



Coaching-Checkliste

Diese Übersicht fasst die 10 Hauptdimensionen (potenzielle Fehlerquellen, 50 spezifische Aspekte) der zweiten Buchhälfte (Hypothesencoaching) komprimiert zusammen.

Eine ausführlichere Checkliste mit Begründungen findet sich im Buch.

Farbgebung und Struktur entsprechen der dortigen Darstellung. „*egal*“ bedeutet Irrelevanz für das zu checkende Vorhaben. Seitenangaben zu den ausführlichen Erläuterungen stehen in Klammern.

<i>egal</i>	6.1	Check: Wissenschaftlichkeit		OK
	1	Erkenntnisinteresse(n) und Hypothese(n) müssen zusammenpassen.	(76)	<input type="checkbox"/>
	2	Die Hypothese darf nicht trivial und muss wissenschaftstauglich sein.	(78)	<input type="checkbox"/>
	3	Die Hypothese muss allgemeingültig sein.	(79)	<input type="checkbox"/>
	4	Die Hypothese muss eine Wahrscheinlichkeitsaussage darstellen.	(80)	<input type="checkbox"/>
	5	Die Hypothese muss widerlegbar sein.	(81)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.2	Check: Theoretische Fundierung, Nachvollziehbarkeit		OK
	1	Die Hypothese muss aus Sekundärforschung abgeleitet sein.	(83)	<input type="checkbox"/>
	2	Der Hypothese müssen vertrauenswürdige Quellen zugrunde liegen.	(85)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.3	Check: Definition, Eindeutigkeit		OK
	1	Die Hypothese muss definierte Begrifflichkeiten enthalten.	(87)	<input type="checkbox"/>
	2	Mehrere Hypothesen dürfen nicht Begrifflichkeiten variieren.	(88)	<input type="checkbox"/>
	3	Die unabhängige(n) und abhängige Variable müssen exakt sein.	(89)	<input type="checkbox"/>

	4	Die Hypothese muss eindeutig sein (nicht vage, nicht mehrdeutig).	(90)	<input type="checkbox"/>
	5	Die Hypothese darf nicht mehrdimensional sein.	(91)	<input type="checkbox"/>
	6	Die Hypothese sollte nicht zu breit (zu wenig konkret) formuliert sein.	(92)	<input type="checkbox"/>
	7	Mehrere Hypothesen sollten in „Haupt-“ und „Sub-“ strukturiert werden.	(93)	<input type="checkbox"/>
	8	Latente Merkmale dürfen nicht selbstformuliert sein.	(95)	<input type="checkbox"/>
	9	Mögliche Drittvariablen sind zu beachten.	(96)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.4	Check: Überprüfbarkeit, Testbarkeit		OK
	1	Es muss Möglichkeiten geben, die Hypothese zu überprüfen.	(98)	<input type="checkbox"/>
	2	Alle Variablen müssen entweder individuell oder kollektiv sein.	(99)	<input type="checkbox"/>
	3	Die Hypothese sollte einmalig vollständig getestet werden können.	(100)	<input type="checkbox"/>
	4	Die Hypothese darf keine internen Widersprüche enthalten.	(101)	<input type="checkbox"/>
	5	Mehrere Hypothesen dürfen einander nicht widersprechen.	(102)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.5	Check: Logik, Konsistenz		OK
	1	Die Hypothese muss in sich logisch – also nicht unschlüssig – sein.	(104)	<input type="checkbox"/>
	2	Eine klare Ursache-Wirkungs-Beziehung zwischen UV und AV ist nötig.	(105)	<input type="checkbox"/>
	3	Die unabhängige und abhängige Variable dürfen nicht vertauscht sein.	(106)	<input type="checkbox"/>
	4	Hypothese und Erhebungsvariablen müssen konsistent sein.	(107)	<input type="checkbox"/>

<i>egal</i>	6.6	Check: Arten von Hypothesen, Formulierung		OK
	1	„Wenn ..., dann“- bzw. „Je ..., desto“-Formulierungen bieten Klarheit.	(109)	<input type="checkbox"/>
	2	Inhaltliche und statistische Hypothesen dürfen nicht vermischt werden.	(111)	<input type="checkbox"/>
	3	Die statistische Nullhypothese H_0 muss korrekt formuliert sein.	(113)	<input type="checkbox"/>
	4	Die statistische Alternativhypothese H_1 muss korrekt formuliert sein.	(115)	<input type="checkbox"/>
	5	Die Hypothese muss sprachlich korrekt sein.	(117)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.7	Check: Methode, Erhebungsinstrument		OK
	1	Die Erhebungsmethode muss genau zur Hypothese passen.	(120)	<input type="checkbox"/>
	2	Das Erhebungsinstrument muss genau zur Hypothese passen.	(121)	<input type="checkbox"/>
	3	Das Erhebungsinstrument sollte nicht zu umfangreich sein.	(122)	<input type="checkbox"/>
	4	Das Erhebungsinstrument darf nicht zu kurz (unzureichend) sein.	(123)	<input type="checkbox"/>
<i>egal</i>	6.8	Check: Grundgesamtheit, Stichprobe		OK
	1	Die Grundgesamtheit muss klar definiert und hypothesenbezogen sein.	(125)	<input type="checkbox"/>
	2	Die Stichprobe muss passgenau zur Hypothese sein.	(127)	<input type="checkbox"/>
	3	Die Stichprobe muss (in allen Teilen) groß genug und erreichbar sein.	(128)	<input type="checkbox"/>
	4	Die Stichprobe muss zumindest „quasi-repräsentativ“ sein.	(129)	<input type="checkbox"/>
	5	Hypothesen sollten besser Vergleichsgruppen enthalten.	(130)	<input type="checkbox"/>