

4 Methodische Vorgehensweise Forschungsarbeit

Um die Forschungsfragen zu beantworten, sowie die dazugehörigen Hypothesen zu überprüfen, wurde eine Untersuchung unter Rettungskräften in der deutschsprachigen Schweiz durchgeführt. Die Resultate dieser quantitativen sozialwissenschaftlichen Erhebung wurden in einem Interview mit dem Präsidenten der Swiss Paramedic Association, Michael Schumann, erörtert und bilden den qualitativen Forschungsteil dieser Masterarbeit.

4.1 Fragebogenerstellung

Vor der Erstellung der Fragebögen wurde eine ausführliche Recherche zu geeigneter Fachliteratur und wissenschaftlichen Publikationen durchgeführt. Dabei wurden Fachliteratur und Umfragen mit ähnlichen Themenbereichen berücksichtigt. Obwohl es zahlreiche Umfragen zur Arbeitgebermarke und Arbeitgeberattraktivität gibt, konnte man in der Literaturrecherche wissenschaftliche Publikationen aus diversen Gebieten finden, die Suche nach rettungsdienstlichem Bezug gestaltete sich deutlich schwerer. Letztendlich gab es eine empirische Untersuchung zur Arbeitgeberattraktivität aus Deutschland von Thomas Hofmann, Vorsitzender der deutschen Gesellschaft für Rettungswissenschaften e.V.¹⁰⁹ Aus dieser Aufstellung konnten wertvolle Erkenntnisse für die Erstellung der Fragebögen gewonnen werden.

Anhand des theoretischen Teils dieser Masterarbeit wurden Fragen generiert, welche die Aussagen aus dem theoretischen Teil untersuchen, sowie bei der Beantwortung der Forschungsfragen in puncto Falsifi-

109 Vgl. Hofmann, (2022)

zierung oder Bestätigung der Hypothesen helfen sollten. Alle Fragen sind mit mindestens einem Kapitel dieser Masterarbeit verknüpft. Es entstanden zwei Fragebogentypen, einer für RS (45 Fragen) und einer für Führungskräfte (41 Fragen).

4.1.1 Likert-Skala

Thomas Hofmann hat in seiner Untersuchung zur Arbeitgeberattraktivität im deutschen Rettungsdienst eine fünfstufige Likert-Skala für die Befragung seiner Zielgruppe verwendet.¹¹⁰ Die Gliederung der Likert-Skala erfolgt auf einer graduellen Antwortskala, in welcher die Teilnehmenden (TN) ihre Überzeugungen bezüglich eines bestimmten Themas angeben können. Diese Methode wird hauptsächlich für Unternehmensbefragungen verwendet und ist nach dem amerikanischen Sozialwissenschaftler Rensis Likert benannt.¹¹¹

Die Likert-Skala gibt es mit fünf oder sieben Merkmalausprägungen. Im Rahmen dieser Masterarbeit fiel die Entscheidung auf fünf Merkmale. Die Endpunkte der Fragen, bei denen die Likert-Skala eingesetzt wurde, sind bipolar formuliert. In der ungraden Likert-Skalierung, können sich die TN, durch den Mittelwert, neutral äußern. Im Gegensatz zu binären Fragen, die nur zwei Antwortmöglichkeiten zulassen, kann die Likert-Skala detailliertere Einblicke ermöglichen. An einigen Stellen im Fragebogen war es allerdings sinnvoller, binäre Fragen zu stellen.

4.1.2 Fragebogen-Plattform

Für die Erstellung der Umfrage wurden diverse Anbieter für Online-Umfragen ausgewertet. Diese Plattformen sollten einen umfassenden Datenschutz gewährleisten können, sowie für empirische Umfragen und wissenschaftliche Auswertung geeignet sein.

110 Vgl. Hofmann, (2022)

111 Vgl. Britannica, (2023)

Hier wurde die Plattform „Findmind“ ausgewählt. Sie ist für die Schweiz optimal, da alle Daten auf Servern der Firma cyon GmbH gehostet werden, deren Sitz in Basel ist. Die Umfragen sind anonym, es gibt somit keine explizit persönlichen Angaben, die durch die TN angegeben werden müssen. Die Server verfügen über eine SSL-Verschlüsselung, sodass die Erstellung, die Teilnahme und die Auswertung nicht durch unberechtigte Dritte einsehbar sind. Darüber hinaus werden keine Trackingtools verwendet. Die Kriterien der europäischen Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) sind nicht vollständig in der Schweiz anwendbar, Findmind erfüllt dennoch deren Kriterien.

Sobald die Umfrage abgeschlossen wurde, kann die Umfrage kein zweites Mal durchgeführt werden. Dies verhindert Findmind durch die Erkennung von Cookies. Diese Funktion wurde im Pretest der Fragebögen bestätigt.

Hofmann erwähnt in seiner empirischen Forschungsarbeit, dass Online-Befragungen in der Literatur mit diversen Kritikpunkten behaftet sind, diese Bedenken allerdings im Kontext zur digitalen Entwicklung als veraltet angesehen werden können.¹¹² Um die Jahrtausendwende machten Online-Befragungen gerade einmal 3% aller Befragungen aus, 2020 hingegen lag der Anteil bereits bei 55%, was deutlich die voranschreitende Digitalisierung aufzeigen konnte.¹¹³

4.1.3 Fragebögen-Pretest

Funktionalität, Sinnhaftigkeit sowie fachliche Korrektheit wurden in beiden Umfragen durch vier Personen überprüft – jede mit einem wissenschaftlichen Abschluss. Zwei davon verfügen zudem über Führungserfahrung und Personalverantwortung im Rettungsdienst. Die Rückmeldungen dieser Personen führten zu Anpassungen der Rechtschreibung und zur Elimination von 10 Fragen im RS-Fragebogen.

112 Vgl. Hofmann; Seite 35, (2022)

113 Vgl. Wagner-Schelewsky & Hering, Seite 1051, (2022)

4.1.4 Zielgruppen

Für die Beantwortung der Forschungsfragen und die Hypothesenprüfung wurden folgende Zielgruppen definiert: RS (RS-Umfrage) und Führungspersonen in Rettungsdiensten (Leadership-Umfrage). Teilnahmebedingungen RS:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Berechtigung zum Tragen des geschützten Titels: Dipl. Rettungssanitäter/in HF oder Rettungssanitäter/in NHF
- Mindestens 20% Arbeitspensum im Rettungsdienst
- Die Haupttätigkeit liegt im Rettungsdienst (Nebenbeschäftigung in Ausbildung, Sanitätsnotruf, etc. möglich)
- Keine Kaderfunktion mit Mitbestimmungsrecht für strategische und personalpolitische Entscheidungen

Folgende Kriterien wurden für die Leadership-Umfrage definiert:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Leiter/in Rettungsdienst oder stellvertretene/r Leiter/in Rettungsdienst
- Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing mitwirken

4.1.5 Verteilung und Rekrutierung

Die Leadership-Gruppe erhielt die Einladung zur Leadership-Umfrage direkt persönlich per E-Mail. Durch die direkte Verteilung konnte die Teilnahme exklusiv von qualifizierten Personen sichergestellt werden. Die Verteilung des Fragebogens für die RS-Umfrage erfolgte über den E-Mail-Verteiler der SPA, welcher über insgesamt 890 Mitglieder verfügt.¹¹⁴

114 Vgl. Boschian, (2024)

4.1.6 Automatischer Ausschluss von der Befragung

Es gibt insgesamt drei Fragen, die nach der Antwort beide Umfragen abschließen und die TN automatisch auf eine Seite weiterleiten, die ihnen den Abschluss der Umfrage mitteilt. Wenn bei den folgenden bipolaren Fragen mit „Nein“ geantwortet wird, kommt es zur automatischen Beendigung der Teilnahme:

- Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?
- Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.

Bei der Frage „In welchem Kanton sind Sie tätig?“ wird automatisch die Teilnahme von Personen beendet, die aus Kantonen außerhalb der deutschsprachigen Schweiz kommen. Alle Fragen, die zu einem direkten Ausschluss führen, wurden alle am Anfang der Umfrage gestellt.

4.1.7 Ausschluss aus der Datenerhebung

Als Ausschlusskriterium aus der Auswertung wurden Beantwortungen definiert, bei denen mehr als 10% der Fragen ausgelassen wurden. Diese Teilnahmen wurden bereinigt und die entsprechenden Datensätze nach den oben genannten Kriterien gelöscht. Dies gilt gleichermaßen für den RS- wie auch den Leadership-Fragebogen.

4.1.8 Repräsentativität

Laut dem Obsan Bulletin sind in der Schweiz insgesamt 2.500 RS im Rettungsdienst tätig.¹¹⁵ Allerdings ist unbekannt, wie viele Personen davon in der deutschsprachigen Schweiz tätig sind. Die Ermittlung der Stichprobengröße für repräsentative Ergebnisse war daher initial mit Schwierigkeiten verbunden. Mit Unterstützung durch die SPA konnte

115 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, Seite 5, (2017)

dieses Problem allerdings mit hoher quantitativer Genauigkeit behoben werden. Die SPA hat insgesamt 890 deutschsprachige aktive Mitglieder, welche in deren deutschsprachigen E-Mail-Verteiler registriert sind. Für ein Konfidenzniveau von 95%, einer Standardabweichung von 50% und einer Fehlerspanne von 5%, benötigt man eine Stichprobengröße von 270. Dafür wäre eine Beteiligung von 30,34% notwendig.

Die Ermittlung der Stichprobengröße für die Leadership-Gruppe gestaltete sich ebenfalls schwierig. Die Führungsstruktur in Schweizer Rettungsdiensten variiert zwischen einer Einzelperson bis zu einem größeren Stab. Mit Ausnahme von wenigen größeren Rettungsdiensten, werden die meisten von ein bis zwei Personen geleitet. Daher wurde bei der Studienplanung mit durchschnittlich zwei qualifizierten TN pro kontaktierten Rettungsdienst gerechnet. Insgesamt wurden 58 Rettungsdienste in der deutschsprachigen Schweiz angeschrieben, was 116 Personen entsprechen würde. Um ein äquivalentes Konfidenzniveau wie in der RS-Umfrage zu erreichen, wären insgesamt 90 Beantwortungen erforderlich, was einer Beteiligung von 77,59% entspräche. Daher fiel die Entscheidung auf ein Konfidenzniveau von 90% und einer Fehlerspanne von 10%. Die Stichprobengröße liegt bei 44 Personen. Damit mussten 37,93% der angeschriebenen Rettungsdienstleitungen an der Umfrage teilnehmen.

4.1.9 Zeitlicher Verlauf

Die Umfragen wurden beide am Freitag, dem 19. Januar 2024, initiiert. Für beide Umfragen wurden Erinnerungs-E-Mails verschickt, nachdem die Teilnahme in beiden Fragebögen stagnierte. In beiden Fragebögen wurde nach den Erinnerungs-E-Mails das angepeilte Konfidenzniveau erreicht. Der zeitliche Verlauf wurde in Abbildung 4 visualisiert.

4.2 Planung Interview

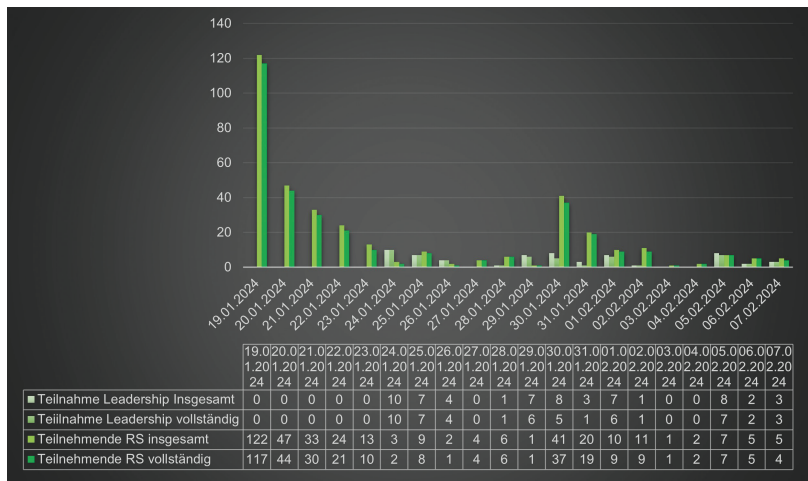


Abbildung 4: Zeitlicher Verlauf Umfragen (Quelle: Eigene Darstellung)

4.2 Planung Interview

Für das Experteninterview wurde Michael Schumann angefragt. Durch seine Position als Bereichsleiter Sanität bei Schutz & Rettung Zürich, sowie seiner Funktion als Präsident der Swiss Paramedic Association, ist er besonders geeignet, um qualitativ hochwertige Antworten und Einschätzungen zu geben.

Im Rahmen der Vorbereitung wurde die Reflexivität des Autors selbst evaluiert. Um die Neutralität und Objektivität der Ergebnisse gewährleisten zu können, ist es nämlich sehr wichtig, Verzerrungen und Voreingenommenheit zu vermeiden.

Im Vorfeld vor dem Interview wurde ein strukturierter Interviewleitfaden erstellt. Hier wurde darauf geachtet, dass die offenen Fragen alle relevanten Themen abdecken und genügend Zeit für spontane Nachfragen eingeplant wurde.

Das gesamte Interview wird transkribiert und ist im Anhang ersichtlich.

