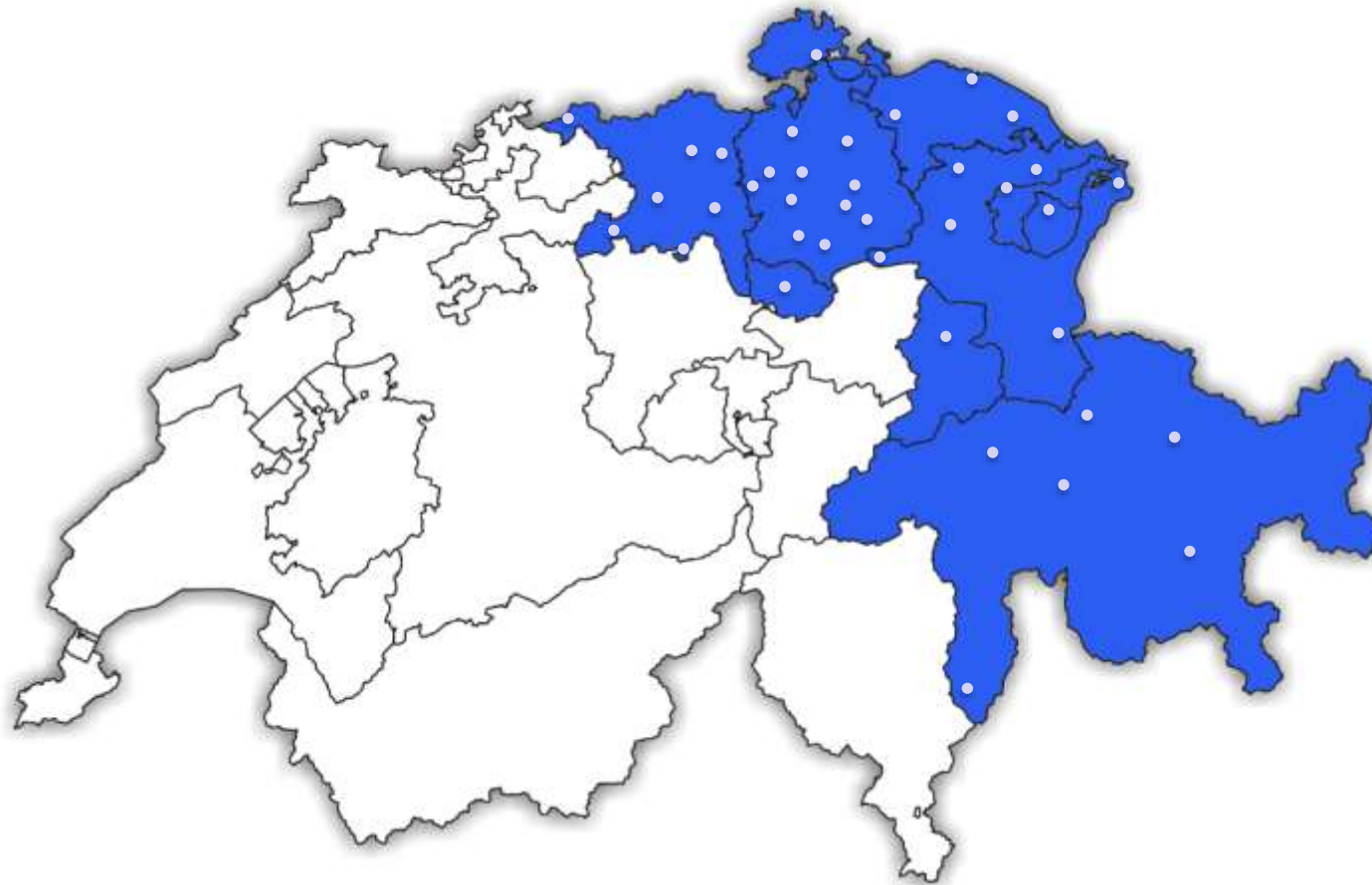

Videobasierte Online-Befragung

Schweizer Statistiktage
29. August 2018

Workshop 4A: Befragungen - Meinungen und Emotionen innovativ
messen

Julia Casutt
Angelo Wetli

Was ist AMOSA?



Beratungstätigkeit in den Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV)



Herausforderungen



Komplexer Forschungsbereich

Beratung
(dynamische Situation)



Berater/-in
(Person m. Merkmalen)



Wie können *situationsbezogene* Haltungen & Emotionen quantitativ gemessen werden?



Idee: Verwendung von Vignetten



Was sind Vignetten?

- Wortherkunft: französisch «Randverzierung», «Abzeichen»; von vigne «Weinrebe».
- Forschungsursprung: Erstmals angewendet im Rahmen der Dissertation von Peter H. Rossi, 1951 (Grundlagen):
 - Einschätzung des sozialen Status für bestimmte Berufe
 - Einschätzung der Strafhöhe für bestimmte Verbrechen
- Allgemeine Definition: Als Vignetten werden kurze Geschichten bzw. Szenarien bezeichnet, in denen eine oder mehrere Personen, der Situationskontext und das Verhalten der Protagonistinnen beschrieben werden.
- Faktorielles Design: (Kontext-)Merkmale in Vignetten werden systematisch variiert und jeweils separat abgefragt.

Video-Sequenzen als innovativer Ansatz



Schwierigkeiten

- Typische Beratungssituationen auf den RAV sind sehr heterogen (Frage nach Repräsentativität einzelner Situationen).
- Ressourcen sind beschränkt: Produktion und Einsatz von drei Videovignetten
- Videovignetten haben eine hohe Informationsdichte und entsprechend viele «Störfaktoren».
- Stories müssen kurz sein & dennoch viele Informationen enthalten.
- Videovignetten dürfen keine alles bestimmende, salienten Merkmale enthalten.
- Videovignetten müssen authentisch wirken.
- Dargestellte Beratungssituationen dürfen nicht «extrem» sein, da eine Variation zwischen den Beurteilenden gewünscht ist.

Einsatz von drei Videovignetten: Angesprochene Themen

- Hochqualifikation:
 - Sehr gut ausgebildete Person auf Tertiärstufe (ETH-Studium)
 - Augenhöhe als Problem, arbeitslose Person fühlt sich kompetenter als Beraterin
 - Gegenseitige Akzeptanz schwierig zu etablieren
 - Kontrolle und Beeinflussung der arbeitslosen Person ist schwierig
- Schwierige Person (Langzeitarbeitslosigkeit)
- Geringqualifikation

Professionelle Videoproduktion



Vignette zum Thema Hochqualifikation



Struktur Fragebogen

Allgemeine
Merkmale

Alter, Berufserfahrung,
beruflicher Hintergrund

Kontextverständnis, Ein-
stellungen, Umgang mit
Belastungen, Allianz mit
Stellensuchenden

Video-Vignetten, drei ver-
schiedene Beratungssettings



je Bewertungen &
Handlungsoptionen

Beurteilung mittels Onlinefragebogen

- Klassische Onlinebefragung von RAV-Personalberatenden im AMOSA-Gebiet, inklusive Fragen zu drei Videovignetten.
- Technische Umsetzung mittels «questionpro.com», eingebettete Videos via AMOSA-Webseite (Streaming).
- Mittlere Durchföhrdauer: 50 Minuten inkl. Videosequenzen.
- Umfangreicher Einsatz von Fragebatterien mit Ratingskalen.
- Fragebogen beinhaltet 99 Fragen, woraus 252 Variablen resultieren.
- Nettostichprobe von 387 Personen.
(Stichprobenumfang 60%, Räcklaufquote 76%)

Statistische Analysetools

- Software: R und R-Studio
- Datenaufbereitung:
 - Prüfung der Rohdaten auf Ausreisser: Hauptsächlich qualitativer Ansatz, unterstützt durch statistische Tools basierend auf Mahalanobis-Distanzen.
 - Imputation fehlender Werte mittels RandomForest-Ansatz.
- Analyse der Datenstruktur:
 - Skalenbildung mittels Korrelationsanalysen, Faktoranalysen, Clusteranalysen sowie Kennwerten zur internen Konsistenz.

Statistische Analysetools /2

- Modellierung der Komponenten / Zusammenhänge erkennen
 - Robuste (lineare) Regressionen.
 - Netzwerk-Modellierung mittels Partial-Korrelationen, penalisierte Regressionen (u.a. LASSO-Algorithmen)
- Vergleiche verschiedener Personengruppen
 - Robuste nichtparametrische Tests (u.a. Wilcoxon-Rangsummen-Test).

Schlussbericht im Frühjahr 2019 verfügbar



- 2019: *Herausfordernde Beratungskonstellationen für die RAV*
- 2017: Stellensuchende ohne Leistungsbezug
- 2015: Arbeitsmarktmobilität und Fachkräftemangel
- 2013: Brennpunkt Arbeitslosigkeit - Ergebnisse, Trends und Perspektiven
- 2011: Rekrutierungspotential von Stellensuchenden für das Gesundheitswesen
- 2010: Wiederholte Arbeitslosigkeit
- 2008: Chancen für Geringqualifizierte
- 2007: Langzeitarbeitslosigkeit
- 2005: Der Arbeitsmarkt im Gastgewerbe
- 2004: Jugendarbeitslosigkeit
- 2003: Die Entwicklung des Arbeitsmarktes im Bereich Finanzdienstleistungen



Fragen?

