



Aus der Praxis für die Praxis

Tipps für die Erstellung von Fragebögen

10 Tipps, die Sie für Ihre Mandantenbefragung sofort nutzen können

Wie Sie aussagekräftige Ergebnisse erhalten

MandantenMonitor

Professionelle Mandantenbefragungen für Anwaltskanzleien, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

Schleus Marktforschung GmbH
Lister Straße 19 | 30163 Hannover
Postfach 110 449 | 30100 Hannover

Tel: + 49 (0) 511 / 534 2000-0
Fax: +49 (0) 511 / 534 200-99
Mail: kontakt@schleus-mafo.de
Internet: www.schleus-mafo.de

Tipps für die Erstellung von Fragebögen

Sie stehen vor der Aufgabe, einen Fragebogen zu konzipieren? Oder Sie wollen einen bereits entwickelten Fragebogen für Ihre nächste Mandantenbefragung optimieren? Wir zeigen Ihnen, worauf Sie achten sollten, um Befragungsabbrüche zu vermeiden, den Rücklauf zu erhöhen und nutzbare Ergebnisse zu erzielen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg für Ihre Mandantenbefragung!

1. Reihenfolge der Fragen beachten!

- Verschrecken Sie Ihre Mandanten nicht, indem Sie sensible Fragen gleich zu Beginn stellen. Diese gehören ans Fragebogenende!

Beispiele:

- „Wie hoch ist Ihr Unternehmensumsatz?“
- „Wie hoch ist Ihr Nettoeinkommen?“
- „Wie wurde auf Ihre Beschwerde reagiert?“

- Gruppieren Sie Ihre Fragen zu sinnvollen, übergeordneten Themengebieten!

Beispiele:

- Zufriedenheit mit Team/Mitarbeitern,
- Zufriedenheit mit Beratung/Betreuung,
- Zufriedenheit mit Honorar/Abrechnung etc.

- Beachten Sie die Regel: Vom Allgemeinen zum Speziellen!

2. Fachtermini und Abkürzungen vermeiden!

- Vermeiden Sie es, Fachtermini zu verwenden, die zwar Ihnen, aber nicht zwangsläufig auch Ihren Mandanten bekannt sind. Passen Sie sich der Sprache Ihrer Mandanten an! Führen Sie ggf. einen Pre-Test durch: Testen Sie Ihren Fragebogen bei Verwandten, Freunden und Bekannten.
- Vermeiden Sie unbekannte Abkürzungen, die bei Ihren Mandanten zu Irritationen und unbrauchbaren Antworten führen können! Formulieren Sie sämtliche Fragen/Antwortvorgaben aus.

3. Fragen klar/zielgerichtet formulieren!

- Formulieren Sie Ihre Fragen klar und unmissverständlich! Die Fragen sollten kurz und prägnant, aber auch so lang wie nötig sein.

Beispiel:

Wenn Sie wissen möchten, wie zufrieden Ihre Mandanten mit Ihrer telefonischen Erreichbarkeit sind, reicht es nicht aus, die Frage zu stellen: „Wie zufrieden sind Sie mit unserer Erreichbarkeit?“ Denn: Die Antworten Ihrer Mandanten könnten sich auch auf die Parkplatzsituation vor Ihrer Kanzlei beziehen.

4. Fragen eindimensional formulieren!

- Beziehen Sie Ihre Fragen immer nur auf einen einzigen Sachverhalt! Vermeiden Sie multidimensionale Fragestellungen! Bei diesen Fragen ist unklar, auf welchen Aspekt sich die Antworten/Bewertungen der Mandanten beziehen sollen.

Beispiele:

- „Wie bewerten Sie Service und Qualität unserer Leistungen?“
- „Wie zufrieden sind Sie mit der Kompetenz und Freundlichkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?“

- Multidimensionale Fragestellungen führen zu Irritationen, erlauben keine eindeutigen Bewertungen und erschweren die Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen für Ihre Kanzlei.

5. Fragetypen richtig auswählen!

- Überlegen Sie sich, welche Themengebiete Sie über offene und welche über geschlossene Fragen abfragen möchten!
- Nutzen Sie offene Fragestellungen dann, wenn Sie bspw. eine Vielzahl unterschiedlicher Bewertungen oder Einschätzungen haben möchten!

Beispiel:

„Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an unsere Kanzlei denken?“

- Beachten Sie: Der Auswertungsaufwand für offene Fragen ist deutlich höher als für geschlossene Fragen. Daher gilt: Bei groß angelegten Mandantenbefragungen sollen Sie offene Fragestellungen sehr sorgfältig und gezielt einsetzen.

6. Antwortvorgaben beachten!

- Wenn Sie Ihre Mandanten dazu auffordern, einzelne Kriterien bspw. mit Werten von 1 bis 5 zu beurteilen, achten Sie darauf, dass die Abstufungen dem Schulnotenprinzip entsprechen!
- Legen Sie bei geschlossenen Fragestellungen bewusst fest, ob Sie eine gerade oder eine ungerade Anzahl von Antwortvorgaben vorgeben!

Beispiel:

Bei einer geraden Anzahl von Antwortvorgaben gibt es keine neutrale Mittelposition. Die Folge: Ihre Mandanten werden zu einer Tendenz gezwungen. Dies kann bei manchen Fragestellungen wünschenswert sein, gleichwohl aber auch zur Nicht-Beantwortung der Frage führen, da sich der Mandant nicht auf eine klare Position festlegen kann oder will.

- Unabhängig davon, für welche Variante Sie sich entscheiden (gerade oder ungerade Anzahl von Antwortvorgaben), sollten Sie auf eine einheitliche Anwendung achten. Sie erleichtern Ihren Mandanten damit die Beantwortung Ihrer Fragen.

7. Suggestivfragen vermeiden!

- Vermeiden Sie Suggestivfragen, die Ihren Mandanten beeinflussen!

Beispiele:

- „Durch die Fusion mit XY bieten wir unseren Mandanten zahlreiche Vorteile. Welches sind die größten Vorteile aus Ihrer Sicht?“
- „Finden Sie die Eröffnung unseres neuen Kanzleestandorts in XY auch gut?“

8. Zu Anregungen motivieren!

- Planen Sie am Ende Ihres Fragebogens Platz für Kommentare und Anregungen Ihrer Mandanten ein! Aus diesen offenen Antworten lassen sich häufig wichtige Informationen, Verbesserungspotenziale und Handlungsempfehlungen ableiten.

Beispiel:

„Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für uns? In welchen Bereichen sollten wir aus Ihrer Sicht besser werden?“

- Überlegen Sie, ob Sie die Teilnahme Ihrer Mandanten an der Befragung mit einer kleinen Aufmerksamkeit honorieren.

9. Ungültige Antworten vermeiden!

- Geben Sie zu jeder Fragestellung eine konkrete Anweisung, wie die Frage zu beantworten ist. Dies ist besonders wichtig bei ungewöhnlichen Fragetypen, mit denen Ihre Mandanten nicht vertraut sind.
- Geben Sie ggf. konkrete Beispiele, wie ein bestimmter Fragentyp zu beantworten ist!
- Vermeiden Sie Missverständnisse und fehlerhaft ausgefüllte Fragebögen, indem Sie Ihren Fragebogen im Rahmen sogenannter Pre-Tests vorab bei Kollegen, Partnern oder Freunden testen!

10. Wichtige Erläuterungen nicht vergessen!

- Erklären Sie Ihren Mandanten, bspw. auf einem Deckblatt oder in einleitenden Sätzen auf dem Fragebogen, die Hintergründe und Ziele der Befragung! Können Ihre Mandanten Ihre Ziele nachvollziehen, erzielen Sie eine höhere Teilnahmebereitschaft!
- Schätzen Sie für Ihre Mandanten vorher ab, wie viel Zeit sie für die Beantwortung Ihrer Fragen in etwa benötigen, und geben Sie eine realistische Zeitspanne an. Benötigen Ihre Mandanten für die Befragung deutlich mehr Zeit als angekündigt, kann dies zu Verärgerungen führen.
- Vermerken Sie das späteste Rücksendedatum deutlich und direkt auf dem Fragebogen. Ein Hinweis auf dem Begleitschreiben genügt nicht, da Anschreiben und Fragebogen häufig getrennt voneinander abgelegt werden.

Sie benötigen weitere Tipps?

Als Spezialist und Full-Service-Partner für Mandantenbefragungen unterstützen wir national und international agierende Anwaltskanzleien, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bei der erfolgreichen Kanzleientwicklung.

Auch bei der Konzeption von Fragebögen und Gesprächsleitfäden helfen wir Ihnen gerne:

- Sie erhalten maßgeschneiderte Befragungskonzepte und Fragebögen auf Basis Ihres individuellen Informationsbedarfs.
- Wir bewerten bereits entwickelte Fragebögen und geben Hinweise auf Optimierungspotenziale.
- Kleinere Kanzleien profitieren von standardisierten, praxisbewährten Fragebögen. Diese sind sofort einsetzbar und ermöglichen besonders schnelle Ergebnisse.

Sprechen Sie uns an! Wir freuen uns auf Sie!

MandantenMonitor

Professionelle Mandantenbefragungen
für Anwaltskanzleien, Steuerkanzleien
und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

Schleus Marktforschung GmbH
Lister Straße 19 | 30163 Hannover
Postfach 110 449 | 30100 Hannover

Tel: + 49 (0) 511 / 534 2000-0
Fax: +49 (0) 511 / 534 200-99
Mail: kontakt@schleus-mafo.de
Internet: www.schleus-mafo.de