

## **Fokusgruppe**

Autor/-innen:Block/Unger/Wright     Dateiname: Fokusgruppe\_Qualitaet\_Aidshilfe\_11247.pdf

Eine Fokusgruppe ist eine moderierte Gruppendiskussion von sechs bis zehn Personen, die ein im Voraus festgelegtes Thema zielgerichtet bearbeitet. Die Diskussion dauert ein bis zwei Stunden.

In der Gesundheitsförderung und Prävention werden Fokusgruppen eingesetzt, um zu allen Phasen der Planung und Durchführung eines Projekts Rückmeldungen von Personen aus der Zielgruppe zu bekommen. Die Stärke der Fokusgruppe ist, dass sich ein Projekt in relativ kurzer Zeit über die Sicht der Zielgruppe auf ein Gesundheitsproblem oder eine (geplante) Intervention informieren kann und dabei auch Einblicke in die Lebenswelt der Zielgruppe gewinnt. Die Fokusgruppe ist eine Methode aus der Marktforschung, die international auch im Gesundheits- und Sozialwesen breite Anwendung findet.

## **Voraussetzungen**

Ein Ort, an dem die Gruppe ohne Störung diskutieren kann

Erfahrungen in der Moderation von Gruppengesprächen

Ein klar definiertes Thema

## **Anwendungsbereiche**

Feststellung des Bedarfs einer Zielgruppe

Testen eines Projektkonzepts

Entwicklung neuer Ideen für die Projektarbeit

Überprüfung der Akzeptanz eines Angebots

Untersuchung der Wirkung eines Angebots

## **Überblick über die Arbeitsschritte**

1. Festlegen eines Themas für die Diskussion
2. Entwicklung eines Leitfadens für die Diskussion
3. Organisation eines Ortes
4. Festlegen der Zusammensetzung der Gruppe
5. Gewinnen von Personen aus der Zielgruppe für die Teilnahme
6. Durchführung der Diskussion (Moderation und Festhalten der Ergebnisse)
7. Auswertung der Ergebnisse

## **Aufwand**

### *Zeit*

Die Durchführung der Diskussion dauert ein bis zwei Stunden. Die Planungsdauer (Arbeitsschritte 1-3) ist von den projektinternen Prozessen abhängig. Die Dauer der Auswertung hängt von Umfang und Komplexität der Fragestellung sowie von den Ansprüchen der Einrichtung ab.

### *Personal*

Mindestens ein Mitarbeiter bzw. eine Mitarbeiterin ist für die Durchführung der Fokusgruppe erforderlich. Idealerweise sind zwei Personen an der Durchführung beteiligt: eine ist für die Moderation zuständig, die andere für das Protokollieren der Ergebnisse sowie für organisatorische Arbeiten (wie Bsp. Audioaufzeichnung).

### *Material*

Ein Schreibblock für das Protokollieren des Gesprächs. Von Vorteil ist auch ein Tonaufnahmegerät für die Aufzeichnung der Diskussion.

### *Andere Kosten*

Als Anreiz für die Teilnahme an der Diskussion können z.B. Gutscheine oder eine Aufwandsentschädigung angeboten werden.

Getränke und Kleinigkeiten zum Essen können während der Diskussion zur Verfügung gestellt werden.

Eine Transkription (Verschriftlichung) des auf dem Tonträger aufgenommenen Gruppengesprächs sollte geplant werden.

## **Arbeitsschritte im Einzelnen:**

### *1. Festlegen eines Themas für die Diskussion*

Ein klar definiertes Thema ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg einer Fokusgruppe. Dieses Thema kann zu einem bestehenden oder geplanten Angebot oder eine Fragestellung sein.

### *2. Entwicklung eines Leitfadens für die Diskussion*

Der Leitfaden ist eine Zusammenstellung der wichtigsten Fragen, die im Rahmen der Diskussion beantwortet werden sollen. Der Leitfaden sollte nicht zu umfassend sein (max. 5 Fragen). Er ist für die Moderation, nicht für die Teilnehmenden der Fokusgruppe gedacht. Der Leitfaden dient der Vorbereitung

und Fokussierung des Gesprächs - er soll während der Diskussion eine Orientierung bieten, die Fragen müssen allerdings nicht in der Reihenfolge des Leitfadens diskutiert werden.

### *3. Organisation eines Ortes*

Für die Diskussion soll ein Ort organisiert werden, der zu einem Gespräch einlädt und, an dem sich die Teilnehmenden wohlfühlen. Öffentliche Orte wie Parks, Restaurants etc. sind hier nicht ausgeschlossen, solange ein Gruppengespräch ohne Störung stattfinden kann. Um schwer erreichbare Zielgruppen für die Diskussion zu gewinnen, kann es notwendig sein, sie an den von ihnen bevorzugten Orten zu rekrutieren und ggf. auch die Diskussion dort durchzuführen. Ein Stammtisch kann eine ideale Fokusgruppe bilden!

### *4. Zusammensetzung der Gruppe festlegen*

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen die wesentlichen Merkmale der Zielgruppe verkörpern, die von der Projektarbeit erreicht werden sollen. Wenn diverse Zielgruppen vom gleichen Angebot angesprochen werden sollen, ist es ratsam, mehrere Fokusgruppen durchzuführen. Fokusgruppen funktionieren am besten, wenn sie so zusammengesetzt sind, dass alle Teilnehmenden gut miteinander sprechen können. Dazu dürfen sie nicht zu unterschiedlich sein.

### *5. Personen aus der Zielgruppe für die Teilnahme an der Fokusgruppe gewinnen*

Um Teilnehmerinnen und Teilnehmer für eine Fokusgruppe zu gewinnen, ist es wichtig, verständlich zu machen, wie ein solches Gruppengespräch aussieht und was das Ziel dieser Fokusgruppe ist. Das Thema, der Ort und die voraussichtliche Dauer des Gesprächs sollten erklärt werden, ebenso wie die vertrauliche Behandlung der Inhalte der Diskussion (Aussagen werden anonymisiert).

### *6. Durchführung der Diskussion (Moderation und Festhalten der Ergebnisse)*

Im besten Fall wird die Fokusgruppe von zwei Personen durchgeführt, eine für die Moderation, die andere für die organisatorischen Arbeiten sowie für das Festhalten der Ergebnisse. Die Moderation sorgt dafür, dass zu den im Leitfaden formulierten Fragen eine Diskussion entsteht. Anfangs wird noch mal die Fragestellung und die Möglichkeit, Fragen zu stellen erläutert.

Der Umgang miteinander und mit den Inhalten wird gemeinsam festgelegt: Vertraulichkeit, respektvoller Umgang mit unterschiedlichen Meinungen, Ausreden lassen etc. Zu beachten ist, dass alle zu Wort kommen (können). Die Moderation hilft dabei, Meinungen zu äußern und die Gründe für diese Meinungen zu erklären. Der Gesprächsverlauf und dessen Ergebnisse werden schriftlich protokolliert (mit möglichst vielen anonymisierten Zitaten aus der Diskussion) und möglichst auch mit einem Tongerät aufgenommen.

### *7. Auswertung der Ergebnisse*

Die Auswertung der Ergebnisse besteht darin, die im Laufe der Diskussion geäußerten Meinungen zu verstehen und deren Folgen für die Weiterentwicklung der Projektarbeit zu reflektieren.

Die einfachste Form der Auswertung beinhaltet die Identifikation zentraler Themen des Gesprächs und eine Beschreibung und Erklärung der verschiedenen Meinungen dazu. Diese Themen können den Fragen des Leitfadens entsprechen oder neue Themen sein, die von der Fokusgruppe aufgeworfen wurden. Für die Zusammenfassung und Auswertung der Fokusgruppe wird das Protokoll herangezogen. Es ist sinnvoll, auch die Tonaufnahme zur Ergänzung des schriftlichen Protokolls zu nutzen.

Aufwändiger ist die wörtliche Verschriftlichung (Transkription) der Audioaufnahme und die wissenschaftliche Auswertung des Gesprächs, z.B. mit Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse oder der Gesprächsanalyse. Die Verschriftlichung und wissenschaftliche Auswertung kann zu genaueren Ergebnissen führen. Es sollte allerdings abgewogen werden, ob der dafür benötigte Zeitaufwand im Verhältnis zum Nutzen steht.

### **Achtung !**

Die Fokusgruppe ist kein offener Ideenaustausch, sondern eine geleitete Diskussion mit einer klaren Zielsetzung (nämlich Rückmeldungen zu einem bestimmten Thema zu bekommen).

Die Fokusgruppe ist keine allgemeine Feedback-Runde zur Arbeit des Projekts (die Moderation sollte also darauf achten, dass das Gespräch nicht zu sehr abdriftet).

Die Fokusgruppe ist eine Methode der Diskussionsführung, kein Frage-Antwort-Spiel. Ein Kennzeichen einer erfolgreichen Fokusgruppe ist ein lebendiges Gespräch, das in erster Linie von den Teilnehmenden getragen wird (d.h. die Moderation sollte nicht zu strikt am Leitfaden hängen, sondern diesen flexibel benutzen, um die Diskussion zu stimulieren).

Ein schriftliches Protokoll bietet eine sehr eingeschränkte Grundlage für die Auswertung, da oft viele wichtige Details verloren gehen. Auch wenn keine Transkription möglich ist, sollte das Gespräch mittels Tonaufzeichnung festgehalten werden. Im Protokoll sollten möglichst viele "O-Töne" (anonymisierte Zitate) aus dem Gespräch protokolliert werden, um die Ergebnisse besser nachvollziehbar und konkreter zu machen.

Die Fokusgruppe ist eine Methode, um Gruppenmeinungen zu erfahren. Der Einfluss der Gruppe auf die individuelle Meinung gehört zur Dynamik. Aus diesem Grund ist die Fokusgruppe für das Besprechen intimer, tabuisierter oder stigmatisierter Themen weniger geeignet.

### **Weitere Tipps**

Das Thema muss präzise, klar und verständlich formuliert werden.

Bei der Gruppenbildung ist zu beachten, dass deren Mitglieder miteinander ins Gespräch kommen können. Bekannte persönliche oder ideologische Konflikte müssen bei der Zusammensetzung der Gruppe berücksichtigt werden.

Im Zweifelsfall, z.B. wenn die Ergebnisse einer Fokusgruppe uneindeutig sind oder wenn der Eindruck entsteht, dass wichtige Meinungen im Rahmen der Fokusgruppe nicht geäußert wurden, können weitere Fokusgruppen unter Beteiligung anderer Personen aus der Zielgruppe, aber mit

Anwendung des gleichen Leitfadens durchgeführt werden. Wenn keine neuen Informationen aus einer Folgegruppe erwachsen, ist dies ein Anzeichen dafür, dass das Wesentliche erfasst wurde.

Eine Fokusgruppe fördert die gemeinsame Gruppenerfahrung. Wichtige Aspekte hierfür sind eine gute Atmosphäre, Raum und Zeit und ggf. professionelle Begleitung (Moderator oder Moderatorin).

### **Literatur und Links**

Zur Methode der Fokusgruppe:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Fokusgruppe> (Stand: 13.3.08)

<http://www.metaworks.at/gruppendiskussionen.htm> (Stand: 13.3.08)

<http://www.vocatus.de/datenerhebung/fokusgruppen.php?highlight=Fokusgruppe> (Stand: 13.3.08)

[http://www.uibk.ac.at/smt/marketing/files/ubik\\_marketing\\_fg.pdf](http://www.uibk.ac.at/smt/marketing/files/ubik_marketing_fg.pdf) (Stand: 13.3.08)

Wissenschaftliche Literatur:

Dürrenberger, G. & Behringer, J. (1999). Die Fokusgruppe in Theorie und Anwendung. Akademie für Technikfolgenabschätzung: Stuttgart.

Englischer Text: Krueger, R. (1994). Focus Groups. London: Sage Publications.

Bohnsack, R. (2004). Gruppendiskussion. In U.Flick, E.v.Kardorff, I.Steinke (Hg) Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek:Rowohlt, S. 369-384.

Text über eine Auswertungsmethode: Pelz, C., Schmitt, A. & Meis, M. (2004). Knowledge Mapping als Methode zur Auswertung und Ergebnispräsentation von Fokusgruppen in der Markt- und Evaluationsforschung. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 5(2), Art. 35. Verfügbar über: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04pelzetal-d.htm> [Datum des Zugriffs: 14.3.2008].

Literatursammlung zu Gruppendiskussionen:

<http://www.qualitative-research.net/organizations/or-gr-l-d.htm> (Stand: 13.3.08)