

Sampling

Was muss ich beim Sampling beachten?

Im Laufe eines qualitativen Forschungsprozesses müssen wir immer wieder Auswahlentscheidungen treffen. Nun müssen wir entscheiden, welche Fälle wir für unsere Untersuchung auswählen. Diesen Prozess nennen wir „das Sampling“. Das Sampling geht Hand-in-Hand mit der Methodenwahl. Diese beiden Entscheidungsprozesse sind nicht voneinander zu trennen.

1. Samplingstrategien

Zur Erinnerung: In der qualitativen Sozialforschung haben wir das Ziel, das Feld zu verstehen. Wir wollen das subjektive Erleben und Erfahrungen, Sichtweisen und Theorien verstehen, und zwar auf Ebene des Einzelfalls. Die Verallgemeinerung ist nicht das Ziel. Es interessiert uns hier nicht, wie oft ein bestimmter Typus in der Realität vorkommt, sondern wie er aufscheint, welche Merkmale ein bestimmter Typus hat. Ziel beim Sampling in einer qualitativen Studie ist damit die qualitative Repräsentation und nicht die quantitative.

Es lassen sich zwei große Stoßrichtungen im Sampling in der qualitativen Sozialforschung unterscheiden, die auch kombiniert werden können:

1.1 Vorab-Festlegung der Samplestruktur

Die Vorab-Festlegung der Samplestruktur beruht auf der Logik der Stichprobenziehung. D.h. wir wählen Personen, Gruppen, Organisationen vorab aus, die bestimmte Merkmale haben, die in einer bestimmten Verteilung vorliegen. Typische Merkmale sind: z.B. demografische Aspekte (Alter, Geschlecht, soziale Herkunft, Bildungsniveau etc.) oder weitere forschungsthematische spezifische Aspekte (z.B. Position im Unternehmen, Branche, Abteilung). Die forschungsrelevanten Merkmale werden von vornherein theoretisch begründet und werden unabhängig vom konkret untersuchten Material vor Erhebung und Analyse entwickelt.

Die größte Gefahr bei dieser Vorgehensweise sind sogenannte Kategorienfehler, die uns hier unterlaufen können: bspw., wenn wir vorab annehmen, dass bei unserem Forschungsthema Geschlecht einen Unterschied macht, dann können wir mit dieser Vorab-Festlegung mit der Erhebung bestehende Stereotypen reifizieren/reproduzieren.

1.2 Schrittweise Festlegung des Samples

1.2.1 Theoretisches Sampling

Das theoretische Sampling orientiert sich an Glaser & Strauss (1967). Damit ist gemeint, dass Entscheidungen über die Auswahl und Zusammensetzung des empirischen Materials (Personen, Gruppen, Unternehmen etc.) im Prozess der Datenerhebung und -auswertung gefällt werden.

D.h. wir wählen schrittweise Personen, Gruppen, Organisationen etc. aus, bei denen wir annehmen, dass sie etwas Neues für die zu entwickelnde Theorie beitragen. Die zentrale Frage für die Datenauswahl lautet daher: Welchen Fällen wenden wir uns zur Datenerhebung als nächstes zu? Und mit welcher Absicht?

Beim theoretischen Sampling pendeln wir zwischen Erhebung und Auswertung hin und her, bis theoretische Sättigung eintritt. Dabei wechseln wir zwischen ähnlichen und unterschiedlichen Fällen (also zwischen Homogenität und Heterogenität). Theoretisches Sampling ist nur zu empfehlen, wenn Sie wirklich "grounded" arbeiten (vgl. Qualitorial: [Methodenwahl: Grounded Theory](#)).

1.2.2 Schrittweise Festlegung der Samplestruktur

- **Gezielte Extremfälle oder abweichende Fälle:** Um ein Forschungsthema zu erforschen, kann es hilfreich sein, besonders gelungene oder auch Bereiche, Fälle, die nicht gelungen sind, heranzuziehen.
- **Typische Fälle:** Es werden diejenigen Fälle ausgewählt, in denen z.B. der Verlauf besonders typisch für den Durchschnitt oder die Mehrzahl der Fälle ist.
- **Maximale Variation:** Es werden wenige, aber möglichst unterschiedliche Fälle einbezogen, um Variationsbreiten und Unterschiedlichkeiten im Feld zu erschließen. (Siehe Flick S. 163ff und Patton 2002)

2. Tipps & Tricks zum Sampling

Frage: Wie viele Personen soll ich insgesamt eigentlich befragen?

Antwort: Wie so oft in der qualitativen Forschung heißt es: „es kommt ganz darauf an...“

Frage: Worauf kommt es an, wie viele ich befrage?

Antwort: Es kommt darauf an (1) welche Samplingstrategie gewählt wurde, (2) welche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten man als Forscher_in hat (zeitlich, örtlich, finanziell) und (3) wann eine gewisse „Sättigung“ erreicht ist.

Frage: Gibt es nicht doch irgendwelche Richtwerte, die man nennen kann?

Antwort: In einer Studie hat man z.B. herausgefunden, dass eine Sättigung nach ca. 7- 12 Interviews eintritt. Andere Autoren haben beispielsweise herausgefunden, dass in Dissertationen durchschnittlich 31 Interviews geführt wurden, aber in jedem Fall immer ein Vielfaches von 10.

Literatur

Glaser, Barney G./Strauss, Anselm (1967). The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. Chicago: Aldine. Online: <https://permalink.obvsg.at/AC15489891>.

Guest, Greg/Bunce, Arwen/Johnson, Laura (2006). How Many Interviews Are Enough?: An Experiment with Data Saturation and Variability. Field Methods, 18(1), 59–82.
<https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>.

Hennink, Monique M./Kaiser, Bonnie N./Marconi, Vincent C. (2017). Code Saturation Versus Meaning Saturation: How Many Interviews Are Enough? Qualitative Health Research, 27(4), 591–608. Online: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27670770/> .

Kelle, Udo/Kluge, Susann (2010). Vom Einzelfall zum Typus: Fallvergleich und Fallkontrastierung in der Qualitativen Sozialforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Online: https://search.obvsg.at/primo-explore/fulldisplay?docid=OBV_alma71426065710003331&context=L&vid=OBV&lang=de_DE&search_scope=OBV_Gesamt&adaptor=Local%20Search%20Engine&isFrbr=true&tab=default_tab&query=any,contains,Kluge%20Kelle&sortBy=date&facet=frbrgroupid,include,969941446&offset=0.

Mason, Mark (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Vol 11, No 3 (2010): Methods for Qualitative Management Research in the Context of Social Systems Thinking. Online: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1428> .

Patton, Michael Quinn (2000). Qualitative evaluation and research methods. Newbury Park: Sage Publications. Online: https://search.obvsg.at/primo-explore/fulldisplay?docid=OBV_alma71408475000003331&context=L&vid=OBV&lang=de_DE&search_scope=OBV_Gesamt&adaptor=Local%20Search%20Engine&isFrbr=true&tab=default_tab&query=any,contains,Patton%20Qualitative%20Evaluation&sortBy=date&facet=frbrgroupid,include,1163215000&offset=0