

In: Forschung & Lehre 20 (6/13), S.441.

„Nur zehn Minuten“



Stefan Kühl

*ist Professor für Soziologie
an der Universität Bielefeld.*

„Die Beteiligung an dieser Umfrage dauert nur zehn bis fünfzehn Minuten.“ Auch bei scharf geschaltetem Spam-Filter kommen immer wieder Massenn-mails an, in denen man gebeten wird, doch ein paar Minuten dafür aufzubringen, seine Meinung zur Hochschulfinanzierung, zur Steuerung von Universitäten und Fachhochschulen, zur Bologna-Reform, zur

Förderung von Unternehmertum oder zur Haltung gegenüber Studierenden abzugeben. Durch das Klicken durch den Fragebogen würde man – so die Suggestion der Anschreiben – einen wichtigen Beitrag für die Hochschulforschung leisten.

Egal, ob die Anfrage von einer Master-Studentin kommt, einer universitären Stabsstelle oder einem millionenschweren internationalen Forschungsprojekt – in der Regel handelt es sich um eine Sammlung von Fragen, die entweder mit Ja oder Nein oder auf einer Fünfer- oder Siebener-skala beantwortet werden sollen, und man erkennt schon bei der Anlage des Fragebogens, dass bei der Auswertung vermutlich nur ein bisschen Deskriptivstatistik betrieben werden wird.

Der Boom dieser Umfragen hängt mit neuen technischen Möglichkeiten zusammen. Die EDV-

Programme machen es möglich, innerhalb kurzer Zeit einen Fragebogen zusammenzustellen. Die Versendung per E-Mail reduziert die Versandkosten auf null. Und die Internetbasierung der Fragebögen erspart das früher mühsame und kostspielige Auswerten per Hand. Wer kann da der Verlockung widerstehen, eine kleine Umfrage zu initiieren?

Aber welche Hochschullehrer geben bei solchen Umfragen ihre Meinung ab? Diejenigen, die viel Zeit haben, diejenigen, die selbst quantitativ arbeiten und aus methodologischer Loyalität solche Bögen ausfüllen, und vielleicht noch diejenigen, die in der Sache zufällig eine starke Meinung haben. Bei allen anderen landen die Mails im Papierkorb. Letztlich beteiligen sich wohl vorrangig diejenigen, die durch solche Umfragen noch nicht ausreichend ermüdet sind, und bestimmen so, was bei solchen Umfragen herauskommt. Mit Repräsentativität der Ergebnisse haben diese Umfragen nichts zu tun.

Aber vermutlich ist dies auch egal. Die quantitative Darstellung hat bei den großen Studien vorrangig die Funktion, mit dem Anschein von quantifizierter Objektivität Aufmerksamkeit in den Massenmedien zu produzieren. „81,35 Prozent aller Professoren finden es gut, wenn Hochschulen mehr Autonomie haben“, oder „22,2 Prozent aller Lehrenden finden Bologna gar nicht so schlecht.“ Beim Lesen dieser Zahlen ist man weder überrascht noch ist man klüger – aber die Zahlen helfen beim Produzieren und Verbreiten einer Nachricht, die häufig im Groben sowieso schon vorher festgestanden hat.