden (s. Abb. 3):

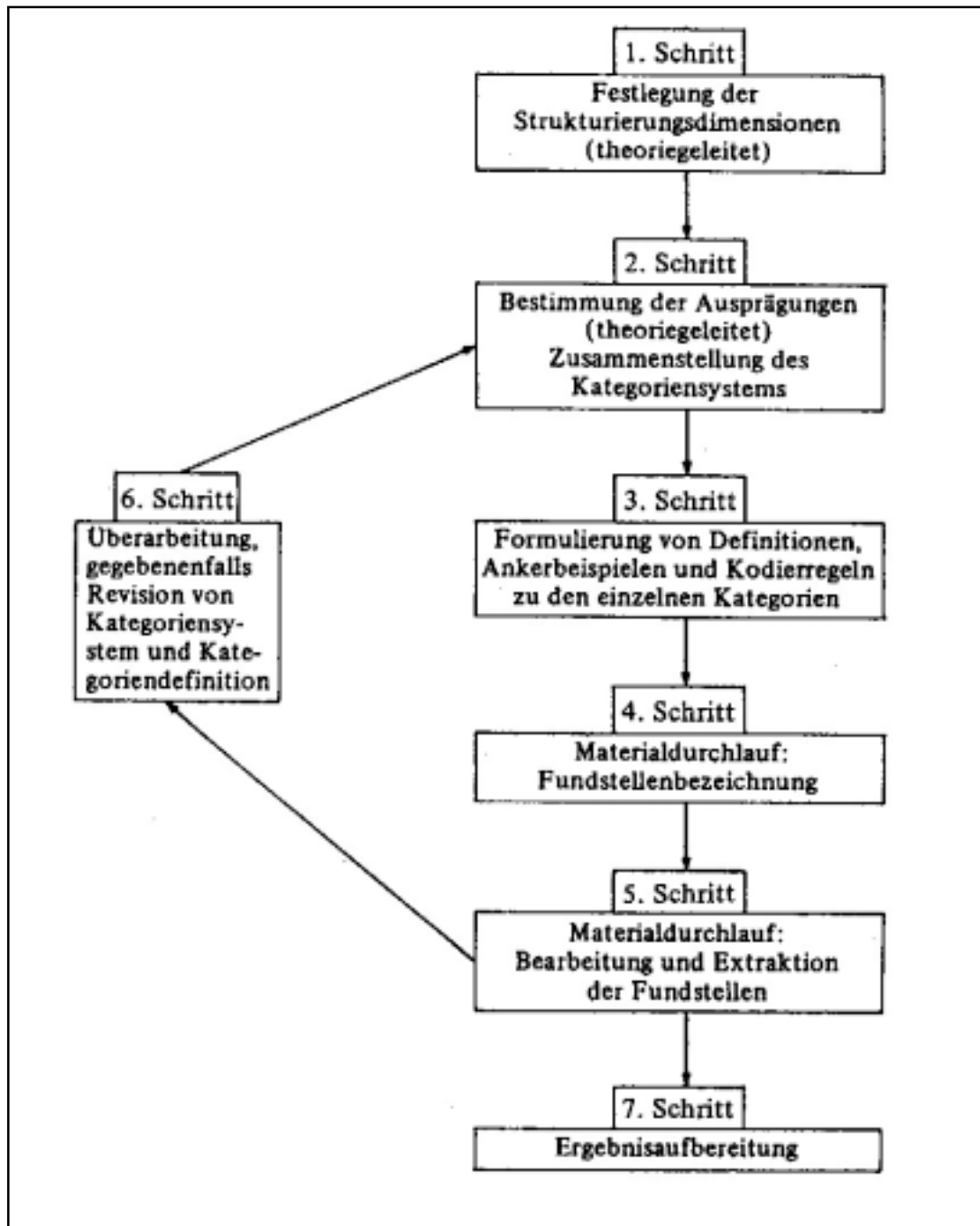


Abb. 3: Ablaufmodell strukturierender Inhaltsanalyse nach Mayring (1985, S. 199)

In dem vorliegenden Fall haben wir bereits zuvor eine erste Sortierung und Zuordnung der Interviewaussagen zu den sechs Themenbereichen des Leitfadens angeführt (s. 6.2). Insofern bietet sich hier eine inhaltliche Strukturierung an, die im nächsten Schritt weiter ausdifferenziert wird. Zu den sechs Thematiken, die als

Strukturierungsdimensionen dienen können, müssen jeweils verschiedene Ausprägungen festgelegt werden. So kann z.B. der Dimension „Bewertung“ die Ausprägungen positiv/neutral/negativ oder selbst/fremd zugeordnet werden. Da bei den vorliegenden Themenbereichen jeweils mehrere verschiedene Dimensionen in den Leitfragen angesprochen werden, können auch pro Themenbereich mehrere Strukturierungsdimensionen mit jeweils diversen Ausprägungen festgelegt werden. Wenn dies erfolgt ist, werden die resultierenden Kategorien (= Strukturierungsdimension + Ausprägung) zu einem hierarchisch gegliederten Kategoriensystem zusammengefügt (s. 6.2). Der dritte Schritt bildet die Formulierung von Bestimmungen für die Zuordnung der Aussagen zu bestimmten Kategorien. Hierzu schlägt Mayring folgendes Verfahren vor:

- „1. *Definition der Kategorien*: Es wird genau definiert, welche Textbestandteile unter eine Kategorie fallen.
2. *Ankerbeispiele*: Es werden konkrete Textstellen angeführt, die unter eine Kategorie fallen und als Beispiele für diese Kategorie gelten sollen. Diese Beispiele haben prototypische Funktion für die Kategorie.
3. *Kodierregeln*: Es werden dort, wo Abgrenzungsprobleme zwischen Kategorien bestehen, Regeln formuliert, um eindeutige Zuordnungen zu ermöglichen.“ (Mayring, 1985, S. 198)

Anhand dieser Bestimmungen kann dann ein Kodierleitfaden für die auswertenden Personen erstellt werden, der im Verlauf des Auswertungsprozess prinzipiell um neue Ankerbeispiele und Kodierregeln modifiziert werden kann.

Bei der konkreten Durchführung der Textanalyse werden dann einzelne (paraphrasierte) Absätze, Aussagen oder Satzteile anhand der einzelnen Kategorien kodiert, um ein strukturiertes Bild des Materials zu gewinnen. Anschließend werden die kodierten Textstellen je Kategorie extrahiert und ein entsprechender Sinnzusammenhang qua Interpretation ermittelt. Die einzelnen Textstellen werden dann

zu einem zusammenhängenden Text verdichtet und in einem Ergebnisbericht dokumentiert. Ein solcher Bericht kann gemäß des zugrundeliegenden Kategoriensystems gegliedert werden.

6.4 Zur Gültigkeit der erwartbaren Ergebnisse

Aus der Perspektive quantitativer Sozialforscher genügen die meisten qualitativen Forschungsergebnisse nicht den wissenschaftlichen Gütekriterien wie z.B. Validität, Reliabilität, Objektivität (vgl. Kvale, 1995, S. 427). Demgegenüber kann argumentiert werden, dass für qualitative Ergebnisse andere Geltungsmaßstäbe und damit andere Kriterien relevant sind und Anwendung finden, da sie auch andere Arten von Gültigkeit beanspruchen (vgl. Flick, 1995b; Kudera, 1992; Kvale, 1995; Wildförster/Wingen, 2000, S. 116-131 u. 150-154;).

An dieser Stelle soll lediglich auf die Vorgehensweise der kommunikativen oder auch diskursiven Validierung (vgl. Flick, 1995a, S. 168; Kvale, 1995, S. 429-430; Kudera, 1992, S. 199-201;) Bezug genommen werden, welche zur Überprüfung und Verbesserung der (internen) Validität qualitativer Ergebnisse verwendet wird (vgl. z.B. Wildförster/Wingen, 2000, S. 149, 151 u. 171).

In einer Interviewsituation, in der auf dem Wege der direkten Kommunikation Informationen erhalten werden, spielen individuelle und wechselseitige Interpretationen von Aussagen eine große Rolle. Die Bestimmung dessen, ob ein auf dieser Situation basierendes Ergebnis letztlich Gültigkeit besitzt, kann nur dialogisch sinnvoll erfolgen. Insofern wird die Gültigkeit der zu erwartenden Ergebnisse im vorliegenden Fall zunächst zwischen InterviewerIn und dem Fondsmanager kommunikativ ausgehandelt bzw. wenn dies nicht geschieht und der Forscher/die Forscherin sich ihre exklusive Interpretationshoheit vorbehält, ist eine hinreichende Validität der Ergebnisse gefährdet.

Der fertige Ergebnisbericht sollte also schließlich zur kommunikativen Validierung der Ergebnisse an den Interviewpartner zurückgespiegelt werden, um herauszufinden, ob die Zusammenfassung, Strukturierung und Interpretation der Interviewaussagen in Einklang mit der Sichtweise des Gesprächspartners steht oder ob Missverständnisse, Fehlinterpretationen o.ä. vorliegen. Der Befragte sollte bereits vor dem Interview über die Ergebnisrückkoppelung und die Möglichkeit von bzw. Bitte um Korrekturen/Ergänzungen informiert werden. Hierdurch kann auch eine höhere Offenheit im Gespräch erzeugt werden, da der Interviewte die Gewähr hat, vor der weiteren Verwendung seiner Aussagen diese nach richtiger Rekonstruktion und Stimmigkeit zu überprüfen.

Literatur

- Bortz, J.; Döring, N. (1995):* Forschungsmethoden und Evaluation. Für Sozialwissenschaftler. 2. Aufl., Berlin, Springer.
- Flick, U. (1995a):* Stationen des qualitativen Forschungsprozesses. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 147-173.
- Flick, U. (1995b):* Triangulation. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 432-434.
- Gerhardt, Uta (1995):* Typenbildung. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 435-439.
- Glaser, B.G. / Strauss, A.L. (1965):* Die Entdeckung gegenstandsbezogener Theorie: Eine Grundstrategie qualitativer Sozialforschung. In: Hopf, C. / Weingarten, E. (1979) (Hg.): Qualitative Sozialforschung. Stuttgart, Klett-Cotta, S. 91-111.
- Glaser, B.G. / Strauss, A.L. (1967):* The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research. Chicago, Aldine.
- Hoffmann-Riem, Ch. (1980):* Die Sozialforschung einer interpretativen Soziologie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 1980, 32, S. 239-372.

- Hopf, C. (1995):* Qualitative Interviews in der Sozialforschung. Ein Überblick. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 177-182.
- Kici, G.; Westhoff, K. (2000).* Anforderungen an psychologisch-diagnostische Interviews in der Praxis. *Report Psychologie*, 7, 428-436.
- Kluge, S. (1999):* Empirisch begründete Typenbildung. Zur Konstruktion von Typen und Typologien in der qualitativen Sozialforschung. Opladen, Leske + Budrich.
- König, E.; Volmer, G. (1994):* Systemische Organisationsberatung: Grundlagen und Methoden. System und Organisation, Bd. 1, Weinheim, Deutscher Studien Verlag.
- Kudera, Werner (1992):* Die Crux mit den kleinen Zahlen - zum Generalisierungsproblem bei qualitativer Sozialforschung. In: Lehner, Franz / Schmid, Jochen (1992) (Hg.): „Technik, Arbeit, Betrieb, Gesellschaft“, Leske + Budrich, S. 191 - 203.
- Kvale, Steinar (1995):* Validierung: Von der Beobachtung zu Kommunikation und Handeln. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 427-431.
- Lamnek, S. (1995):* Qualitative Sozialforschung. Bd. 2, Methoden und Techniken. 3. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union.
- Mayring, Philipp (1985):* Qualitative Inhaltsanalyse. In: Jüttemann, G. (Hg.): Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder. Weinheim u. Basel, Beltz.

- Scheele, B.; Groeben, N. (1988).* Dialog-Konsens-Methoden zur Rekonstruktion subjektiver Theorien. Tübingen, Francke.
- Schuler, H.; Funke, U. (1995).* Diagnose beruflicher Eignung und Leistung. In: Schuler, H. (Hg.): Organisationspsychologie. Bern, Huber, S. 235-283.
- Strauss, A. L. / Corbin, J. (1996):* Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim u. Basel, Beltz.
- Wiedemann, P. (1995):* Gegenstandsnahe Theoriebildung. In: Flick, U. / Kardorff, E. v. / Keupp, H. / Rosenstiel, L. v. / Wolff, St. (Hg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 2. Aufl., Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlags-Union, S. 440-445.
- Wildförster, R / Wingen, S. (2000):* Schwierigkeiten in Projekten. Systemisch-explorative Studien über Organisationsberatung und Begleitforschung. Ruhr-Universität Bochum, unveröffentlichte Diplomarbeit.
- Witzel, A. (1985):* Das problemzentrierte Interview. In: Jüttemann, G. (Hg.): Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder. Weinheim u. Basel, Beltz, S. 227-255.