

Marlen Schulz · Birgit Mack  
Ortwin Renn (Hrsg.)

# Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft

Von der Konzeption  
bis zur Auswertung

BUNDESTAG GRUNDGESETZ POLITISCHES SYSTEM EUROPÄISCHE UNION WAHLEN VERFASSUNG INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN POLITISCHE THEORIE PARTEIEN INSTITUTIONEN POLITISCHE KULTUR POLITISCHE ELITEN PARLAMENTARISMUS DEMOKRATIE MACHT REGIERUNG VERWALTUNG FÖDERALISMUS POLITISCHE SOZIOLOGIE GLOBALISIERUNG POLITISCHE KOMMUNIKATION PARTEIENSYSTEM RECHTSSTAAT GERECHTIGKEIT STAAT POLITISCHE ÖKONOMIE POLITIK BUNDESTAG GRUNDGESETZ POLITISCHES SYSTEM EUROPÄISCHE UNION WAHLEN VERFASSUNG INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN POLITISCHE THEORIE PARTEIEN INSTITUTIONEN POLITISCHE KULTUR POLITISCHE ELITEN PARLAMENTARISMUS DEMOKRATIE MACHT REGIERUNG VERWALTUNG FÖDERALISMUS POLITISCHE SOZIOLOGIE GLOBALISIERUNG POLITISCHE KOMMUNIKATION PARTEIENSYSTEM RECHTS STAAT GERECHTIGKEIT STAAT POLITISCHE ÖKONOMIE POLITIK BUNDES TAG GRUNDGESETZ POLITISCHES SYSTEM EUROPÄISCHE UNION WAH LEN VERFASSUNG INTERNATIONALE BEZIEHUNGEN POLITISCHE THEORIE PARTEIEN INSTITUTIONEN POLITISCHE KULTUR POLITISCHE ELITEN

---

# **Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft**

---

Marlen Schulz • Birgit Mack  
Ortwin Renn (Hrsg.)

# Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft

Von der Konzeption  
bis zur Auswertung



Springer VS

*Herausgeber*  
Marlen Schulz,  
Birgit Mack,  
Ortwin Renn,  
Stuttgart, Deutschland

ISBN 978-3-531-19396-0  
DOI 10.1007/978-3-531-19397-7

ISBN 978-3-531-19397-7 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

*Einbandentwurf:* Künkellopka GmbH, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media  
[www.springer-vs.de](http://www.springer-vs.de)

# Inhalt

*Marlen Schulz, Birgit Mack, Ortwin Renn*  
Vorwort ..... 7

*Marlen Schulz*  
Quick and easy!?! Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft ..... 9

## I Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen

*Michael M. Zwick, Regina Schröter*  
Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel  
des BMBF-Projekts „Übergewicht und Adipositas bei Kindern,  
Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systemisches Risiko“ ..... 24

*Marco Sonnberger, Jürgen Deuschle, Anja Peters*  
Eine kritische Auseinandersetzung mit der Durchführung  
lebensstilbezogener Fokusgruppen  
Das Beispiel eines Projekts zum Thema Rebound-Effekte ..... 49

*Birgit Mack, Karolin Tampe-Mai*  
Konzeption, Diskussionsleitfaden und Stimuli einer Fokusgruppe  
am Beispiel eines BMU-Projekts zur Entwicklung von Smart Meter  
Interfaces und begleitenden einführenden Maßnahmen zur optimalen  
Förderung des Stromsparens im Haushalt ..... 66

## II Moderation von Fokusgruppen

*Viola Schetula, Diana Gallego Carrera*  
Konfliktsituationen in Fokusgruppen: Eine Herausforderung  
für den Moderator.  
Strategien im Umgang mit Konfliktsituationen, dargestellt am  
Fallbeispiel des Projektes „Energie nachhaltig konsumieren –  
nachhaltige Energie konsumieren. Wärmeenergie im Spannungsfeld  
von sozialen Bestimmungsfaktoren, ökonomischen Bedingungen  
und ökologischem Bewusstsein“ ..... 90

<i>Christina Benighaus, Ludger Benighaus</i> Moderation, Gesprächsaufbau und Dynamik in Fokusgruppen .....	111
---	-----

### **III Mixed-Method-Design bei Fokusgruppen**

<i>Rainer Kuhn</i> Fokusgruppen innerhalb eines between-method-Designs zur Bestimmung der Risikowahrnehmung von potenziellen Terroranschlägen .....	134
--	-----

<i>Dirk Scheer, Wilfried Konrad, Oliver Scheel, Frank Ulmer, Andreas Hohlt</i> Fokusgruppen im Mixed-Method-Design: Kombination einer standardisierten und qualitativen Erhebung .....	148
--	-----

### **IV Auswertung von Fokusgruppen**

<i>Jörg Hilpert, Ludger Benighaus, Oliver Scheel</i> <i>Unter Mitwirkung von: Angelina Bartz, Niklas Drews, Magdalena Wallkamm</i> Auswertung von Fokusgruppen mit MAXQDA am Beispiel des Projektes „Wahrnehmung der Fusionsenergie bei ausgewählten Bevölkerungsteilen“ .....	170
--	-----

<i>Michael Ruddat</i> Auswertung von Fokusgruppen mittels Zusammenfassung zentraler Diskussionsaspekte .....	195
--	-----

<i>Marlen Schulz, Birgit Mack, Ortwin Renn</i> Zusammenfassung .....	207
---	-----

# Vorwort

*Marlen Schulz, Birgit Mack, Ortwin Renn*

Unsere Gesellschaft ist durch eine Pluralität von Wissen und Werten gekennzeichnet. Dadurch gewinnen Information, Kommunikation, Dialog und Kooperation zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren immer mehr an Bedeutung. Nicht zuletzt aus diesem Grund spielen Dialog- und Partizipationsverfahren in der empirischen Sozialforschung eine zunehmend wichtige Rolle. Sie dienen unter anderem dazu, Bürger in gesellschaftliche und politische Entscheidungsprozesse einzubinden und können helfen, Konflikte frühzeitig zu identifizieren und eine Eskalation zu verhindern. Mittlerweile gibt es eine Reihe solcher Verfahren, die nach Zielsetzung, Problemstruktur, Teilnehmerzahl, Ablauf und Ressourcenaufwand differenziert werden können (z. B. Konsensuskonferenz, World-Café, Planungszellen).

Eines der Verfahren, das an der Grenze zwischen Erhebungs- und Partizipationsmethode liegt, ist die Fokusgruppe. Dabei diskutiert eine Gruppe von Bürgern in einer circa zweistündigen Veranstaltung bestimmte vorgegebene Themenfelder. Fokusgruppen haben sich in der empirischen Sozialforschung etabliert, wenn es um die Analyse von Meinungen spezifischer Zielgruppen zu konkreten Stimuli geht. Sie kommen häufig zum Einsatz, wenn es darauf ankommt, eine Forschungsfrage zielgruppengerecht, praxisnah, anschaulich und ressourcenschonend zu untersuchen. Vor allem die Möglichkeit, ohne großen empirischen und finanziellen Aufwand Forschungsfragen bearbeiten zu können, ist der Grund, warum sich Fokusgruppen in drittmittelfinanzierten Projekten immer mehr behaupten. In unserer Forschung gehören sie mittlerweile zum methodischen Standardrepertoire. Wir arbeiten vor allem in drittmittelfinanzierten Projekten bei zwei unabhängigen, aber häufig kooperierenden Forschungsinstituten:

1. ZIRN ist ein Schwerpunkt innerhalb des Internationalen Zentrums für Kultur- und Technikforschung (IZKT) an der Universität Stuttgart.
2. Dialogik ist ein gemeinnütziges Forschungsinstitut, das sich vor allem mit Kommunikations- und Dialogverfahren wissenschaftlich auseinandersetzt.

Beide Institute untersuchen systematisch, wissenschaftlich fundiert und anwendungsorientiert die Bedingungen, Voraussetzungen und Folgen nachhaltiger Technikentwicklung sowie die Risiken und Chancen dieser Entwicklungen in Wechselwirkung von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

Bei vielen unserer Forschungsprojekte werden Fokusgruppen mit Erfolg eingesetzt. Die Erfahrungen, die wir mit der Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen gemacht haben, möchten wir gerne in dem vorliegenden Sammelband präsentieren und reflektieren. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von ZIRN und Dialogik präsentieren Beispiele aus ihrer Forschungspraxis und diskutieren verschiedene methodische Aspekte, die bei der Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen zu beachten sind. Wir hoffen, mit diesem Buch dem interessierten Leser einen Einblick in unsere Forschungsarbeit und Hinweise für eine gelungene Anwendung von Fokusgruppen geben zu können. Wir danken allen Autorinnen und Autoren für ihre Beiträge.

# Quick and easy!?! Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft

Marlen Schulz

## Zusammenfassung

Fokusgruppen sind ein geeignetes und relativ ressourcenschonendes qualitatives Erhebungsinstrument, um eine begrenzte Anzahl an Bürger in einen Diskursprozess einzubinden. Sie werden vor allem in der drittmittelfinanzierten Sozialforschung eingesetzt, bei der die Ergebnisse schnell zur Verfügung stehen müssen und die Weiterentwicklung der Methodik eine untergeordnete Rolle spielt. Dieser typische Einsatzbereich ist möglicherweise für den Ruf der Fokusgruppen als „*quick and easy*“ verantwortlich.

## 1 Einleitung

Eine Fokusgruppe ist ein moderiertes Diskursverfahren, bei dem eine Kleingruppe durch einen Informationsinput zur Diskussion über ein bestimmtes Thema angeregt wird. Sie dient der Datensammlung „through group interaction on a topic determined by the researcher. In essence, it is the researchers interest that provides the focus, whereas the data themselves come from the group interaction“ (Morgan 1997: 6). Fokusgruppen werden häufig als Partizipationsverfahren angewendet, da sie die Einbindung von Bürgern in politische Entscheidungsprozesse ermöglichen. Ziel ist es nicht, Übereinstimmungen zwischen den Teilnehmern<sup>1</sup> der Diskussion zu erzielen, sondern möglichst viele unterschiedliche Facetten eines Themas zur Sprache zu bringen (vgl. Littig und Wallace 1997). Der thematische Aufhänger wird mithilfe eines Stimulus, beispielsweise in Form eines kurzen Films, eines Bildes, einer Homepage oder eines Vortrages, gesetzt. Strukturiert wird der Diskussionsprozess anhand eines Leitfadens, der ähnlich wie bei qualitativen Einzelinterviews als Orientierungshilfe für den Moderator fungiert und sicherstellt, dass alle relevanten Aspekte während einer Fokusgruppe angesprochen werden. Zudem erhöht er die Vergleichbarkeit der

---

1 In dem Sammelband wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit die männliche Schreibweise verwendet.

Ergebnisse, wenn zu einer Fragestellung mehrere Fokusgruppen mit unterschiedlichen Teilnehmergruppen durchgeführt werden. „Damit ist die Fokusgruppe eine Kombination zweier sozialwissenschaftlicher Instrumente: dem fokussierten Interview... und der Gruppendiskussion...“ (Dürrenberger und Behringer 1999: 12). In der Regel werden bei einer bestimmten Fragestellung mehrere Fokusgruppen durchgeführt, entweder mit dem gleichen Teilnehmerkreis und divergierendem Inhalt oder mit unterschiedlichen Teilnehmern und gleichem Inhalt. Als Faustregel gibt Morgan (1997) an, dass pro Projekt drei bis fünf Fokusgruppen durchgeführt werden sollten.

Mittlerweile werden Fokusgruppen nicht nur Face-to-Face, sondern auch online durchgeführt (vgl. Prickarz und Urbahn 2002). Dabei wird weniger Material produziert als bei Realgruppen. Breitenfelder et al. (2004) führen dies auf Settingeffekte zurück, nach denen die Notwendigkeit des Schreibens unter einem gewissen Zeitdruck einen starken Reduktionseffekt zu haben scheint.

## 2 Anwendungsfelder von Fokusgruppen

Die ersten Fokusgruppen wurden im Rahmen der Wirkungsanalyse von Propagandakriegsfilmen auf die amerikanische Öffentlichkeit organisiert (vgl. Merton und Kendall 1946). Etabliert hat sich die Methode in den 60er und 70er Jahren vor allem im Bereich der Marktforschung. In der sozialwissenschaftlichen Forschung zur Analyse subjektiver Deutungsmuster und individueller Repräsentationssysteme konnte sie sich gegenüber dem qualitativen Einzelinterview lange wenig behaupten (vgl. Krüger 1983). Mittlerweile gewinnt die Fokusgruppe aber zumindest im Bereich der Auftragsforschung immer mehr an Bedeutung. Die Methode der Fokusgruppe eignet sich inhaltlich besonders gut für folgende sozialwissenschaftliche Themenfelder (vgl. Elliot et al. 2006; Dürrenberger und Behringer 1999):

1. *als Testverfahren*: In diesem Zusammenhang geht es um die Wirkung von medial vermittelten Inhalten, beispielsweise in der Werbung oder im Film. Die zentrale Fragestellung lautet: Wie kann die Botschaft eines bestimmten Produkts zielgruppenspezifisch vermittelt werden? In dieser Variante werden Fokusgruppen vor allem im Bereich der Marktforschung eingesetzt, zunehmend aber auch als Test für die Entwicklung von Informationsmaterialien im Bereich der Technik- und Umweltsoziologie und der Umweltpsychologie.
2. *zur Analyse von Meinungsvielfalt*: Dieser Bereich wird beispielsweise in der Politikberatung eingesetzt. Im Rahmen von Wahlkämpfen können po-

litische Stimmungsbilder Einsicht in die Relevanzstrukturen und in Entscheidungsfindungsprozesse der Bürger geben (vgl. Dürrenberger und Behringer 1999: 12). Dabei geht es häufig nicht um die Meinung einzelner Individuen, sondern vielmehr um die Analyse sozialer Gruppen, als deren Repräsentanten die Teilnehmer fungieren. In der Regel ist in diesem Zusammenhang die Durchführung einer Reihe von Fokusgruppen notwendig.

3. *als Instrument zur Akzeptanzanalyse*: In diesem Fall geht es nicht um die reine Analyse der Meinungsvielfalt, sondern um Akzeptanzfragen, die letztendlich als Grundlage für eine anstehende Entscheidung genutzt werden können. So kann mit der Fokusgruppe die Akzeptanz eines neuen Gesetzes oder eines neuen Produktes analysiert werden, um daraufhin die Entscheidung für oder gegen einen bestimmten Entwurf zu fällen. Dabei spielen rationale aber auch emotionale Abwägungsprozesse zwischen verschiedenen Alternativen eine zentrale Rolle. In diesem Sinne können Fokusgruppen als Partizipationsinstrument, d. h. zur Einbindung von Bürgern in gesellschaftliche und politische Entscheidungen, verstanden werden.
4. *als Instrument zur Konfliktschlichtung*: Die Fokusgruppe kann zur Zusammenführung konfligierender Interessensgruppen eingesetzt werden. Die Fokusgruppe dient als Arena zum Austausch der jeweiligen Standpunkte und zur Ermittlung eines möglichen Konsenses. In dieser Funktion nimmt meist eine sehr spezifische, eng begrenzte Gruppe von Betroffenen, z. B. Anwohner einer geplanten Mülldeponie, an der Fokusgruppe teil. Der Vorteil ist, dass die konfligierenden Parteien geleitet durch einen Moderator ihre jeweiligen Argumente, Sorgen und Bedenken austauschen können. Allerdings kann der Einsatz von Fokusgruppen in diesem Bereich kritisch sein, weil die Findung eines Konsenses in dem engen Zeitfenster einer Fokusgruppe nicht immer möglich ist, zumal in der Regel mehr als zwei Interessensgruppen unterschieden werden können.
5. *zur Evaluierung bestimmter Maßnahmen*: Mithilfe der Fokusgruppe kann die Qualität einer Veranstaltung oder der Erfolg einer neuen Managementstrategie mit relevanten Akteuren diskursiv ermittelt und gemeinsam eventuelle Verbesserungsvorschläge erarbeitet werden. Der Einsatz der Fokusgruppe als Evaluierungsinstrument ist relativ neu.

Daneben werden Fokusgruppen vereinzelt als Instrument der Technikvorschau (vgl. Cuhls 2008) oder zur Analyse besonders heikler Aspekte aus dem Gesundheitsbereich (vgl. Dürrenberger und Behringer 1999) eingesetzt. Letzteres ist allerdings nicht unproblematisch. Block et al. (2010) schreiben, dass

Fokusgruppen für das Besprechen intimer, tabuisierter oder stigmatisierter Themen weniger geeignet sind. Denn das hieße, dass die Beteiligten sehr persönlicher Aspekte vor fremden Personen offen legen müssen. Zudem fehlt bei Fokusgruppen häufig die Zeit, auf die spezifische Situation einzelner Teilnehmer einzugehen, wodurch eine tiefgründige Erfassung und Analyse erschwert wird. Nicht geeignet sind Fokusgruppen außerdem für Fragestellungen, bei denen repräsentative Aussagen über eine Grundgesamtheit angestrebt werden oder wenn eine fachliche Expertise zur Mitsprache notwendig ist. In diesem Fall erscheinen andere Erhebungsverfahren, wie standardisierte Befragungen oder das Delphi-Verfahren sinnvoller (vgl. Schulz und Renn 2009).

### **3 Fokusgruppen im Forschungsprozess**

Fokusgruppen werden selten als eigenständige Methode im Forschungsprozess, sondern vor allem im Rahmen von Multi-Methods-Designs, z. B. zur Exploration quantitativer Erhebungen, eingesetzt (vgl. Breitenfelder et al. 2004). „Eine Stärke von qualitativen Methoden im Allgemeinen und Fokusgruppen im Speziellen liegt in der Exploration, das heißt in der Generierung und weniger im Testen von Hypothesen. Dies ist mit ein Grund, weshalb Fokusgruppen häufig in der explorativen Phase von quantitativen Untersuchungen eingesetzt werden“ (Bürki 2000: 101). Daneben werden zwei weitere Zeitpunkte für den Einsatz von Fokusgruppen diskutiert (vgl. Breitenfelder et al. 2004; Bloor et al. 2001; Morgan 1997): Fokusgruppen können während einer Studie, z. B. zur Interpretation von quantitativ gewonnenen Ergebnissen, oder am Ende einer Studie zur Präsentation der Ergebnisse der relevanten Zielgruppe durchgeführt werden. Beide Einsatzgebiete sind jedoch bis heute in der Sozialwissenschaft selten zu finden.

Häufig werden Fokusgruppen eingesetzt, wenn auch die Durchführung fokussierter Interviews möglich wäre (vgl. Flick 2006: 118 ff.). Allerdings benötigt man für die Realisierung von Fokusgruppen im Regelfall deutlich weniger Ressourcen, als für die Durchführung von qualitativen Einzelinterviews mit einer ähnlichen Teilnehmeranzahl notwendig wäre (vgl. Breitenfelder et al. 2004). Das ist ein Grund, warum Morgan (1997: 13) die Fokusgruppe als „quick and easy“ betitelt. Doch neben dem Ressourcenargument gibt es weitere Vorteile von Fokusgruppen gegenüber dem Einzelinterview (vgl. Pelz et al. 2004; Dürrenberger und Behringer 1999; Krüger 1983; Göll et al. 2005):

- Durch die spontane Äußerung in der Gruppe können neue Ideen stimuliert werden, die bei Einzelgesprächen verborgen bzw. unerkant bleiben.

- Aufgrund des kollektiven Wissensbestandes ist eine Fokusgruppe leistungsfähiger als Einzelpersonen.
- Die Teilnehmer haben die Möglichkeit zwischen aktiver und passiver Teilnahme zu wechseln.
- Im Vergleich zum Einzelinterview können aufgrund der Gruppengröße Interviewer- bzw. Moderatoreffekte minimiert werden.
- Zudem scheint es für den Einzelnen schwieriger, sozial erwünschte Meinungen glaubhaft und beharrlich vor einer Gruppe zu vertreten.

Der Grundgedanke ist also, dass es bei Gruppendiskussionen wertvolle gruppendynamische Effekte gibt, die das Engagement und die Auskunftsbereitschaft der Teilnehmer positiv beeinflussen. Dies wird u. a. darauf zurückgeführt, weil die Äußerung in der Gruppe den Alltagserfahrungen näher ist als die isolierte Formulierung in einem Einzelinterview (vgl. Littig und Wallace 1997).

Doch die genannten Vorteile dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass Einzelinterviews in einigen Fällen besser geeignet sind als Fokusgruppen. So produzieren nach Ansicht von Morgan (1997) Einzelinterviews einen tieferen Einblick in die Einstellungen und Erfahrungen des Befragten. Dies wird u.a. auf den Faktor Zeit zurückgeführt. Denn bei Fokusgruppen bleibt für den Einzelnen relativ wenig Redezeit. Das ist auch ein Grund, warum biografische und sehr persönliche Fragestellungen eher mit Einzelinterviews untersucht werden.

Auch eine Kombination von Einzelinterviews und Fokusgruppen im Rahmen von Multi-Methods-Designs sind denkbar: „such comparisons of individual and group interviews may be as much about context as validity. Thus, if people actually do act differently in groups that they do alone or in dyads, then group and individual interviews will necessarily demonstrate rather different aspects of the overall behavior pattern” (Morgan 1997: 12). Solche systematischen Vergleiche wurden bisher selten durchgeführt. Ein wichtiger Grund ist sicherlich das oftmals enge Zeitbudget in der Auftragsforschung (vgl. Breitenfelder et al. 2004).

#### **4 Teilnehmer von Fokusgruppen**

Die Anzahl der Teilnehmer einer Fokusgruppe liegt in der Regel zwischen sechs und zwölf Personen. Zufallsauswahlen werden selten angewendet, weil eine statistische Repräsentativität mit dieser geringen Anzahl an Personen nicht möglich ist. Allerdings können sie im konkreten Einzelfall, beispielsweise aus Marketing- oder Legitimationsgründen, eingesetzt werden. Um sicher zu gehen, dass die relevante Zielgruppe in ausreichender Anzahl vertreten ist, muss dann

eine relativ große Anzahl an Bürger eingeladen werden. Zudem muss, beispielsweise durch eine kurze Befragung erfasst werden, ob die per Zufall ausgewählten Personen zur gesuchten Zielgruppe passen. Damit erweisen sich Zufallsauswahlen bei Fokusgruppen als relativ ressourcenaufwendig.

Typischerweise erfolgt stattdessen eine bewusste Auswahl der Teilnehmer, beispielsweise nach Geschlecht, Lebensstil oder Beruf. „In der Regel werden bei Fokusgruppen Einzelpersonen in ihrer Rolle als ‚Konsumierende‘ (Marketing), ‚Betroffene‘ (politische Programme oder Maßnahmen) oder ‚Angehörige einer bestimmten Grundgesamtheit‘ (akademische Forschung) ausgewählt“ (Dürrenberger und Behringer 1999: 19). Dabei werden häufig Annoncen in regionalen Zeitschriften geschaltet, mit der Bitte, sich beim Forscherteam bei Interesse zu melden.

Allerdings kann es im konkreten Fall schwierig sein, geeignete Teilnehmer zu gewinnen. Denn die Teilnahmemotivation variiert je nach Fragestellung und persönlicher Betroffenheit. Kritisch wird es vor allem bei sehr persönlichen Themen (z. B. Sexualverhalten) oder bei moralisch strittigen oder kriminellen Verhalten (z. B. Umweltsünder, Abtreibung oder Drogenkonsum). Aber es kann auch an der Spezifität der Zielgruppe liegen. Je mehr Auswahlkriterien definiert werden, desto schwieriger wird es, Teilnehmer zu finden (z. B. Geschlecht, Alter, Bildung, Familienstand, Einkommen). In solchen Fällen können Vereine, Volkshochschulen, Selbsthilfegruppen oder ähnliche Institutionen als Erhebungseinheiten bzw. deren Vorstände oder Leiter als Gatekeeper eingesetzt werden. Besonders beliebt sind Fokusgruppen bei Jugendlichen. Dies wird auf die unter Jugendlichen üblichen Cliquen- und Gruppenbildung zurückgeführt (vgl. Littig und Wallace 1997). Zudem erhalten die Teilnehmer an einer Fokusgruppe als Incentive eine monetäre Entschädigung, die bei Jugendlichen einen größeren Anreiz darstellt als bei Personen mit einem mittleren bis hohen Einkommen.

Bei der Zusammenstellung der Teilnehmer einer Fokusgruppe kann nach soziodemografischen Variablen quotiert werden. Grundsätzlich gilt wie bei allen Dialogverfahren, dass die Gruppeneffekte aufgrund von Seniorität oder Status minimiert werden sollten. Denn Fokusgruppen funktionieren am besten, wenn sie so zusammengesetzt sind, dass alle Teilnehmenden gut miteinander sprechen können (vgl. Block et al. 2010). Aus diesem Grund sind Fokusgruppen in der Regel bezüglich sozioökonomischer und demografischer Merkmale homogen besetzt (vgl. Pelz et al. 2004; Flick 2006: 181; Breitenfelder et al. 2004). Neben dem kommunikativen Aspekt gibt es auch einen inhaltlichen Vorteil homogener Gruppen. Personen mit ähnlichem Hintergrund finden möglicherweise schneller einen gemeinsamen Nenner und Identifikations- bzw. Verbrüderungsprozesse stimulieren ehrlichere und offenerere Antworten. Die somit ermittelten

Gruppenmeinungen können mit denen anderer Fokusgruppen bzw. Personengruppen verglichen werden (vgl. Breitenfelder et al. 2004).

In der Regel ist es für die Qualität der Diskussion besser, wenn sich die Teilnehmer nicht persönlich kennen. Nur bei spezifischen Fragestellungen, beispielsweise zur Evaluierung einer Maßnahme können so genannte echte Gruppen eingesetzt werden.

## 5 Ablauf einer Fokusgruppe

Der Ablauf einer Fokusgruppe kann in drei Hauptphasen unterteilt werden (vgl. Bürki 2000). *In der ersten Phase* geht es um die Konkretisierung der Fragestellung, um die Definition der Untersuchungseinheit sowie um die inhaltliche und organisatorische Vorbereitung der Fokusgruppe. Im Konkreten heißt das:

- Problemdefinition und Formulierung von Forschungsfragen
- Bestimmung der Gruppe
- Auswahl und Schulung von Moderatoren
- Erstellen des Leitfadens und Festlegung des Stimulus
- Rekrutierung der Teilnehmer

*In der zweiten Phase* wird die Diskussion durchgeführt. Eine Fokusgruppe dauert in der Regel zwischen anderthalb und drei Stunden. Die Qualität hängt maßgeblich von der Fähigkeit des Moderators ab, alle Personen gleichermaßen einzubeziehen, eventuelle Querulanten im Zaun zu halten und zurückhaltende Personen zur aktiven Teilnahme zu animieren. Seine privaten Ansichten spielen keine Rolle. Neben dem Moderator ist in der Regel ein Assistent notwendig, der auf eventuelle Belange der Teilnehmer eingeht (z. B. Kaffee holen) und Protokoll führt, das heißt zentrale Thesen aufschreibt und sie entsprechend den Teilnehmern zuordnet. Dies kann gerade bei Fokusgruppen mit Repräsentanten verschiedener sozialer Gruppen zentral sein. Meist werden Fokusgruppen auditiv aufgenommen. Doch aufgrund von Nebengeräuschen oder technischer Probleme kann eine eindeutige Zuordnung von Person und Aussage im Nachhinein nicht immer gewährleistet werden, weshalb ein schriftliches Protokoll zusätzlich sinnvoll ist.

Doch warum werden in der Regel keine Videoaufzeichnungen eingesetzt? Neben organisatorischen Gründen gibt es einen methodischen Grund: Aus der qualitativen Sozialforschung ist bekannt, dass die Güte einer Studie mit der Nähe zur Alltagswelt der Befragten zunimmt (vgl. Lamnek 1995a). Das Wissen um die Videoaufzeichnung kann Unsicherheiten bei den Teilnehmern auslösen

und auf die Ausführlichkeit bzw. Tiefe der Antworten einen nicht unerheblichen Einfluss ausüben. Die Wirkung der verschiedenen technischen Geräte und in Dialogverfahren üblichen Materialien, wie Flipcharts oder Overheadfolien, sind bisher nicht eindeutig untersucht. Sicherlich kann damit der Eindruck einer Professionalität der Situation erhöht werden, aber möglicherweise mit dem unerwünschten Nebeneffekt einer spürbaren Zurückhaltung einzelner Teilnehmer.

*In der dritten Phase* geht es um die Datenanalyse, Interpretation und Präsentation der Ergebnisse. „Der Zielsetzung von Fokusgruppen gemäß, interessieren weniger die individuellen Diskussionsbeiträge als vielmehr das Meinungsspektrum der gesamten Gruppe“ (Pelz et al. 2004). Als Grundlage dienen Videoaufnahmen und Protokolle, aber auch Fragebögen, Audioaufnahmen oder symbolische Outputs (z. B. Collagen) (vgl. Bürki 2000: 111). Wenn bei einer Fokusgruppe mehrere Materialien eingesetzt werden, müssen alle in der Auswertung berücksichtigt werden. Dabei können beispielsweise Mind-Maps die Validität der Befunde erhöhen. Da diese während der Fokusgruppe unter dem kritischen Blick der Teilnehmer entwickelt wurden, ist hier die kommunikative Validität der Befunde besonders hoch anzusetzen.

## **6 Der Moderator einer Fokusgruppe**

Der Moderator einer Fokusgruppe hat die Aufgabe den Dialog zwischen den Teilnehmern am Laufen zu halten. Die Methode der Fokusgruppe versteht sich dabei nicht als Frage-Antwort-Spiel (vgl. Block et al. 2010). Als Kennzeichen einer erfolgreichen Diskussion gilt ein lebendiges Gespräch, das in erster Linie von den Teilnehmern getragen wird. Der Leitfaden dient dem Moderator vor allem als Gedächtnisstütze, soll aber den Gesprächsverlauf nicht determinieren. Bohnsack und Schäffer (2001) formulieren unter anderem folgende Anforderungen an einen Moderator:

- Unterlassung inhaltlicher Stellungnahmen
- Ansprechen der gesamten Gruppe bei Interventionen
- Fragen nicht an Einzelne, sondern an das Kollektiv richten
- Vermeidung der Individualkommunikation von einzelnen Teilnehmern mit dem Moderator

Neben diesen Aspekten ist es bei Audiomitschnitten wichtig, dass der Moderator darauf achtet, dass Personen nicht durcheinander reden. Der Einfluss des Moderators auf den Verlauf und die Ergebnisse der Fokusgruppen wird immer

wieder diskutiert. Dabei wird ein gewisser Effekt nicht bestritten, dennoch „there is no hard evidence that the focus group moderator’s impact on the data is any greater than the researcher’s impact in participant observation or individual interviewing“ (vgl. Morgan 1997: 14). Grundsätzlich können solche Effekte bei qualitativ gewonnenen Daten nicht verhindert werden. Sie können aber durch eine entsprechende Schulung der Moderatoren möglichst gering gehalten werden.

## **7 Auswertung von Fokusgruppen**

Bis heute gibt es kein einheitliches Verfahren für die Auswertung von Fokusgruppen. In der Regel beruht die Analyse auf einem wörtlichen Transkript. Dabei stehen im Grunde alle sozialwissenschaftlichen Auswertungsmethoden – von hermeneutischen über kontingenz-analytischen bis hin zu frequenzanalytischen Verfahren zur Verfügung (vgl. Breitenfelder et al. 2004; Lamnek 1995b; Littig und Wallace 1997). Diese Verfahren können auch computergestützt eingesetzt werden (vgl. Krueger und Casey 2000; Kuckartz 2007).

Die Auswertung auf Basis von Transkripten kann grundsätzlich auf zwei verschiedenen Ebenen erfolgen, einerseits auf der Beziehungsebene, wenn der Prozess der Meinungsbildung im Zentrum steht und andererseits auf der Inhaltsebene, wenn der Gruppenoutput relevant ist (vgl. Bürki 2000: 112). Geht es um den Prozess der Meinungsbildung, spielen Gesprächs- bzw. Sequenzanalysen eine wichtige Rolle. „Die Art und Weise, wie die einzelnen Redebeiträge oder Rede-Akte in formaler Hinsicht auf einander bezogen sind, stellt allerdings bisher ein Desiderat der Gesprächsanalyse dar“ (Bohnsack und Przyborski 2010: 233). Die einfachste Form der Auswertung zielt auf den Gruppenoutput und beinhaltet die Identifikation zentraler Themen des Gesprächs sowie eine Beschreibung und Erklärung der verschiedenen Meinungen (vgl. Block et al. 2010). Diese Themen können deduktiv aus einer Theorie oder induktiv aus den Gesprächen während der Fokusgruppen gewonnen werden. Möglich ist auch eine Kombination beider Verfahren.

Die Konzentration auf den Gruppenoutput ist typisch für die Anwendung von Fokusgruppen in der Auftragsforschung. Denn dort erfolgt Forschung häufig unter einem gewissen Zeitdruck und mit knappen Ressourcen. Neben der Auswertung auf Basis von Transkripten können auch Visualisierungen, die während der Diskussion zusammen mit den Teilnehmern entwickelt wurden, ausgewertet werden. Häufig angewendet werden grafische Verfahren, die Ergebnisse in so genannten Maps bildhaft machen (vgl. Pelz et al. 2004). Doch die Konzentration auf den Gruppenoutput sowie die Beschränkung auf visualisierte

Ergebnisse kann die Analysetiefe beeinträchtigen und bedeutet das Risiko, theoretisch interessante Dimensionen zu übersehen (vgl. Breitenfelder et al. 2004).

Bis heute werden folgende Aspekte bei Auswertungen von Fokusgruppen ignoriert:

- *Analysen von Gruppeneffekten*: Die Herausbildung von Meinungsführern kann beispielsweise einen Einfluss auf die Mitteilungsbereitschaft anderer Teilnehmer haben (vgl. Breitenfelder et al. 2004).
- *Beziehungsebene*: Das Potenzial von Fokusgruppen für die empirische Sozialforschung könnte weiter ausgebaut werden, wenn die grundlegende Frage, wie Meinungen und Einstellung im Gespräch generiert werden, erforscht würde (vgl. Littig und Wallace 1997). Dazu wäre der Einsatz von Sequenzanalysen denkbar.
- *Mimiken und Gestiken der Teilnehmer*: Da die Auswertung von Fokusgruppen selten auf Videomitschnitten beruht, können Mimiken und Gestiken der Teilnehmer nicht analysiert werden.

## 8 Beurteilung der Güte von Fokusgruppen

In der empirischen Sozialwissenschaft werden im Allgemeinen zwei Gütekriterien diskutiert: Reliabilität, das heißt die Zuverlässigkeit, Stabilität und Genauigkeit der Messung und Validität, das heißt die Gültigkeit und Belastbarkeit der formulierten Annahmen.

Generell gelten qualitative Studien als weniger reliabel als quantitative (Lamnek 1995a). Denn die Methoden der Zuverlässigkeitsprüfung der quantitativen Sozialforschung sind aufgrund mangelnder Standardisierung, der interpretativen Datenauswertung und der schwer kontrollierbaren Messung in der qualitativen Forschung nicht zu übernehmen. Reliabilität gilt hier weder als geeignetes noch als anzustrebendes Maß. Eine Reproduzierbarkeit des Datenmaterials, wie sie durch die üblichen Reliabilitätskoeffizienten geprüft werden soll, ist nicht möglich und wird auch nicht angestrebt (Lamnek 1995a).

Anders sieht es bei der Validität aus. Lamnek geht davon aus, dass die qualitative Forschung im Allgemeinen gültigere Ergebnisse als die quantitative Forschung produziert (1995a: 158 ff.). „Dies beruht auf der größeren Flexibilität, die ein Nachfragen und eine Präzisierung ermöglicht und damit einen Schutz vor Missverständnissen [...] bietet“ (Lamnek 1995a: 167).

Bisher gibt es kein anerkanntes Verfahren, um die Güte qualitativer Studien zu messen. Das betrifft auch die Beurteilung der Güte von Fokusgruppenbefunden. Konsens besteht diesbezüglich aber in folgenden Aspekten:

- Fokusgruppen liefern nicht nur explorative Informationen, sondern auch verallgemeinerbare Trends.
- Fokusgruppen und Einzelbefragungen führen zwangsläufig zu teilweise unterschiedlichen Ergebnissen. Diese Divergenz ist beabsichtigt.
- Fokusgruppenprojekte müssen ihr Forschungsdesign und die Auswertung offenlegen und transparent gestalten, damit sie nachvollziehbar und somit auch kritisierbar sind (vgl. Bürki 2000: 116).

Diese Aspekte erlauben allerdings keine Ableitung von Kriterien zur Beurteilung der Güte der Befunde. In diesem Punkt besteht noch methodologischer Forschungsbedarf.

## 9 Beiträge in diesem Sammelband

In dem vorliegenden Sammelband werden anhand konkreter Projektbeispiele aus dem technik- und umweltsoziologischen sowie umweltsychologischen Forschungsbereich verschiedene methodische Aspekte bei der Konzeption, Durchführung und Auswertung von Fokusgruppen vorgestellt.

Alle Projektbeispiele stammen aus Drittmittelprojekten, die bei ZIRN ([www.zirn-info.de](http://www.zirn-info.de)) oder Dialogik ([www.dialogik-expert.de](http://www.dialogik-expert.de)) durchgeführt wurden. In den Artikeln werden anhand konkreter Fragestellungen methodische Erfahrungen und Erkenntnisse mit Fokusgruppen präsentiert. Dabei geht es vor allem um die Aspekte Konzeption und Durchführung, Teilnehmerrekrutierung, Moderation, Kombination mit quantitativen Verfahren sowie Auswertung von Fokusgruppen. Die Inhalte der Projekte dienen dabei als Hintergrundfolie, um die methodische Vorgehensweise darzustellen, sie stehen nicht im Mittelpunkt der Artikel. Ziel des Sammelbandes ist es, praktische Erfahrungen bei der Durchführung von Fokusgruppen verständlich und kritisch zu präsentieren und zu reflektieren. Der Leser soll mithilfe dieses Buches in die Lage versetzt werden, Fokusgruppen zu konzipieren und auch mit knappen Ressourcen durchführen zu können. Methodologische Grundsatzfragen, zum Beispiel nach der Beurteilung der Güte, können dabei nur randständig behandelt werden. Folgende Artikel werden in dem Buch präsentiert:

### *I Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen*

- In dem Artikel „Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel des BMBF-Projekts Übergewicht und Adipositas bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systemisches Risiko“ geben Zwick und Schröter einen Überblick die Konzeption und Durchführung ihrer Fo-

kusgruppen. Dabei werden sowohl praktische Aspekte, wie die Sitzordnung oder die Finanzen, als auch methodische Aspekte, wie Gütekriterien thematisiert.

- Sonnberger et al. diskutieren anhand eines Forschungsprojektes zum Thema Rebound-Effekt Aspekte der Rekrutierung lebensstilbezogener Fokusgruppen. Sie präsentieren Probleme und Lösungen, die im Zusammenhang mit einer anspruchsvollen Teilnehmerrekrutierung bei Fokusgruppen auftauchen können.
- Mack und Tampe-Mai gehen in ihrem Beitrag auf die inhaltliche Konzeption von Fokusgruppen am Beispiel des Themas Smart Meter Interfaces ein. Im Mittelpunkt stehen insbesondere der Diskussionsleitfaden und die Stimuli, die während der Fokusgruppen eingesetzt wurden. Kritisch reflektiert wird, ob das gewählte Untersuchungsdesign und die gewählte Methode geeignet sind, um Handlungsempfehlungen zur Förderung eines ressourcenschonenden Umgangs mit Strom in Privathaushalten zu entwickeln.

## *II Moderation von Fokusgruppen*

- Schetula und Gallego Carrera präsentieren in ihrem Beitrag „*Konfliktsituationen in Fokusgruppen: Eine Herausforderung für den Moderator*“ verschiedene kritische Situationen in Fokusgruppen und zeigen, wie ein Moderator mit derartigen Situationen umgehen kann. Sie greifen dazu auf Transkripte eines Projektes zum Thema Wärmekonsum in Privathaushalten zurück.
- In dem Artikel von Benighaus und Benighaus „*Moderation, Gesprächsaufbau und Dynamik in Fokusgruppen*“ werden anhand eines Projektes zum Thema Wahrnehmung der Fusionstechnologie als neue Energieform Aspekte der Gruppendynamik, der Gesprächsführung und der Leitfadengestaltung diskutiert. Hier werden psychologische Mechanismen bei Gruppendiskussion berücksichtigt.

## *III Mixed-Method-Design bei Fokusgruppen*

- Kuhn präsentiert als Anwendungsbeispiel ein Projekt über die Risikowahrnehmung von potentiellen Terroranschlägen. In diesem Projekt wurde in mehrfacher Hinsicht methodisch eher ungewöhnlich vorgegangen. Zum einen wurden die Teilnehmer der Fokusgruppe bewusst heterogen zusammengesetzt und zum anderen wurden qualitative und quantitative Elemente kombiniert. Das Vorgehen und eine kritische Auseinandersetzung über die Angemessenheit präsentiert Kuhn in seinem Artikel „*Fokusgruppen innerhalb eines between-method-Designs zur Bestimmung der Risikowahrnehmung von potenziellen Terroranschlägen*“.

- Scheer et al. präsentieren in ihrem Beitrag „*Fokusgruppen im Mixed-Method-Design: Kombination einer standardisierten und qualitativen Erhebung*“ anhand eines Fallbeispiels zum Thema Energiemix der Zukunft die Möglichkeit, quantitative Elemente in das Forschungsdesign einer Fokusgruppen zu integrieren.

#### *IV Auswertung von Fokusgruppen*

- Hilpert et al. zeigen in ihrem Beitrag „Auswertung von Fokusgruppen mit MAXQDA am Beispiel des Projektes Wahrnehmung der Fusionsenergie bei ausgewählten Bevölkerungsteilen“ wie man Fokusgruppen computer-gestützt auswerten kann. Sie gehen dabei sowohl auf die Auswertungsmethode der thematischen Kodierung als auch auf technische Möglichkeiten im Umgang mit der Software MAXQDA ein.
- In dem Artikel „Auswertung von Fokusgruppen mittels Zusammenfassung zentraler Diskussionsaspekte“ zeigt Ruddat eine Möglichkeit, Fokusgruppen auf der Basis von Protokollen nachvollziehbar und effizient auszuwerten. Dabei greift er auf ein Forschungsprojekt zum Thema Mobilfunk zurück.

Jeder Artikel dieses Sammelbandes widmet sich also einem konkreten methodischen Aspekt bei der Durchführung von Fokusgruppen. Als Beispiel dienen verschiedene Drittmittelprojekte, deren Inhalte zur Veranschaulichung dienen. Sie stehen nicht im Zentrum der Darstellung. Anliegen dieses Buches ist es, Praxisbeispiele aus der empirischen Sozialforschung zu präsentieren und dabei insbesondere die Anwendung von Fokusgruppen kritisch zu reflektieren.

## **10 Literatur**

- Block, M., H. von Unger und M. Wright. 2010. Fokusgruppe. [http://www.qualitaet.aidshilfe.de/Fokusgruppe\\_Qualitaet\\_Aidshilfe\\_11248.pdf](http://www.qualitaet.aidshilfe.de/Fokusgruppe_Qualitaet_Aidshilfe_11248.pdf) (Stand: 10.08.2011).
- Bloor, M., J. Frankland, M. Thomas and K. Robson. 2001. *Focus Groups in Social Research*. London: Sage.
- Bohnsack, R. und B. Schäffer. 2001. Gruppendiskussionsverfahren. In *Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Bd. 2 Einführung in die Forschungsmethodik und Forschungspraxis*, Hrsg. T. Hug, 324-341. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren.
- Bohnsack, R. und A. Przyborski. 2010. Diskursorganisation. Gesprächsanalyse und die Methode der Gruppendiskussion. In *Das Gruppendiskussionsverfahren in der Forschungspraxis*, Hrsg. R. Bohnsack, A. Przyborski und B. Schäffer, 233-249. Opladen & Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich.
- Breitenfelder, U., C. Hofinger, I. Kaupa und R. Picker. 2004. Fokusgruppen im politischen Forschungs- und Beratungsprozess. *Forum Qualitative Sozialforschung* 5. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0402254> (Stand: 10.08.2011).