



TranState Working Papers

KEIN EXPERTE IST WIE
DER ANDERE
VOM UMGANG MIT
MISSIONAREN UND
GESCHICTENERZÄHLERN

Kerstin Martens
Michael Brüggemann

No. 39

Universität Bremen • University of Bremen
Hochschule Bremen • University of Applied Sciences
Internationale Universität Bremen (IUB) • International University Bremen (IUB)

Staatlichkeit im Wandel • Transformations of the State
Sonderforschungsbereich 597 • Collaborative Research Center 597

*Kerstin Martens
Michael Brüggemann*

***Kein Experte ist wie der andere
Vom Umgang mit Missionaren und Geschichtenerzählern***

TranState Working Papers

No. 39

*Sfb597 „Staatlichkeit im Wandel“ – „Transformations of the State“
Bremen, 2006*

Kerstin Martens und Michael Brüggemann

Kein Experte ist wie der andere. Vom Umgang mit Missionaren und
Geschichtenerzählern

(TranState Working Papers, 39)

Bremen: Sfb 597 „Staatlichkeit im Wandel“, 2006

Universität Bremen

Sonderforschungsbereich 597 / Collaborative Research Center 597

Staatlichkeit im Wandel / Transformations of the State

Postfach 33 04 40

D - 28334 Bremen

Tel.:+ 49 421 218-8720

Fax:+ 49 421 218-8721

Homepage: <http://www.staatlichkeit.uni-bremen.de>

ZUSAMMENFASSUNG

Der vorliegende Text leistet einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Experteninterviews als Erhebungsinstrument in den Sozialwissenschaften.* Im Mittelpunkt steht das Interviewverhalten der Befragten – ein Aspekt, der in der bisherigen Literatur zum Experteninterview zu wenig Beachtung gefunden hat. Die Rolle, die der Experte im Interview einnimmt, so unsere These, ist dabei letztlich mitentscheidend für den Erfolg und die weitere Verwertbarkeit der durch ein Interview gesammelten Antworten. Neben Faktoren wie der allgemeinen Vorbereitung, der Ausarbeitung der Fragen und der Auswertungsmethode wird damit die Gesprächsführung zur entscheidenden Determinante der Qualität eines Experteninterviews. Der Beitrag entwickelt eine Typologie unterschiedlicher Interviewpartner und stellt deren jeweilige Besonderheiten dar. Experten lassen sich nach ihrem Kommunikationsstil (detailverliebt, anekdotenhaft, abstrahierend, ausweichend, contra-faktisch) und nach ihrer Intention, an einem Interview teilzunehmen (Informationsweitergabe, Persuasion), unterscheiden. Entlang dieser beiden Dimensionen lassen sich zehn Typen von Experten unterscheiden. Eine solche Typologie hilft, Herausforderungen an eine Interviewsituation (Zeitmanagement, Faktensammlung, Ermittlung von Meinungen) frühzeitig zu erkennen und Interviewstrategien (aktives Zeitmanagement, Konkretisierung, Konfrontation, Bekenntnisstrategie, Versachlichungsstrategie) zu entwickeln, um möglichen problematischen Verhaltensmustern, die solche Experten zeigen, entgegenzuwirken.

* Herzlich bedanken wir uns bei den beiden anonymen Reviewern des SFBs für die intensive und konstruktive Begutachtung des Artikels.

INHALT

EINLEITUNG.....	1
DAS EXPERTENINTERVIEW ALS SOZIALWISSENSCHAFTLICHES ERHEBUNGSINSTRUMENT.....	2
ZEHN „IDEALE“ INTERVIEWPARTNER.....	6
Strategien für den Umgang mit den verschiedenen Interviewtypen	13
ABSCHLIEßENDE BEMERKUNGEN	16
REFERENZEN	18
BIOGRAPHISCHE ANMERKUNGEN	21

Kein Experte ist wie der andere

Vom Umgang mit Missionaren und Geschichtenerzählern

EINLEITUNG

Interviews gelten in den Sozialwissenschaften als besonders geeignetes Erhebungsinstrument. Sie wurden verschiedentlich sogar als der „Königsweg“ (Diekmann 2000: 371) oder der „ideale Weg“ (Schmid 1995: 293) zur Gewinnung von Wissen bezeichnet. Interviews werden häufig und in unterschiedlichen Kontexten eingesetzt. Die Bandbreite reicht von mehrstündigen biographischen Tiefeninterviews zur Feststellung von persönlichen Erfahrungen und Empfindungen bis zu standardisierten Fragebogeninterviews zur Ermittlung gesellschaftlicher Einstellungen und Auffassungen.

Eine der häufig eingesetzten Interviewtechniken ist das Experteninterview. Es wird vor allem dann genutzt, wenn Personen aufgrund ihrer Funktion oder Position innerhalb einer Institution, Aufschluss über deren Ausgestaltung und Funktionsweisen oder über bestimmte Tätigkeitsfelder geben können. Vor allem in den Sozialwissenschaften bedient man sich zunehmend dieses Instruments.¹ Entsprechend seiner vermehrten Anwendung hat auch die methodische Reflektion zum Experteninterview als wissenschaftlichem Erhebungsinstrument in den letzten Jahren zugenommen (Bogner et al 2002; Froschauer und Lueger 2003; Mayer 2004; Gläser und Laudel 2004).

Ziel dieses Beitrages ist es, an diese Weiterentwicklung des Experteninterviews als Erhebungsinstrument in den Sozialwissenschaften anzuschließen. Dabei fokussiert dieser Artikel auf die Rolle, die der Experte im Interview einnimmt.² Diese wird bedingt durch den individuellen Charakter des Gesprächspartners, seine professionelle Funktion, die spezielle Interviewsituation und auch durch das Verhalten der Interviewerin. Unser Artikel analysiert, wie sich ein solches Interviewverhalten auf die Qualität des Interviews auswirkt und weist Wege, wie sich mit typischen Verhaltensweisen von Ex-

¹ Die Arbeiten, die mit Experteninterviews arbeiten sind zahlreich; das Experteninterview findet Verwendung in den verschiedensten Disziplinen, besonders auch in den Internationalen Beziehungen (z.B. Peck 1979; Suzuki 1998; Hooghe 1999; Furtak 2001) und in der Organisations- und Berufsforschung (z.B. Ackermann 1999; Kawai 2001; Heß und Roth 2001; Heil und Faust-Siehl 2000). Für eine systematische Anwendung dieser Methode siehe z.B. Tenscher (2003).

² Um eine einigermaßen ausgewogene Verwendung der weiblichen und männlichen Formen zu erreichen und gleichzeitig die Lesefreundlichkeit des Textes nicht zu gefährden, verwenden wir im Folgenden die männliche Form für die verschiedenen Expertentypen und die weibliche Form für die Interviewerin. Dies soll in keiner Weise zum Ausdruck bringen, dass es sich bei Personen, die als Experten aufgefasst werden, ausschließlich um Männer und bei Personen, die forschen und zu diesem Zwecke Interviews führen, ausschließlich um Frauen handelt, sondern hat rein pragmatische Gründe.

perten im Interview umgehen lässt. Dieser Aspekt wurde in der bisherigen Literatur zum Experteninterview zu wenig beachtet, so dass mit dem vorliegenden Beitrag Abhilfe in dieser Lücke geschaffen werden soll. Zur Darstellung unterschiedlicher Expertenrollen greifen wir auf das Hilfsmittel der Typenbildung zurück.

Der Artikel ist folgendermaßen aufgebaut: in einem ersten Abschnitt wird knapp auf das methodische Instrument des Experteninterviews eingegangen. Hierbei werden die Besonderheiten des Experteninterviews im Gegensatz zu anderen Formen des Interviews herausgearbeitet und die bisherige Forschung zum Experteninterview als Erhebungsinstrument in den Sozialwissenschaften dargestellt. Im zweiten Teil wird dann eine Typologie unterschiedlicher Interviewpartner entwickelt. In diesem Zusammenhang werden die jeweiligen Besonderheiten jedes Typus dargestellt und im Hinblick auf die Handhabung eines entsprechenden Interviews diskutiert. Eine solche Reflektion trägt dazu bei, den Nutzen und die Verwertbarkeit eines Interviews zu steigern, da sich die Interviewerin noch in der ersten Phase des Interviews entsprechend auf die Experten einstellen und regieren kann.

Der Beitrag basiert auf der Evaluation theoretischer Überlegungen durch Erfahrungen aus mehr als 100 Interviews, die die Autorin und der Autor im Rahmen ihrer sozialwissenschaftlichen Arbeiten und in jahrelanger journalistischer Praxis geführt haben (Brüggemann 2002; Martens et al. 2004, Martens 2005). Ein Teil dieser Interviews wurde während der Forschungsarbeiten innerhalb des Sonderforschungsbereiches (SFB) ‚Staatlichkeit im Wandel‘ an der Universität Bremen geführt. Ziel des SFBs ist es, Grundlagenforschung zu Wandlungsprozessen des modernen Demokratischen Rechts- und Interventionsstaates (DRIS) seit den 70er Jahren zu betreiben.³ Dabei sind in einigen Politikfeldern Interviews mit Experten ein besonders geeignetes Mittel um Wissenslücken in diesen Bereichen zu schließen.⁴

DAS EXPERTENINTERVIEW ALS SOZIALWISSENSCHAFTLICHES ERHEBUNGSINSTRUMENT

Interviews eignen sich sowohl zur explorativen Erforschung von Sachverhalten als auch zur Evaluierung von Thesen aus der wissenschaftlichen Literatur. Interviews werden dann vermehrt eingesetzt, wenn es darum geht, Aufschluss zu erlangen über Gegebenheiten, zu denen es kein oder nur wenig schriftliches Material gibt. Sie können in unterschiedlichen Phasen des Forschungsprozesses eingesetzt werden und finden häufig An-

³ Siehe das Forschungsprogramm des Sonderforschungsbereiches „Staatlichkeit im Wandel“, <http://www.staatlichkeit.uni-bremen.de>.

⁴ Einige Überlegungen und Problemstellungen im Experteninterview zu diesem Artikel wurden durch den Workshop „Experteninterviews“ mit Cornelia Behnke angeregt, der von Silke Weinlich und Michael Brüggemann am SFB organisiert worden ist.

wendung in Verbindung mit anderen Methoden. Sekundärtextanalysen, Dokumentanalyse und Interviews können sich beispielsweise ideal ergänzen, indem sich der aus dem Funktionszusammenhang ergebende *Bias* jedes Textes und die Subjektivität des Interviews gegenseitig relativieren können und im Laufe des Forschungsprozesses ein fundierteres und ausgewogeneres Urteil ermöglichen.

Interviews gelten gemeinhin als sehr flexible Methode, die es der Forscherin erlaubt, effizient große Menge an Information und Wissen zu sammeln (Schmid 1995: 293; King 1994: 14). Im Unterschied zu einer alltäglichen Gesprächssituation handelt es sich bei einem Interview um eine gesteuerte Form der Kommunikation. Durch die Interviewfragen versucht die Forscherin, gezielt zu einem Themenbereich Antworten zu erhalten. Ein Interview ist in unserem Zusammenhang zu verstehen als „ein planmäßiges Vorgehen mit wissenschaftlicher Zielsetzung, bei dem die Versuchsperson durch eine Reihe gezielter Fragen oder mitgeteilter Stimuli zu verbalen Reaktionen veranlasst wird“ (Schmid 1995: 309; vgl. Diekmann 2000: 375).

Experteninterviews⁵ stellen eine besondere Art qualitativer Interviews dar, die sich durch ein spezifisches Erkenntnisinteresse und eine bestimmte Befragtengruppe von anderen Formen des Interviews abgrenzen. So interessieren im Experteninterview nicht die individuellen Einstellungen oder die private Biographie der Befragten, sondern die interviewte Person wird aufgrund ihres besonderen Zugangs zu Wissen, zum Beispiel auf Grund ihrer Funktion in einer Institution, befragt. Die Befragten werden somit als Repräsentanten einer Organisation betrachtet, die in bestimmte Handlungskontexte und Entscheidungsstrukturen eingebunden sind. Experten fungieren als Wissenslieferanten, deren Erläuterungen des institutionellen Zusammenhanges für den Forschungskontext von Relevanz sind (Schmid 1995: 310).

Nach Bogner und Menz (2002: 66) ist der Experte „als eine Person zu begreifen, die vermittels des Besitzes bzw. der Zuschreibung besonderer Kompetenzen über einen sozialen Status verfügt bzw. eine Funktion ausübt, die sie in den Stand versetzt, ihre Handlungsorientierungen und Situationsdefinitionen auch durchsetzungsfähig zu machen.“⁶ Der Status des Experten ist daher also kein Status *per se*, sondern wird der Person durch die Wissenschaftlerin zugetragen. Als Experte kann somit jede Person aufgefasst werden, die einen privilegierten Zugang zu Wissen hat (Meuser and Nagel 1991: 444 [2002: 73]; Atteslander 2000: 152).⁷

⁵ Experteninterviews werden gelegentlich auch als Eliten- oder Spezialinterviews bezeichnet (Dexter 1970: 5).

⁶ Siehe auch Gläser und Laudel (2004: 10): „Experten sind Menschen, die ein besonderes Wissen über soziale Sachverhalte besitzen, und Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen.“

⁷ Zum Begriff des Experten und seine unterschiedlichen Anwendungen und Begriffsverständnisse siehe insbesondere Bogner und Merz (2002: 39-43). Die Autoren beschreiben verschiedene Zugänge zum Experteninterview,

Experteninterviews sind ein besonders geeignetes Erhebungsinterview, um Hintergrundinformationen zu erhalten. Die im deutschsprachigen Raum viel zitierten Autoren Meuser und Nagel beschreiben den besonderen Wert des Experteninterviews folgendermaßen (1994: 123): „Experteninterviews sind auf die Generalisierung bereichsspezifischer und objekttheoretischer Aussagen angelegt [...]. Ihr Gegenstand sind Wissensbestände i. S. von Erfahrungsregeln, die das Funktionieren von sozialen und politischen Systemen bestimmen: handlungsleitende Regeln jenseits von Verordnungen, ungeschriebene Gesetze des Expertenhandelns, *tactic knowing*, Deutungsmuster und Relevanzstrukturen.“

Trotz der weit verbreiteten Anwendung von Experteninterviews zur Informationsgewinnung ist ihre Bedeutung als Erhebungsinstrument erst in den vergangenen Jahren in den Sozialwissenschaften verstärkt methodisch aufgearbeitet worden (vgl. Bogner et al 2002; Gläser und Laudel 2004). Diese Arbeiten haben dazu beigetragen, das Experteninterview als wissenschaftliches Instrument im Kanon der Erhebungstechniken besser zu verankern. Die Literatur zur Gestaltung und Verwendung von Experteninterviews geht insbesondere auf drei Aspekte ein: (1) die Konzeption des Fragenleitfadens, (2) die Rolle der Forscherin im Interview, (3) die Auswertung des durch die Interviews gewonnenen Materials.

Entsprechend dieser Ansatzpunkte werden auch der Erfolg eines Interviews oder die Ursachen seines Misserfolgs auf diese oder ähnliche Aspekte zurückgeführt. D.h. als Faktoren die über die Qualität und Verwertbarkeit eines Interviews entscheiden, werden auf die Kompetenz der Forscherin zurückgeführt, den Fragenkomplex sinnvoll zu gestalten, während des Interviews allgemein eine angemessene Rolle einzunehmen und das gewonnene Material wissenschaftlich auszuwerten. Die befragte Person und ihre Bedeutung für die Führung des Interviews hingegen ist in der bestehenden Literatur bisher wenig beachtet und diskutiert worden.

So stellen z.B. Bogner und Menz (2002: 50-63) eine Typologisierung der Interviewsituation auf, bei der sie den Schwerpunkt auf die Wahrnehmung des Interviews durch den Experten setzen. Die Autoren unterscheiden sechs Sichtweisen (Interviewerin als Co-Expertin, Interviewerin als Laie, Interviewerin als Autorität, Interviewerin als Komplize, Interviewerin als potentielle Kritikerin). Anschließend stellen sie die möglichen Vor- und Nachteile der Typen dar und deuten ihren primären Anwendungsbereich an.⁸

indem sie analytische und normative Perspektiven untersuchen. Sie unterscheiden zwischen einem voluntaristischen, konstruktivistischen und wissenssoziologischen Begriffsverständnis von Experte.

⁸ Ähnlich greifen auch Abels und Behrens (2002) den Aspekt der Interaktionssituation im Experteninterview auf. Sie unterscheiden zwischen verschiedenen Intervieweffekten (Profilierungseffekt, Rückkoppelungseffekt, Eisbergeffekt, Katharsiseffekt, Paternalismuseffekt) und stellen einen möglichen Umgang damit vor. Ähnlich auch

Selbst im Klassiker von Meuser und Nagel (2002: 79) wird auf den Expertentypus im Interview nur unsystematisch eingegangen.⁹ Die Autoren gehen davon aus, dass „der Forscher ... gegen diese Diskursverläufe wenig ausrichten [kann]; sie sprengen den Rahmen der Interviewsituation.“

Die Einschätzung des Expertentypus durch die Interviewerin kann hingegen positiv zum Verlauf des Interviews beitragen. Obwohl die befragte Person im Experteninterview vordergründig nicht bedeutsam ist, da die Interviewerin am Wissen interessiert ist, die die Person aufgrund ihrer Funktion innerhalb der Organisation beitragen kann, so spielt auch der Befragte eine Rolle im Interview und bringt eigene Interessen und Vorstellungen mit, an diesem Interview teilzunehmen. Die Brauchbarkeit eines Interviews wird daher wesentlich durch das Interviewverhalten des Befragten beeinflusst – besonders wenn diejenige, die das Interview führt, sich stark zurücknimmt, damit sich das Interview entwickeln kann.

Aufmerksamkeit für diese Problematik und Strategien, wie ein Misslingen des Interviews zu verhindern ist, finden sich weniger in der wissenschaftlichen Methodenliteratur als in berufspraktischen Texten zum Thema Journalismus. So weist La Roche den journalistischen Berufseinsteiger in seinem mittlerweile zum Klassiker avancierten Ratgeber an (La Roche 1995: 147): „Ein Interviewer ist mehr als nur ein Stichwortgeber, der immer nur in den Grenzen des dem Partner Willkommenen bleibt und dankbar dessen Antworten notiert.“ Journalismustheoretische und berufspraktische Ratgeber zum journalistischen Interview (z.B. Friedrichs und Schwinges 1999, Haller 1997; McLaughlin 1990) können auch bei der Durchführung von Experteninterviews wichtige Hinweise liefern, die im Folgenden berücksichtigt werden.¹⁰

Die Methode „Experteninterview“ ist eng verwandt mit einem systematisch und professionell vorbereiteten und durchgeführten journalistischen Interview. Allerdings ist der Zusammenhang ein anderer: Während die Wissenschaftlerin eine Forschungsfrage

Vogel (1995). Froschhauer und Lueger (2002) hingegen unterscheiden lediglich zwischen verschiedenen Typen von Expertisen und deren Einfluss auf die Interviewsituation.

⁹ Meuser und Nagel (2002: 77-80) geben als Gründe für das Misslingen eines Interviews folgende Diskursverläufe an: (a) der Experte blockiert das Interview, (b) die Forscherin wird zur Mitwiserin des Experten im pejorativen Sinne gemacht, (c) Experte wechselt die Rollen, spricht mal als Privatmensch, mal als Experte. Zum Gelingen eines Interviews gehen Meuser und Nagel auf folgende Punkte ein: (a) wenn Neugierde auf beiden Seiten vorliegt und gleichzeitig auf beiden Seiten Konventionen zur Rollenverteilung zwischen Experte und Forscherin eingehalten werden, (b) wenn es der Forscherin gelingt, den Experten zu einem Gedankenaustausch zu bewegen, in dem der Experte durch die Forscherin für ihre Sachen zu interessieren.

¹⁰ Weiterhin gibt es wissenschaftliche Literatur zur Befragungssituation im Allgemeinen, die gerade auch bei Experteninterviews relevant ist (z.B. Jost 1991; Möhring und Schlütz 2003; Scholl 1993).

operationalisiert hat, will der Journalist einem Publikum Information und Unterhaltung bieten. Ein wesentlicher Unterschied liegt auch darin, dass journalistische Interviews besonders im Rundfunk auf eine Art Schaukampf hinauslaufen können zwischen der Schlagfertigkeit und Sachkenntnis der Journalisten und der Befragten. Dieser Sachverhalt stellt sich im Experteninterview des Wissenschaftsbetriebes anders dar, da der Zweck eines Interviews nicht eine gegenseitige Wissenspräsentation ist, sondern eine gezielte Wissensgewinnung. Dennoch muss die Interviewerin auch hier aktiv eingreifen, den Gesprächsverlauf steuern, abhängig von der Person und dem Gestus des Interviewpartners.

ZEHN „IDEALE“ INTERVIEWPARTNER

Im Folgenden wird nun eine Typologie entworfen, die zehn Rollen beschreibt, die das Verhalten von Interviewpartnern auszeichnen können. Diese sind als Idealtypen zu verstehen und kommen in Reinform in der Realität nicht oder nur mit Einschränkungen vor. Allerdings zeigen Interviewpartner häufig eine oder mehrere der unten genannten charakteristischen Verhaltensweisen. Je nach Forschungsinteresse können diese unproblematisch oder aber auch höchst hinderlich für die Durchführung des Interviews und die anschließende Verwertbarkeit des aus dem Interview gewonnenen Wissens sein. Dagegen kann eine überlegte und frühzeitig eingesetzte Interviewstrategie – wie abschließend erläutert wird – die Qualität eines Experteninterviews steigern.

Die unterschiedlichen Befragtentypen werden kurz charakterisiert, und ihre spezifischen Eigenarten dargestellt. Eine solche Reflektion über ihre Charakteristika gibt Aufschluss darüber, wie der weitere Verlauf eines Interviews zu bewerten bzw. zu beeinflussen ist. Das erlaubt der Interviewerin, entsprechend zu (re)agieren und noch während des Interviews einzugreifen, so dass sie das im Interview gewonnene Material nachher auch nutzen kann.

Tabelle 1: 10 Typen von Experten

	Intention der Experten		
	<i>Information</i>	<i>Persuasion</i>	
Kommunikationsstil der Experten	<i>Detailverliebt</i>	Bürokraten	Besserwisser
	<i>Anekdotenhaft</i>	Geschichtenerzähler	Missionare
	<i>Abstrahierend</i>	Analytiker	Verkäufer
	<i>Ausweichend</i>	Skeptiker	Zyniker
	<i>Ohne strengen Faktenbezug</i>	Pädagogen	Demagogen

Die verschiedenen Typen unterscheiden sich im Hinblick auf zwei Aspekte, die **Intention** und den **Kommunikationsstil**¹¹ der Experten, wie in Tabelle 1 dargestellt. Als Gesprächsintentionen lassen sich – vorausgesetzt eine generelle Bereitschaft zur Kommunikation ist signalisiert worden – die *Weitergabe von Informationen*, die hauptsächlich faktischer Natur sind, und *persuasive Kommunikation* unterscheiden, die die Interviewerin überzeugen will. Unabhängig davon, ob sich der Experte als Informant oder Überzeugungstäter gibt – in beiden Fällen kann je nach Gesprächspartner der Kommunikationsstil variieren. Während die einen mit vielen technischen *Details* antworten, erzählen andere eher *Anekdoten* oder *abstrahieren* vom Konkreten. Wieder andere *weichen aus*, oder führen Beispiele ohne strengen Faktenbezug an.

Entlang dieser Kriterien lassen sich zehn Typen von Experten entwerfen, die im Folgenden bewusst in groben Strichen überzeichnet werden sollen, um die daraus folgende Problematik für das Interview umso deutlicher heraus zu arbeiten. Auch bleibt vorauszuschicken, dass hier die gänzlich unproblematischen Interviewpartner, die bereitwillig entlang aller Fragen umfassend und doch auf den Punkt antworten, in den Hintergrund treten vor den eher problematischen Rollen, die Menschen im Interview einnehmen können. Zunächst sollen die fünf eher Informations-orientierten Typen vorgestellt werden.

Bürokraten sind ein häufig anzutreffender Typus von Interviewpartnern bei Experteninterviews. Oft stehen politische Institutionen und deren Amtsträger im Zentrum des Erkenntnisinteresses, deren Prozessabläufe oder Entscheidungswege mit Hilfe von Experteninterviews untersucht werden sollen. Das Selbstverständnis vieler Menschen in Verwaltungsberufen ist bis heute durch das Ethos der Weberschen rationalen Verwaltung geprägt. Sie bringen ihre eigene Meinung kaum oder gar nicht zum Ausdruck, sondern führen die ihnen aufgetragenen Aufgaben sachgemäß und aufgabengetreu aus.¹² Dabei wird viel Wert gelegt auf Korrektheit im Detail. Diese Merkmale können erhebli-

¹¹ Beide Achsen dieser Darstellung sind induktiv gewonnen. Mit Kommunikationsstil sind typische Eigenarten der Kommunikation gemeint, die bestimmte Sprecher auszeichnen. Hier werden fünf Kommunikationsstile unterschieden, die so oder in ähnlicher Form häufig vorkommen. Damit deckt diese Darstellung nicht alle logisch möglichen Kommunikationsstile ab, sondern bezieht sich auf die am häufigsten vorkommenden Stile. Die Unterscheidung nach Intentionen deckt ebenfalls nur die beiden wichtigsten Intentionen ab, die Experten zugeschrieben werden können. Das schließt nicht aus, dass im Einzelfall auch andere Intentionen eine Rolle spielen können. Persuasiv ist Kommunikation, die auf Überzeugung ausgerichtet ist, während sich viele Experten tatsächlich im Zusammenhang eines wissenschaftlichen Interviews eher zurücknehmen und sachlich informieren wollen.

¹² In Bezug auf (journalistische) Interviewpartner im Allgemeinen und Regierungsbeamte im Besonderen, stellt McLaughlin fest: „I am appalled at how unwilling interviewees are to voice an opinion, even when its blatantly obvious that they will look ridiculous, when they fail to comment“ (McLaughlin 1990: 94).

che Folgen für den Interviewverlauf haben. Von Bürokraten lassen sich besonders sachliche und detailgenaue Informationen erwarten. Es werden vor allem technische Auskünfte in Form eines sachlichen Berichts an die Interviewerin weitergegeben. Dies ist umso wahrscheinlicher, je genauer im Voraus über die Thematik des Interviews informiert wurde, so dass sich die Bürokraten auf den Inhalt des Interviews bereits genau vorbereiten konnten.

Die Problematik eines solchen Interviews liegt darin, dass sich Bürokraten in Details verlieren, die sie mit diversen Einzelheiten, teilweise sogar durch schriftliche Unterlagen zu bestätigen versuchen. Als Konsequenz können wesentliche Fragen nicht gestellt werden, weil die vereinbarte Zeit abgelaufen ist. Zeitmanagement stellt somit eine besondere Herausforderung beim Interviewtypen des Bürokraten dar. Auch kommt es häufig zu langen detaillierten Erklärungen, häufig technischer Natur, wenn die genaue Antwort nicht gegeben werden kann. Dies deckt sich mit den Erfahrungen, die in journalistischen Interviews gesammelt werden: “Few people are willing to say: ‘I don’t know’. There is a real dread especially with government officials, of admitting ignorance. The result is a predisposition to use gobbledegook and long evasive answers which make them look worse” (McLaughlin 1990: 94/95).

Geschichtenerzähler finden sich weniger in öffentlichen Verwaltungen, sie sind vornehmlich in Positionen oder Berufen zu finden, die ein hohes Maß an Kommunikation(sfähigkeit) mit sich bringen. Geschichtenerzähler antworten auch auf einfache Faktenfragen mit einer Anekdote, die aufschlussreich sein soll, aber nicht unbedingt den Sachverhalt trifft. Ähnlich wie auch die Bürokraten erzählen sie jedes Detail ihrer Geschichten, und empfinden diese als wichtig, um eine Sachlage oder einen Ablauf in voller Gänze zu verstehen, unabhängig vom Fragegegenstand. Im Unterschied zu den Bürokraten hingegen ist der Inhalt ihrer Details weniger technischer oder sachdienlicher Natur, sondern kann sich auch in der Erzählung eines Prozessablaufes oder in der Darstellung einzelner Personen, die an einem Prozess mehr oder weniger stark beteiligt waren, verlieren. Überdies nimmt ihr Sprachstil viel Raum und Zeit ein, da sich Geschichtenerzähler häufig nur schwer unterbrechen lassen, bevor sie die Pointe erreicht haben. Schlimmstenfalls geht der rote Faden im Laufe des Interviews gänzlich verloren, wenn sich Geschichtenerzähler in der eigenen Geschichte verlieren.

Ähnlich wie bei den Bürokraten ist ein mögliches Resultat eines Interviews mit einem Geschichtenerzähler daher, dass der Leitfragenkatalog nicht bis zum Ende abgefragt werden konnte und somit nur ein unvollständig geführtes Interview bleibt. Trotz des Bemühens beider Interviewpartner werden wichtige Fragekomplexe gar nicht erst angesprochen. Von Vorteil bei Interviews mit Geschichtenerzählern ist dagegen, dass der Geschichtenerzähler in der Regel seine Geschichte vollständig vom Anfang bis ans Ende darstellt. Wenn eine solche Geschichte zur Verdeutlichung eines Sachverhaltes im

Forschungsdesign passt, gibt sie häufig ein gutes Beispiel ab, welches eine theoretisch erarbeitete Annahme über die Wirklichkeit empirisch *en détail* bestätigt oder falsifiziert. Insbesondere bei methodischen Ansätzen, wie der genauen Rekonstruktion von Abläufen im Sinne eines *process-tracing* (George and McKeown 1985; Hall 2003), kann dieser Erzählstil nützlich sein, denn nicht alle Interviewpartner werden so konkret und detailgetreu wie die Geschichtenerzähler.

Analytiker trifft man häufig in wissenschaftlichen Institutionen und ähnlichen Einrichtungen an. Sie nehmen den wissenschaftlichen Fragern viel Arbeit ab, denn sie abstrahieren und synthetisieren Information. Sie versuchen, ein objektives Bild ihres Arbeitsbereiches zu vermitteln, bereiten sich auf das Interview vor, wünschen weitere Information zum Forschungsfeld und den Forschungsfragen. Analytiker tendieren dazu, ihre Antworten zu einem geringen Anteil auf ihre eigene Person, ihre eigene Arbeit oder Position innerhalb der Organisation zu beziehen, sondern versuchen davon losgelöst zu antworten und aus ihrem breiteren Erfahrungskreis zu sprechen. Analytiker tendieren dazu, die wissenschaftliche Arbeit der Forscherin zusammenfassen und strukturieren zu wollen, um verallgemeinernde Zusammenhänge während des Interviews bereits selbst zu formulieren.

Wenn allerdings Fakten, Details, und genaue Beschreibungen von Prozessen das Ziel der Recherche waren, sind Analytiker schwierig handhabbare Interviewpartner. Die Interviewerin hat es schwer, die gesammelten Aussagen zu verwerten, da sie zwar analytisch sind, nicht aber Fakten beinhalten, sondern bereits eine weitere Interpretationsebene, die von der Forscherin weder gewünscht, noch verwertbar ist. Eine weitere Schwierigkeit kann sich daraus ergeben, dass Analytiker auch die Fragen und Untersuchungsziele der Fragenden selbst zum Gegenstand der Analyse machen, indem sie in ihre Antworten herausstellen, was ihrer Vermutung nach die Intention hinter der Frage war: „Was Sie also eigentlich sagen wollen, ist...“. Dementsprechend werden sich einige Antworten der Analytiker nicht primär auf die Fragen beziehen, sondern auf die dahinter vermuteten Konzepte: „Mit dieser Frage wollen Sie sicherlich herausfinden, warum ... Nun, das ist so,...“.

Skeptiker sind eine weitere Großgruppe unter den Experten. Sie kommen vorwiegend auf unteren Hierarchie-Ebenen in Bürokratien vor, wo Kommunikation und Repräsentation nicht Teil des Berufsbildes und der täglichen Erfahrung sind. Skeptiker sind einem Interview gegenüber misstrauisch und hätten es wahrscheinlich bevorzugt, keines zu geben, aber diverse Gründe haben ihnen eine Absage nicht möglich (Wille des Vorgesetzten, *peer-pressure*, gesellschaftliches Standing) gemacht. Besonders der Anfang des Interviews zieht sich daher häufig in die Länge, da Skeptiker möglicherweise eine Tonbandaufnahme verweigern oder zunächst ganz genau wissen wollen, warum das Interview geführt wird, gerade sie angesprochen worden sind und wie die gegebenen Infor-

mationen weiter genutzt werden. Selbst der Zweck bzw. die Sinnhaftigkeit eines Interviews bzw. des gesamten Forschungsprojektes kann von Skeptikern in Frage gestellt werden, um das Interview (zumindest noch symbolisch) zu verhindern.

Während des Interviews wenden Skeptiker verschiedene Strategien des Ausweichens an. Dazu gehört, auf andere Informationsquellen zu verweisen oder auf andere, ihrer Meinung nach kompetentere Ansprechpartner. Die Antworten, die sie selbst geben, bleiben im Allgemeinen oder zählen Selbstverständliches und allseits bekannte Fakten umso ausführlicher auf. Eigene Meinungen lassen Skeptiker nicht erkennen, aber auch bei der Faktensammlung sind sie wenig hilfreich, denn sie stufen vielerlei Informationen als intern ein („Amtsgeheimnis“: z.B. die Höhe von Budgets) und geben keine Dokumente heraus, die nicht sowieso öffentlich zugänglich sind: „Auf unserer Website finden sie alle Informationen, alles andere ist intern.“

Pädagogen sind nicht nur besonders willens, Informationen weiter zu geben, sie bemühen sich auch, diese so zu verpacken, dass sie gut verständlich werden. Darin liegt allerdings auch häufig die Schwierigkeit bei Interviews mit Pädagogen: In ihrem Sprachstil setzen sie bewusst fiktive Erzählungen ein, um einen Sachverhalt gut verständlich für ihre „Schülerin“ zu verpacken. Mittels fiktiver Beispiele, die in den vermuteten Erfahrungsbereich der Fragenden verlegt werden, sollen Darstellungen einfacher gestaltet werden, zum Beispiel auf Beruf oder Studium bezogen („Sie als Politikwissenschaftlerin“) oder auf das Heimatland bezogen („Zum Beispiel in einem Land wie Ihrem, in Deutschland also...“).

Obwohl dies pädagogisch geschickt von der interviewten Person ist und im Grunde gut gemeint, damit die Interviewerin die Informationen einfacher verarbeiten kann, kann dies in mindestens zweierlei Hinsicht zu Verfälschungen führen. Zum einen ist das vom Befragten gewählte Beispiel nicht unbedingt angemessen, weil es der Pädagoge in den vermeintlichen Horizont der Fragenden versetzt und damit aus seinem eigenen heraus. Zum anderen ist es schwierig, bei der Auswertung zu entscheiden, ob das gewählte Beispiel ein echtes oder ein fiktives ist. So kann es passieren, dass ein Sachverhalt, der sich ereignet hat, auf das Beispielland übertragen wird, um ein stärkeren Bezug zur Interviewerin herzustellen, sich aber in der Realität woanders ereignet hat. Grundsätzlich lässt sich der Mitteilungsdrang der Pädagogen aber auch positiv nutzen, wenn fiktive Beispiele auf ihre Echtheit geprüft werden, denn Pädagogen geben gerne und gut verständlich Informationen weiter.

Gemeinsam war den bisher vorgestellten Typen, dass sie primär Informationen weitergeben und dabei kein besonderes persuasives Interesse verfolgen. Trotz diverser Schwierigkeiten mit den unterschiedlichen Typen, wird das Sammeln von Fakten dadurch erleichtert. Wenn aber die Ermittlung von Weltbildern und Meinungen im Mittelpunkt des Interesses der Experteninterview steht, dann stellen die folgenden fünf Exper-

tentypen nützlichere Gesprächspartner dar; doch sie bringen auch ihre spezifischen Problematiken mit.

Besserwisser zeichnen sich in ihrer Selbstwahrnehmung sowohl durch umfassendes Detailwissen als auch tiefere Einsichten in allgemeine Zusammenhänge aus. Daher sind auch sie einem Interview gegenüber aufgeschlossen, denn sie sehen sich auch selbst als der Experte auf einem Gebiet. Die Anfrage nach einem Interview überrascht den Besserwisser nicht, sondern es erscheint ihm ganz natürlich befragt zu werden, auf Grund seines auch subjektiv als solches wahrgenommenen Expertenwissens. Besserwisser neigen zu einer egozentrischen Weltsicht, wodurch die Wiedergabe von Informationen erschwert wird. Sie haben die Tendenz, statt auf Fragen zu antworten, das Interview bzw. das Interviewthema aufgrund ihres Fachwissens in Frage zu stellen und das Interview dominieren zu wollen („Also wissen Sie, eigentlich ist das gar kein Thema für ein Forschungsprojekt, ich habe ja auch promoviert und ...“).

So kann es auch im weiteren Verlauf des Interviews zu ausführlicher Kritik an der Formulierung der Fragen durch die Besserwisser kommen. Ähnlich werden auch einfache Sachfragen nicht mit konkreten Aussagen belegt, sondern ausschließlich auf der Meinung des Besserwissers beruhend, beantwortet. Sie werden die Fragende über Irrtümer im Detail ausführlich aufklären, selbst wenn diese Informationen nicht im Zentrum der Frage gestanden haben mögen. Neben dieser Liebe zum Detail – ähnlich wie bei den Bürokraten – tritt dann noch die Neigung zur Anspielung. Sie deuten ihr Insiderwissen an, geben es aber nur in kleinen Häppchen preis. Wenn sich die Fragende auf diese Strategie einlässt, wird sie gegebenenfalls zu interessanten Einsichten in die Weltsicht der Besserwisser kommen, aber möglicherweise von den eigentlichen Fragen abkommen. Positiv am Typus Besserwisser ist, dass sie Interna bereitwillig ausplaudern werden, soweit dies dazu dient, ihre eigene Rolle im besseren Licht erscheinen zu lassen.

Missionaren geht es weniger darum, dass sie selbst in einem guten Licht stehen, vielmehr wollen sie im Interview eine allgemeine Botschaft überbringen. Der Missionar sieht in einem Interview und der später daraus entstehenden Studie der Interviewerin ein Medium, um seine „Botschaft“ einem größeren Publikum zu vermitteln. Daher steht er einem Interview positiv gegenüber und ist aufgeschlossen für ein Treffen. Der Missionar ist häufig ein sehr gesprächiger Typ und wird für Fragen der Interviewerin offen sein. Einem Mitschnitt des Interviews wird er sich voraussichtlich nicht entgegenstellen, da er seine Ansichten selbstbewusst vertritt und vermitteln möchte. Auch heikle Fragen werden mit weniger Scheu beantwortet werden als von anderen Interviewtypen.

Missionare brauchen jedoch einen Großteil der Interviewzeit zur Übermittlung ihrer Botschaft. Daher ist es häufig nicht einfach, alle Fragenkomplexe anzusprechen. Außerdem ist damit zu rechnen, dass sich Antworten nicht primär auf die Fragen beziehen,

sondern nur als Impetus für eine weitere Ausführung der eigenen Ansichten angesehen werden. Daher können viele Aussagen des Missionars häufig nicht gewinnbringend für die Analyse genutzt werden, da sie einen geringen Informationswert enthalten, stattdessen hauptsächlich die persönliche Meinung des Befragten abbilden. Missionare bereiten sich nicht auf Interviews vor, da die Inhalte, die sie vermitteln möchten, ihnen selbst klar sind und ohnehin unabhängig und losgelöst von den Interviewfragen sind. Im Sprachstil sind sie dem Geschichtenerzähler ähnlich: Die Parabel ist ein wichtiges Element ihres Kommunikationsstil, allerdings ist Missionaren die Moral der Geschichte wichtiger als die sachliche Präzision.

Verkäufer sind die säkularisierte Form des Missionars. Oft findet sich dieser Typus in den mit der Außendarstellung befassten Stellen einer Organisation. Verkäufer wollen überzeugen, aber ihre Dogmatik bezieht sich weniger auf quasi-metaphysische Überzeugungen als auf ihr professionelles Interesse, ihre Institution ins beste Licht zu stellen. Letztlich wollen sie eine Botschaft vermitteln, die häufig den Inhalt enthält, dass ihre Organisation ihre Arbeit gut mache. Die Vereinbarung eines Interviews, d.h. eines „Verkaufsgesprächs“, wird nicht schwer fallen, auch ist ein freundlicher und höflicher Umgangston gewährleistet. Verkäufer geben sich in jeder Hinsicht hilfsbereit, werden weitere Ansprechpartner vermitteln und bei der weiteren Recherche helfen.

Problematisch wird das Gespräch mit Verkäufern dann, wenn es um Inhalte geht, die die Institution in ein zweideutiges Licht stellen könnten oder wenn Praktiken der Institution kritisch reflektiert werden sollen. Dann weichen Verkäufer aus und flüchten in abstrakte Erklärungen. Insgesamt ist von ihnen eher unvollständige Information zu erwarten beziehungsweise von ihnen selektiv instrumentalisierte Information. Auch sind die Inhalte, die Verkäufer in einem Interview preisgeben, zumeist die Informationen, die allgemein zugänglich sind. Somit erhält die Forscherin durch ein Interview mit einem Verkäufer häufig nur wenig neues Wissen.

Zyniker sind eine weitere Gruppe von Interviewpartnern, die auf ihre eigene sehr spezielle Art und Weise während des Interviews zu persuasiver Kommunikation neigen. Zynische Interviewpartner können als Ergänzung zum oben beschriebenen Typ des Verkäufers eine sehr nützliche Informationsquelle sein. Sie personifizieren sozusagen den Anti-Verkäufer, und geben zwar bereitwillig Auskunft über alles, was schief läuft in der Organisation; gleichzeitig sind ihre Schilderungen oft genauso einseitig und ausweichend wie die des oben beschriebenen Typ des Verkäufers – nur eben seitenverkehrt.

Häufig lassen Zyniker ihrer Frustration freien Lauf, insbesondere wenn sie den Eindruck haben, nichts mehr verlieren zu können – daher fürchten sie auch nicht, dass ihnen ein Interview noch schaden kann. Sie glauben, die von der Organisation aufgrund ihrer Funktion und Position vorgegebene Rolle nicht mehr spielen zu müssen, weil sie sich schon am Ende ihrer persönlichen Karriereleiter sehen oder kurz vor der Pensio-

nierung stehen. Bei der Auswertung des Interviews ergibt sich die Gefahr, dass Übertreibungen und Zynismus nicht immer als solche erkennbar sind, da Zyniker die Tendenz haben, einer ernsthaften und differenzierten Beantwortung gestellter Fragen ausweichen.

Demagogen kommen im wissenschaftlichen Experteninterview eher seltener vor, denn sie lieben das große Publikum und wollen ihre Zeit nicht mit langen Gesprächen mit Wissenschaftlerinnen verbringen. Je politischer aber das Thema der Forschung ist und je näher am Politikbetrieb und höher in der Organisationshierarchie die Interviews angesiedelt sind, desto eher begegnet man diesem Typus von Experten. Ihre Teilnahme am Interview ist kein Selbstzweck oder Gefallen gegenüber der Interviewerin. Sie wollen vielmehr auch mit diesem Gespräch das Bild in der Öffentlichkeit manipulieren oder zumindest die Forscherin in ihrem Sinne in Stellung bringen. Sie wollen überzeugen, sind dafür aber auch bereit, bewusst Unwahrheiten zu verbreiten und zu manipulieren. Sie werden viel Negatives und Insiderwissen über ihre Gegenspieler verbreiten und vor keiner Übertreibung zurückschrecken. Über das eigene Verhalten und die eigene Gruppe werden sie entweder schönfärberisch oder zurückhaltend Auskunft geben. Damit sind sie nah dem Verkäufertyp und Missionar verwandt, ihnen geht es aber um die persönliche politische Botschaft und die eigene Karriere.

Wenn es möglich ist, Demagogie und Irreführungen als solche zu erkennen, dann können Interviews mit Demagogen sogar sehr aufschlussreich sein, da vielerlei Informationen über (Politik-)Prozesse gesammelt werden können, die durch andere Quellen nicht erschließbar sind. Nicht alle Aussagen eines Demagogen werden allerdings entschlüsselbar sein, vor allem werden viele Auskünfte in der Regel eher aus unvollständiger Darstellung und Übertreibung eines Sachverhalts bestehen, als aus leicht falsifizierbarer Unwahrheit. Auch wenn sich kaum ein Interviewpartner als reiner Demagoge herausstellt, so kann es die Interviewerin auch bei der Auswertung der Interviews schwer haben, wenn Personen diesem Interviewtypus auch nur annähernd entsprechen. Auf keinen Fall sollte grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass ausschließlich Wahrheiten gesagt worden sind, beruhend auf der Annahme, dass die Befragung in einem (objektiven) wissenschaftlichen Kontext stattgefunden hat.

Strategien für den Umgang mit den verschiedenen Interviewtypen

Wie die Darstellung der verschiedenen Typen von Interviewpartnern gezeigt hat, birgt das Verhalten, das der Befragte im Gespräch einnimmt, eine Reihe von Herausforderungen für das Interview und die Forscherin. Je nach Interviewintention bzw. nach Kommunikationsstil der interviewten Person kann die Ermittlung von Fakten oder von Meinungen zum Problem werden. Dagegen sollen im Folgenden zwei grundlegende Strategien vorgestellt werden, die jeweils alle Expertentypen aus der Meinungs- oder Informationsspalte der Tabelle 2 betreffen.

Informationsvermittlern kann mit einer Bekenntnisstrategie entgegnet werden; Experten, deren Intention es ist, die Forscherin von einem ihnen wichtigen Inhalt zu überzeugen, sollte man mit einer Versachlichungsstrategie entgentreten. Drei weitere Strategien betreffen jeweils eine Teilmenge der dargestellten Experten: Detailverliebten und anekdotenreichen Erzählern muss mit aktivem Zeitmanagement begegnet werden. Abstrahierende und ausweichende Experten können mit der Konkretisierungsstrategie festgelegt werden. Wenn der Wahrheitsgehalt von Aussagen in Frage steht, hilft möglicherweise eine Konfrontationsstrategie.

Tabelle 2: Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Experten

	Intention der Experten			Interviewstrategie
		Information	Persuasion	
Kommunikationsstil der Experten	<i>Detailverliebt</i>	Bürokraten	Besserwisser	Zeitmanagement
	<i>Anekdotenhaft</i>	Geschichtenerzähler	Missionare	
	<i>Abstrahierend</i>	Analytiker	Verkäufer	Konkretisierung
	<i>Ausweichend</i>	Skeptiker	Zyniker	
	<i>Ohne strengen Faktenbezug</i>	Pädagogen	Demagogen	Konfrontation
<i>Herausforderung bei oben genannten Expertentypen</i>		Ermittlung von Meinungen		Bekenntnisstrategie
			Sammlung von Fakten	Versachlichungsstrategie

Die *Bekenntnisstrategie* soll Experten aus der Reserve locken, die nur zögerlich ihr Expertenwissen zum Besten geben wollen. Oft stehen einerseits gerade die Meinungen der Experten im Zentrum des Interesses oder die Kommentierung durch Experten hilft, Zusammenhänge zu erkennen. Die Garantie von Anonymität ist oft Voraussetzung dafür, dass ein Interview zustande kommt, sie hilft auch, dass die Befragten offener ihre Meinung artikulieren. Daher kann es nützlich sein, nochmals während des Interviews deutlich zu machen, dass sie eben nicht nur als Amtsträger und Sprecher einer Institution befragt werden, sondern auch als informierte Beobachter, der sich sein eigenes subjektives Urteil bildet. Wenn Befragte auf offene Fragen nicht ihre Meinung artikulieren können, hilft es, alternative Antwortmöglichkeiten vorzugeben, die dann Meinungsäußerungen provozieren können. Provozierende Fragen, wenn sie nicht aggressiv vorgetragen werden sondern eher spielerisch, können ebenfalls diese Wirkung haben. Hilfreich sind auch hypothetische Fragen („Wenn Sie zu entscheiden hätten, was würden Sie

tun?“ oder „Wenn Sie jetzt noch einmal von Vorne anfangen könnten, was würden Sie anders machen?“).

Bei allen Experten, die von sich aus vor allem Meinung kommunizieren wollen, hilft eine *Versachlichungsstrategie*. Dazu ist ein detaillierter Leitfragebogen hilfreich, der ausgearbeitete (Nach-)Fragen in petto hat nach allen Fakten, die von Interesse sind. Außerdem lässt sich eine spätere Möglichkeit zur Meinungsäußerung in Aussicht stellen: „Lassen Sie uns mit den Fragen nach Fakten beginnen,...“. Zwar schränkt dies den freien Verlauf des Gesprächs stark ein, aber eine solche Interviewführung kann von Nutzen sein, wenn mit dem Interview in erster Linie Fakten gesammelt werden, die in anderer Form nicht zugänglich sind. Wenn bereits im Vorfeld des Interviews deutlich ist, dass eine Reihe von Fragen sehr technischer Natur sind oder sehr ausführliche Detailfragen beinhaltet, deren genaue Beantwortung für die Untersuchung notwendig sind, dann kann es sinnvoll sein, diese schon im Voraus per Mail zu schicken, damit der Experte eine Chance hat, die entsprechende Information zusammenzustellen. Dann kann auch das Interviewgespräch zunächst die Fragen aus der E-Mail aufgreifen, bevor die Meinungsdiskussion beginnt.

Drei Strategien, die nur bei bestimmten Expertentypen sinnvoll und nötig sind, sollen im Folgenden kurz angesprochen werden. Erkennt man frühzeitig im Interview, dass man es z.B. mit einem Bürokraten, Besserwisser, Missionar oder Geschichtenerzähler zu tun hat, ist schnell klar, dass die anvisierte oder gegebene Zeit für das Interview nicht ausreichend sein wird, wenn die Interviewerin nicht schnell eingreift. Daher ist *aktives Zeitmanagement* nötig, bei allen Experten, die aufgrund ihrer beruflichen Position wenig Zeit für das Interview haben, aber diese für ausschweifende, detailverliebte Antworten verschwenden. Dann muss die Interviewerin notfalls den Antwortfluss der Experten unterbrechen, um eine kurze Antwort bitten und darauf hinweisen, welche Punkte noch im Rahmen der begrenzten Zeit angesprochen werden sollen. Für jeden zentralen Fragekomplex des Leitfragebogens sollte daher Zeit reserviert werden und dementsprechend – wenn nötig – das Thema gewechselt werden.

Zweitens ist eine *Konkretisierungsstrategie* nötig bei allen Experten, die abstrahieren und ausweichen, wie z.B. nach unserer Typologie die Analytiker, Verkäufer, Skeptiker und Zyniker. Friedrichs und Schwinges empfehlen als Mittel gegen Ausweichen den einfachen Satz: „Das habe ich noch nicht verstanden“ (1999: 146). Diese und andere Nachfragen wie „Was bedeutet das in der Praxis?“, „Wo war das zum Beispiel der Fall?“ zwingen Experten, konkret zu werden. Daher ist es hilfreich, wenn der Leitfragebogen nicht nur allgemeine Fragen enthält, sondern auch ganz konkrete (Unter-)Fragen in Reserve hat, durch die man die Befragten besser dazu bringen kann, auf den Punkt zu kommen.

Bei ausweichenden Antworten, erst recht aber bei offenen kontra-faktisch vorgetragenen Antworten – wie dies bei Pädagogen und Demagogen der Fall sein kann –, kann auch eine *Konfrontationsstrategie* hilfreich werden, d.h. eine bewusste Konfrontation des Interviewpartners mit anderslautenden Meinungen („In der Generaldirektion XY wird aber anders darüber gedacht,...“) oder Fakten („Im Jahresbericht steht aber...“). Diese Konfrontation mit anders lautenden Informationen zwingt meist zu einer differenzierteren Darstellung durch den Interviewten, sodass die Interviewerin ein ausgewogeneres Gesamtbild erhält.¹³ Eine Konfrontationsstrategie ist nur dann sinnvoll und angemessen, wenn die Forscherin schon profunde Vorkenntnisse zum Thema haben. Andernfalls müssen Übertreibungen a posteriori bei der Auswertung die Aussagen herausgefiltert werden.

ABSCHLIEßENDE BEMERKUNGEN

Ziel dieses Beitrages war es, mit Hilfe einer Typologie zu veranschaulichen, welche gegensätzlichen Verhaltensmuster Experten im Interview zeigen. Eine solche Unterscheidung von Expertentypen ist hilfreich, da sie deutlich macht, dass nur eine aktive Interviewführung den darin enthaltenen Problematiken für die wissenschaftliche Verwertbarkeit solcher Gespräche begegnen kann. Dieser Aspekt ist in der bisherigen wissenschaftlichen Aufarbeitung des Experteninterviews als Erhebungsinstrument in den Sozialwissenschaften in nur unzureichendem Maße beleuchtet worden. Im Beitrag wurde herausgearbeitet, warum die Person des Experten und eine entsprechende Handhabung durch die Interviewerin eine entscheidende Rolle für das Gelingen oder Misslingen eines Interviews spielen kann.

Experten lassen sich nach ihrem Kommunikationsstil und nach ihrer Intention, an einem Interview teilzunehmen, unterscheiden. Entlang dieser Dimensionen wurde eine Typologie von zehn unterschiedlichen Experten entwickelt. Wir unterscheiden zwischen Informations- und Persuasionsintention bzw. nach Kommunikationsstil folgende Typen: Bürokraten und Besserwisser (detailverliebt), Geschichtenerzähler und Missionare (anekdotenhaft), Analytiker und Verkäufer (abstrahierend), Skeptiker und Zyniker (ausweichend), Pädagogen und Demagogen (ohne strengen Faktenbezug). Diese Typologie hilft, Interviewstrategien zu entwickeln, die den problematischen Verhaltensmustern, die solche Experten zeigen, entgegenwirken. Experten die gerne ihre Meinung preisgeben, kann mit einer Versachlichungsstrategie auch Faktenwissen entlockt werden. Experten, die die Tendenz haben, nur Faktenwissen weiterzugeben, lassen sich möglicherweise mit einer Bekenntnisstrategie aus der Reserve locken. Daraus ergeben sich

¹³ Zu vermeiden ist in jedem Fall die persönliche Konfrontation: „Erzählen Sie mir doch nichts...“, da dies den Expertenstatus beziehungsweise die persönliche Integrität der interviewten Person in Frage stellt und ein Interview zum Scheitern bringen kann.

aus dem jeweiligen Kommunikationsmodi verschiedene Herausforderungen für die Interviewführung, denen systematisch begegnet werden kann.

Daher ist die Rolle, die der Experte im Interview einnimmt, letztlich (mit-)entscheidend für Erfolg oder Misserfolg eines Interviews im Hinblick auf die Verwertbarkeit für die jeweilige Fragestellung. Sie determiniert neben Faktoren wie der Fragensausarbeitung, der Person und der Vorbereitung des Interviewers, die Qualität des Interviews. So wie die Form des Interviews entsprechend dem Erkenntnisinteresse gewählt werden muss, so wie die Interviewerin entsprechenden Einfluss nehmen will und kann, so bleibt doch das Verhalten des Interviewten eine entscheidende intervenierende Variable in diesem Forschungsdesign. Somit stellt das Experteninterview ein sinnvolles und ertragreiches Erhebungsinstrument dar, dessen Leistungsfähigkeit im Einzelfall allerdings an seine Grenzen stößt.

REFERENZEN

- Abels, Gabriele und Behrens, Maria (2002), ‚ExpertInnen-Interviews in der Politikwissenschaft. Geschlechtertheoretische und politikfeldanalytische Reflexion einer Methode‘, in Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich), S. 173-190
- Ackermann, Friedhelm (1999), *Soziale Arbeit zwischen Studium und Beruf: eine qualitativ-empirische Studie zur Berufseinmündung von AbsolventInnen des Fachbereiches Sozialwesen* (Frankfurt et al: Peter Lang)
- Atteslander, Peter (2000), *Methoden der empirischen Sozialforschung*, 9th edition (Berlin: Gruyter)
- Bogner, Alexander und Menz, Wolfgang (2002), ‚Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion‘, in Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich), S. 33-70
- Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.) (2002), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich)
- Brüggemann, Michael (2002), *The Missing Link. Crossmediale Vernetzung von Print und Online*. (München: Verlag Reinhard Fischer)
- Dexter, Lewis Anthony (1970), *Elite and Specialised Interviewing* (Evanston: Northwestern Univ. Press)
- Diekmann, Andreas (2000), *Empirische Sozialforschung*, 6. Auflage (Hamburg: Rowohlt)
- Friedrichs, Jürgen und Schwinges, Ulrich (1999), *Das journalistische Interview* (Opladen: Westdeutscher Verlag)
- Froschauer, Ulrike und Lueger, Manfred (2002), ‚ExpertInnengespräche in der interpretativen Organisationsforschung‘, Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich), S. 223-240
- Froschauer, Ulrike und Lueger, Manfred (2003), *Das qualitative Interview – zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme* (Wien: WUV-Universitätsverlag)
- Furtak, Florian (2001), *Nichtregierungsorganisationen (NGOs) im politischen System der Europäischen Union. Strukturen, Beteiligungsmöglichkeiten, Einfluß* (München: Tuduc)
- George, Alexander und McKeown, Timothy (1985), ‚Case Studies and Theories of Organizational Decision Making‘, in Coulam, R. and Smith, R. (Hrsg.), *Advances in Information Processing in Organizations*. (London und Greenwich: Jai Press), pp. 21-58
- Gläser, Jochen und Laudel, Grit (2004), *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse* (Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften)
- Hall, Peter (2003), ‚Aligning Ontology and Methodology in Comparative Research‘, in Mahoney, J. and Rueschemeyer, D. (Hrsg.), *Comparative Historical Analysis in the Social Sciences* (Cambridge: Cambridge University Press), pp. 373-404
- Haller, Michael (1997), *Das Interview: Ein Handbuch für Journalisten*, Reihe praktischer Journalismus 6, 2. Auflage (Konstanz: UVK-Medien)

- Heil, Stefan und Faust-Siehl, Gabriele (2000), *Universitäre Lehrerausbildung und pädagogische Professionalität im Spiegel von Lehrenden: eine qualitative empirische Untersuchung* (Weinheim: Deutscher Studien-Verlag)
- Hooghe, Liesbet (1999), ‚Supranational Activists or Intergovernmental Agents?‘, *Comparative Political Studies* 32:4, S. 435-463
- Reinecke, Jost (1991), *Interviewer- und Befragtenverhalten: Theoretische Ansätze und methodische Konzepte*. (Opladen: Westdeutscher Verlag)
- Kavai, André (2001), *Wie neoliberal ist die SPD? Sozialdemokratische Programmdiskussion im Wandel* (Stuttgart: Ibidem)
- King, Nigel (1994), ‚The Qualitative Research Interview‘, in Cassell, Catherine and Symon, Gillian (Hrsg.), *Qualitative Methods in Organizational Research* (London: Sage), S. 14-36
- La Roche, Walther von (1995), *Einführung in den praktischen Journalismus* (München und Leipzig: List)
- Mayer, Horst (2004), *Interview und schriftliche Befragung – Entwicklung, Durchführung und Auswertung* (München: Oldenbourg)
- McLaughlin, Paul (1990), *How to Interview. The Art of the Media Interview*, 2. Auflage (North Vancouver: Self-Counsel Press)
- Martens, Kerstin, Balzer, Carolin, Sackmann, Reinhold und Weymann, Ansgar (2004), *Comparing Governance of International Organisations - The EU, the OECD and Educational Policy*, TransState Working Paper No. 7, University of Bremen, <http://www.staatlichkeit.uni-bremen.de>
- Martens, Kerstin (2005), *NGOs and the United Nations – Changing Patterns of Engagement* (Basingstoke: Palgrave), forthcoming
- Meuser, Michael and Nagel, Ulrike (1991), ‚ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion‘, in Garz, Detlef and Kraimer, Klaus (Hrsg.) *Qualitative empirische Sozialforschung: Konzepte, Methoden, Analysen* (Opladen: Westdeutscher Verlag), S. 441-471
- Meuser, Michael and Nagel, Ulrike (1994), ‚Experteninterview‘, in Nohlen, Dieter (Hrsg.), *Lexikon der Politik*, (Frankfurt am Main: Büchergilde Gutenberg), Vol. 2: Politikwissenschaftliche Methoden, S. 123-124
- Meuser, Michael und Nagel, Ulrike (2002), ‚ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion‘, in Bogner, Alexander, Littig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich), S. 71-94
- Möhring, Wiebke und Schlütz, Daniela (2003), *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung* (Wiesbaden: Sozialwissenschaftlicher Verlag).
- Peck, Richard (1979), ‚Specialization of Permanent Representatives in the United Nations: Some Evidence‘, *International Organization* 33:3, S. 365-390

- Schmid, Joseph (1995), ‚Expertenbefragung und Informationsgespräch in der Parteinforschung: Wie föderalistisch ist die CDU?‘, in von Alemann, Ulrich (Hrsg.), *Politikwissenschaftliche Methoden* (Opladen: Westdeutscher Verlag), S. 293-326
- Scholl, Armin (1993), *Die Befragung als Kommunikationssituation: Zur Reaktivität im Forschungsinterview* (Opladen: Westdeutscher Verlag)
- Suzuki, Naoki (1998), *Inside NGOs. Learning to manage conflicts between headquarters and field offices* (London: Intermediate Technology Publications)
- Tenscher, Jens (2003), *Professionalisierung in der Politikvermittlung? Politikvermittlungsexperten im Spannungsfeld von Politik und Massenmedien* (Opladen: Westdeutscher Verlag)
- Trinczek, Rainer (2002), ‚Wie befrage ich Manager? Methodische und methodologische Aspekte des Experteninterviews als qualitativer Methode empirischer Sozialforschung‘ in Bogner, Alexander, Litzig, Beate, Menz, Wolfgang (Hrsg.), *Das Experteninterview - Theorie, Methode, Anwendung* (Opladen: Leske und Budrich), S. 209-222
- Vogel, Bertold (1995), ‚, Wenn der Eisberg zu schmelzen beginnt...“-Einige Reflexionen über den Stellenwert und die Probleme des Experteninterviews in der Praxis der empirischen Sozialforschung‘, in Brinkmann, Christian, Deeke, Axel, Völkel, Brigitte (Hrsg.), *Experteninterviews in der Arbeitsmarktforschung. Diskussionsbeiträge zu methodischen Fragen und praktischen Erfahrungen*. Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung Nr. 191, Nürnberg, S. 73-83

BIOGRAPHISCHE ANMERKUNGEN

Kerstin Martens ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt C4: „Internationalisierung von Bildungspolitik“ im Sonderforschungsbereich „Staatlichkeit im Wandel“ der Universität Bremen.

Telefon: +49 421 218-8733

Fax: +49 421 218-8721

E-Mail: kerstin.martens@sfb597.uni-bremen.de

Anschrift: Universität Bremen, Sonderforschungsbereich „Staatlichkeit im Wandel“, Linzer Strasse 9a, D 28359 Bremen

Michael Brüggemann ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Projekt B3: „Die Transnationalisierung von Öffentlichkeit und ihre Bedeutung für politische Ordnungen am Beispiel der EU“ im Sonderforschungsbereich „Staatlichkeit im Wandel“ der Universität Bremen.

Telefon: +49 421 218-8717

Fax: +49 421 218-8721

E-Mail: michael.brueggemann@sfb597.uni-bremen.de

Anschrift: Universität Bremen, Sonderforschungsbereich „Staatlichkeit im Wandel“, Linzer Strasse 9a, D 28359 Bremen