
Qualitative Datenerhebung mit Online-Fokusgruppen

Ein Bericht aus der Praxis

Herbert Prickarz, Global Park & Dr. Julia Urbahn, Vocatus AG

Einleitung

Die Markt- und Sozialforschung hat im Laufe der letzten Jahre die meisten ihrer „traditionellen“ Instrumente in den Online-Bereich übertragen.

Im qualitativen Bereich werden Online-Fokusgruppen - auch „Chats“ genannt - zu einem immer beliebteren Verfahren. Es existieren viele Beiträge, die Vor- und Nachteile von Online- versus Offline-Fokusgruppen erörtern oder sich mit den generellen Besonderheiten dieser Datenerhebungsform auseinandersetzen (vgl. z.B. Solomon, 1998; Rezabek, 2000; Görts, 2001). Recht wenig wurde indessen zur konkreten Durchführung von Fokusgruppen publiziert.

Dieser Artikel möchte als „ein Bericht aus der Praxis“ konkrete Empfehlungen zu Untersuchungsdesign und Vorgehensweise bei Online-Gruppendiskussionen geben. Wir profitieren dabei von den umfangreichen Erfahrungen, die wir in der Konzipierung und Durchführung von Online-Fokusgruppen bei Globalpark GmbH bzw. der Vocatus AG sammeln konnten. Diese Erfahrungen beziehen sich auf unterschiedlichste Zielgruppen von wissenschaftlichen Experten bis hin zu Endverbrauchern auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene. Auch die Themengebiete sind breit gefächert und umfassen nicht nur marktforschungsspezifische Fragestellungen, sondern beispielsweise auch Diskussionen über Unternehmensleitbilder mit Führungskräften von Konzernen und (sozial-)wissenschaftliche Fragestellungen.

Übergeordnetes Ziel des Beitrags ist dabei, Hinweise zu liefern, wie mit Online-Fokusgruppen Daten von hoher Qualität erzeugt werden können. Diese Datenqualität sowie insbesondere Faktoren, die sie beeinflussen, werden auf mehreren Ebenen beleuchtet:

- **Methodenimmanente Datenqualität:** Online-Fokusgruppen bieten im Vergleich zu Offline-Diskussionen eine Reihe von Vorteilen, die sich aus der Methode selbst ergeben. Diese Vorteile gehen deutlich über das gängige Argument hinaus, dass Online-Fokusgruppen schneller und kostengünstiger als die Face-to-Face-Variante durchführbar sind.

- Softwarebedingte Einflüsse auf die Datenqualität: Eine geeignete Software zur Durchführung von Online-Fokusgruppen benötigt umfassende Funktionen, damit die Diskussion komfortabel geleitet und ausgewertet werden kann.
- Teilnehmerbedingte Einflüsse auf die Datenqualität: Der Chat lebt von den Beiträgen der beteiligten Personen. Aus diesem Grund ist die Auswahl der Diskussionsteilnehmer sehr wichtig für die Beitragsgüte und Umsetzung der projektspezifischen Fragestellung.
- Durch die Kompetenz des Moderators bedingte Einflüsse auf die Datenqualität: Für Moderationsneulinge, aber auch für erfahrene Leiter von Offline-Diskussionen gilt, dass Chats anderen Regeln folgen und andere Dinge zu beachten sind als in der Face-to-face-Kommunikation. Von der Fähigkeit des Moderators, dem Medium entsprechend angemessen zu agieren, hängen Diskussionsverlauf und letztendlich die Datenqualität ganz entscheidend ab.

Methodenimmanente Datenqualität

Online-Fokusgruppen verfügen als innovatives Instrument der qualitativen Markt- und Sozialforschung über eine ganze Reihe von Vorteilen gegenüber traditionellen Offline-Diskussionen, die durch die Methode selbst bedingt sind:

- *Anonymität:* Im Gegensatz zur Offline-Fokusgruppe bleiben Chat-Teilnehmer meist anonym. Dadurch sind die „sozialen Eintritts- und Austrittskosten“ (Naderer & Wendpap, 2000) wesentlich geringer - Teilnehmer verhalten sich gerade bei sensiblen Themen weniger sozial erwünscht, und auch zurückhaltendere Personen beteiligen sich reger an der Diskussion. Zudem zeigt die Erfahrung, dass in anonymen Online-Diskussionen Meinungen vehementer vertreten werden, es weniger stark zu Konsensbildungen innerhalb der Diskussionsrunde kommt und sich der Unterschied zwischen Vielrednern und Teilnehmern mit geringerem Mitteilungsbedürfnis nivelliert.

Für den Moderator wird es jedoch schwieriger, die unterschiedlichen Beiträge über einen längeren Chat den Personen zuzuordnen, insbesondere, wenn die Nicknames nicht einprägsam sind und die Diskussion sehr zügig verläuft.

- *Non-verbale Kommunikation:* Die fehlende non-verbale Kommunikation bei Online-Diskussionen bietet eine Reihe von Vorteilen: Eine Kontrolle der eigenen Gestik und Mimik ist nicht notwendig, physische Attraktivität spielt keine Rolle, und es werden in geringerem Maße implizite Persönlichkeitstheorien, basierend auf dem körperlichen Erscheinungsbild, generiert. Des Weiteren können sich die Teilnehmer lediglich auf die geschriebenen Beiträge der anderen beziehen. Hierdurch gehen keine Informationen wie bei einem Transkript einer Offline-Diskussion verloren. Zudem wird oft eine höhere Informationsdichte bei geringerer Wortzahl erreicht. Fehlende non-verbale Kommunikation führt hier also zu einer Verdichtung von Inhalten.

Nachteile sind auf der anderen Seite, dass durch nicht vorhandene non-verbale Kommunikation ein wichtiger Kanal der Eindrucksbildung entfällt. Der Mangel an Gestik und Mimik nimmt dem Moderator die Möglichkeit, durch Blickkontakt oder andere „Cues“ die Teilnehmer zu beeinflussen, aufzufordern, zurückzuweisen oder non-verbale Kontrapunkte zu setzen. Des Weiteren ist ein autoritärer Eingriff in Offline-Gruppen durch unterstreichende Gestik unmöglich. Die Atmosphäre ist schwerer „einzufangen“ und in manchen Bereichen sind Online-Diskussionen nicht möglich, so z.B. bei der Gestalttherapie oder dem Psychodrama. Diese Aspekte kann - je nach Zielsetzung einer Studie - von Relevanz sein und sollte bei der Auswahl der Methode berücksichtigt werden.

- *Effekte des Mediums:* Bei Online-Diskussionen fällt die Studioatmosphäre weg, die Teilnehmer nehmen in vertrauter Umgebung an der Diskussion teil. Geringere Gehemmtheit und offene Kommunikation sind das Resultat. Die Kehrseite der Medaille ist, dass störende Einflüsse wie beispielsweise anwesende Dritte oder gleichzeitige Telefonate der Teilnehmer vom Moderator nicht kontrolliert werden können, ja nicht einmal bemerkt werden.
- *Erreichbarkeit:* Bei Offline-Fokusgruppen stellt sich oft heraus, dass alle Beteiligten in einer Stadt wohnen oder zumindest aus derselben Region stammen. Solche regionalen Konzentrationen sind je nach Fragestellung häufig unerwünscht (so wird z.B. eine Diskussion um die Erhöhung der Benzinpreise aufgrund der Öko-Steuer eventuell einen völlig anderen Verlauf nehmen, wenn Landbewohner mitdiskutieren, die i.a. weitere Wege zurücklegen müssen). In Online-Diskussionen ist die Gefahr solcher Konzentrationen besser kontrollierbar (auf die bewusste Auswahl von Teilnehmern wird weiter unten eingegangen).

Neben diesen inhaltliche Argumenten, die bei vielen Fragestellungen die Durchführung einer Online- gegenüber einer Offline-Diskussion nahelegen, sprechen natürlich auch Kosten- und Zeiterparnisse für die Online-Variante. Diese ergeben sich dadurch, dass Teilnehmer und Moderator keine Reisekosten und -zeitaufwendungen haben - gerade bei überregionalen oder gar internationalen Fokusgruppen ein zentraler Vorteil. Auch bei der Auswertung werden zeitliche und personelle Ressourcen gespart, da das Transkript unmittelbar nach der Diskussion bereits verfügbar ist. Die durch die Anschaffung von geeigneter Software entstehenden Kosten sind demgegenüber meist vernachlässigbar.

Softwarebedingte Einflüsse auf die Datenqualität

Um ein geeignetes Untersuchungsdesign und die Kompetenzen des Moderators umzusetzen zu können, muss eine geeignete Software zur Verfügung stehen deren Funktionsumfang mitentscheidend für die Datenqualität ist.

Im folgenden wird anhand der einzelnen Module von *Quasimeto*, einer von *Globalpark* entwickelten Software zur Durchführung von Online-Fokusgruppen illustriert, welche Funktionen ein geeignetes Instrument besitzen sollte (vgl. Temme, 2000).

Die Darstellung folgt der Gliederung in Administrations-, Datenerhebungs- und Auswertungsmodul:

Um eine Fokusgruppensitzung komfortabel verwalten und durchführen zu können, ist ein umfangreiches *Administrationsmodul* von Vorteil.

Eine zentrale Funktion sollte hier die Teilnehmerverwaltung sein. Es muss festgelegt werden können, welche Teilnehmer zur Diskussion zugelassen sind, indem Benutzernamen und Passwörter eingerichtet werden. Zudem sollten mit unterschiedlichen Rechten verbundene unterschiedliche Stadien an die Beteiligten vergeben werden können, nämlich *Moderator*, *verdeckter Beobachter* oder *Teilnehmer*. Es dient der Übersichtlichkeit, wenn Beiträge dieser unterschiedlichen Teilnehmergruppen später in der Diskussion in unterschiedlichen Farben erscheinen.

Der *Moderator* benötigt die umfangreichsten Rechte. Er muss die Möglichkeit haben, auf den Leitfaden zuzugreifen, Teilnehmer reglementieren, mit verdeckten Beobachtern kommunizieren und alle Aktionen sehen zu können, die sich im virtuellen Diskussionsraum ereignen.

Diskussionsteilnehmer sollten selbstverständlich Beiträge in den Chat einbringen können, die von allen Teilnehmern gelesen werden. Sinnvoll ist es darüber hinaus noch, wenn der einzelne Teilnehmer mit dem Moderator flüstern kann, um z.B. Dinge anzumerken, die nicht dem Diskussionskreis, sondern nur dem Gesprächsführenden zukommen sollen.

Verdeckte Beobachter haben in einer Offline-Fokusgruppe eine eher passive Rolle. Es ist zweckmäßig, wenn sie für die regulären Diskussionsteilnehmer nicht sichtbar sind. Der Status des verdeckten Beobachters wird oft an Kunden vergeben, die während der Diskussion zugegen sein möchten. Eine Kommunikation mit dem Moderator sollte deshalb jederzeit möglich sein, so dass Kundenwünsche oder Anmerkungen berücksichtigt werden können und in der Diskussion durch den Gesprächsleiter umgesetzt werden.

Das *Datenerhebungsmodul* als Kern einer Software sollte folgende Funktionen besitzen, damit der Moderator eine Online-Diskussion komfortabel leiten und mit den Teilnehmern auf vielfältige Weise interagieren kann (vgl. zur folgenden Nummerierung Abbildung 1):

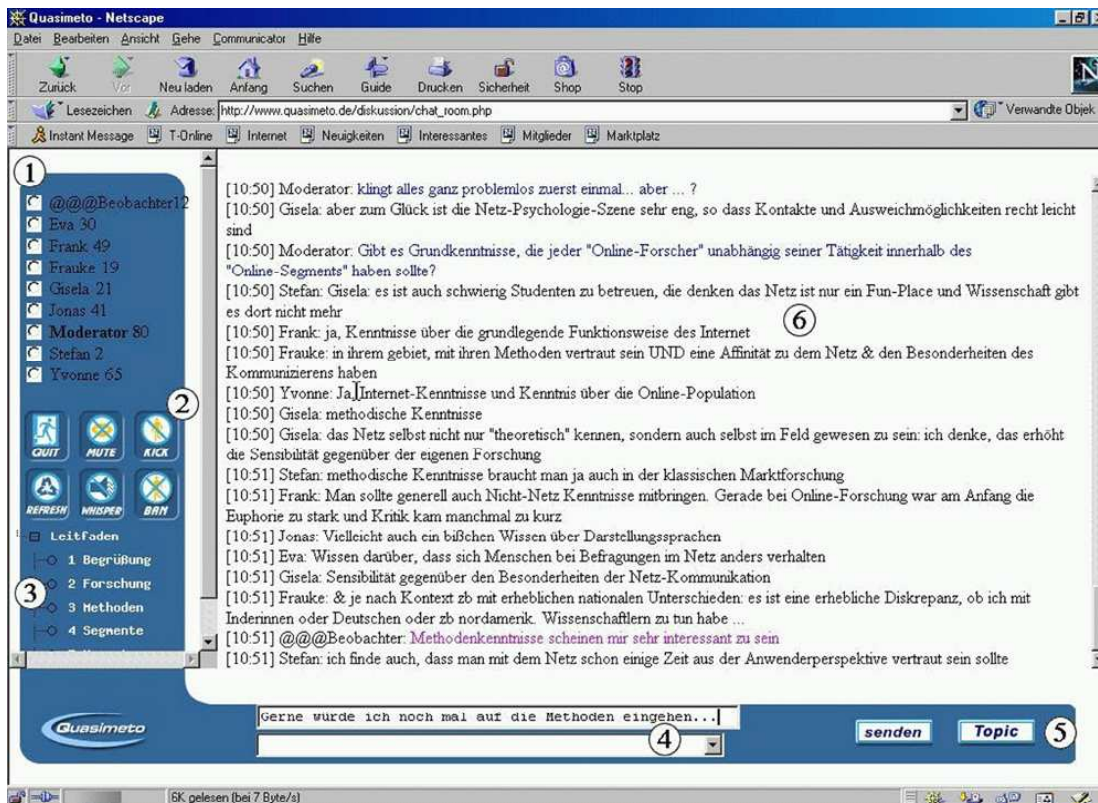


Abbildung 1

zu 1: Nickname-Liste: Hier werden alle im virtuellen Diskussionsraum anwesenden Personen (verdeckte Beobachter und Diskussions Teilnehmer) aufgeführt. Zudem ist eine Funktion sinnvoll, die angibt, wie lange ein Teilnehmer schon nicht mehr aktiv war, damit der Moderator auf weniger engagierte Teilnehmer eingehen und sie direkt ansprechen kann. Quasimeto gibt hinter dem Nick des Teilnehmers die Sekunden an, die seit seinem letzten Beitrag verstrichen sind.

zu 2: Wichtig sind u.a. Funktionen, mit denen der Moderator sich nicht angemessen verhaltende Teilnehmer temporär (hier: „mute“, „kick“) oder dauerhaft (hier: „ban“) von der Diskussion ausschließen kann. Vor dem Ausschluss eines Teilnehmers sollte jedoch mit dem Teilnehmer „unter vier Augen gesprochen werden“. Dazu dient die Whisperfunktion des Chats, die auch für andere Mitteilungen verwendet werden kann (z.B. eines eigenen Mitarbeiters, der sich als *advocatus diaboli* ausgibt und neue Impulse durch produktive Beiträge – mit dem Moderator abgesprochen – einbringt).

zu 3./4: Die Verwendung eines (möglichst in mehrere Ebenen gliederbaren) Diskussionsleitfadens sollte unbedingt möglich sein, da er ein Thema strukturiert und dem Moderator vorab definierte Fragen (und eventuell auch vorgefertigte eigene Beiträge) schnell verfügbar macht. Wurde der Gesprächsleitfaden in Zusammenarbeit mit dem Kunden erstellt, bietet er sowohl dem Auftragnehmer als auch dem Auftraggeber Sicherheit, da die wichtigen Punkte in gegenseitiger Übereinkunft abgestimmt wurden. Der Leitfaden sollte während der Diskussion editierbar sein, damit die Beiträge dem Sprachniveau und/oder dem Diskussionsverlauf angepasst werden können.

zu 5: Der Moderator sollte die Möglichkeit besitzen, bestimmte eigene Beiträge optisch durch eine andere Formatierung und Farbe hervorzuheben (hier: „Topic“). Da die Autorität des Gesprächsleitenden im Chat schwerer als in Face-to-Face-Gruppendiskussionen zu bewahren ist, gleicht die stärkere optische Gewichtung eines Beitrages einer Zäsur in der Diskussion und kann z.B. dazu verwendet werden, einen neuen Diskussionspunkt einzubringen.

zu 6: Im Bereich des Chatraums sollten neben den reinen Diskussionbeiträgen auch multimediale Elemente eingebunden werden können. Quasimeto erkennt URLs oder E-Mail-Adressen automatisch und konvertiert sie zu anklickbaren Links. Werden sie von Diskussionsteilnehmern angeklickt, öffnet sich ein neues Browserfenster, in dem das Stimulusmaterial, z.B. ein Videoclip, abgespielt wird.

Schließlich sollte ein *Auswertungsmodul* unterschiedliche Darstellungsmöglichkeiten von Diskussionsprotokollen ermöglichen. Sinnvoll sind chronologische, personen- oder gruppenspezifische sowie ereignisbezogene Sortierfunktionen für das Protokoll.

Eine zusätzliche Frequenzanalyse lässt „Beitragsspitzen“ und „Beitragslöcher“ im Verlauf der Diskussion erkennen.

Wichtig ist zudem die Möglichkeit des Datenexports, z.B. in ein anderes Auswertungsprogramm oder eine Datenbank.

Teilnehmerbedingte Einflüsse auf die Datenqualität

Der Gestaltung einer Gruppendiskussion gehen vor dem eigentlichen Beginn mehrere Überlegungen voran, die sowohl die Diskussionsqualität als auch die inhaltliche Richtung eines Chats beeinflussen. Wie auch bei klassischen Offline-Fokusgruppen sollten Entscheidungen über die Rekrutierungsart und die Homo- oder Heterogenität der Gruppe unter Berücksichtigung der Zielsetzung der Diskussion gefällt werden. Des Weiteren muss abgewogen werden, ob die Fragestellung mittels einer Expertendiskussion angegangen werden sollte, oder ob es sinnvoller ist, Mitglieder von Zielgruppen (also z.B. bestimmte Kundensegmente) als Teilnehmer der Diskussion zu rekrutieren.

Letzteres ist dann erfolgversprechender, wenn z.B. tatsächliches Kaufverhalten oder das Image eines Produktes erfasst werden sollen. Insbesondere bei der Erfassung von Motiven für Kaufentscheidungen bietet sich ein Chat an, um einen „bunten Strauß von Meinungen“ für weitere (quantitative) Analysen zu erhalten, da gleiches Konsumverhalten von unterschiedlichen Motiven gesteuert sein kann (Woods, 1985).

Expertenrunden hingegen bieten sich dann an, wenn das Thema bestimmte fachspezifische Kenntnisse voraussetzt. Eine fundierte Diskussion über Entwicklungsmöglichkeiten von Treibstoff zur Effizienzsteigerung von Verbrennungsmotoren wäre beispielsweise Laien (und ohne Einarbeitung leider auch dem Moderator) nicht möglich.

Aber auch im Konsumbereich können Expertenmeinung gefragt sein. Insbesondere „Trend-Scouts“, also Personen, die das Marktentwicklungspotenzial unterschiedlicher Bereiche beobachten, sind z.B. interessante Diskussteilnehmer, wenn es um die Entwicklung und Positionierung eines neuen Produktes geht.

Die Grenze zwischen Zielgruppen- und Expertendiskussion kann jedoch auch fließend sein. Bei einer Diskussion über die „Güte von Installations- und Isolationsmaßnahmen an Bauobjekten“, geführt mit Handwerkern, sind die Personen sowohl Experten (im Sinne ihrer beruflichen Bildung) als auch Zielgruppe, wenn die auftraggebende Firma ein Baustoffproduzent ist.

Die Entscheidung für eine in relevanten Merkmalen *homogene oder heterogene Gruppenstruktur* ist ebenso eine zentrale Frage, da die Gruppenstruktur stark mitverantwortlich für Diskussionsverlauf und Konsens- oder Kontroversenbildung ist.

Natürlich ist aus Strukturmerkmalen von Personen nicht direkt ersichtlich, welche Meinung ein Teilnehmer zu einem Thema haben wird. Dies muss vom Marktforscher entweder antizipiert oder nach einer Recherche aus vorliegenden Korrelationen geschlossen werden. Wenn es z.B. um Bundeswehreinräte in Krisengebieten geht, könnte als Kriterium für eine Auswahl die politische Einstellung potenzieller Diskussteilnehmer herangezogen werden. Eine Recherche sollte diese Vermutung absichern und führt meist zu weiteren Kriterien, die berücksichtigt werden können, um heterogene oder homogene Gruppen zusammenzusetzen.

Die Wahl einer homogenen Gruppe ist dann sinnvoll, wenn ein Konsens gefunden oder Probleme gelöst werden sollen.

Diskussionen zwischen Teilnehmern mit sehr heterogenen Ansichten sind dann interessant, wenn ein möglichst breites Meinungsspektrum erfasst werden soll. Hieraus können dann sehr unterschiedliche Hypothesen generiert werden, die in weiteren Schritten und mit anderen Methoden validiert werden.

Die Art der *Teilnehmerrekrutierung* ist abhängig von den Möglichkeiten, die einem Institut zur Verfügung stehen. Der Rückgriff auf ein (z.B. mittels CATI-Unterstützung aufgebautes) Panel wird wohl am häufigsten in Anspruch genommen. „Selbstrekrutierte Chats“ (z.B. über Anmeldeformulare auf verschiedenen Websites) werden zur Gewinnung von Teilnehmern hingegen deutlich seltener genutzt. Wie bei der Rekrutierung von Online-Panelisten ist dieses Verfahren auch hier ohnehin nicht empfehlenswert, da - zumindest ohne vorheriges Screening - die Charakteristika der Teilnehmer nicht kontrollierbar sind und die Gefahr wächst, dass sich überwiegend „Incentivejäger“ ohne wirkliches Interesse am Diskussionsthema anmelden.

Überlegungen zur Rekrutierungsart entfallen hingegen ganz, wenn Personen aus der Kundendatei des Auftraggebers ausgewählt werden.

Moderationsbedingte Einflüsse auf die Datenqualität

Als letzter zentraler Punkt wird diskutiert, worauf - neben der bereits erwähnten Teilnehmerauswahl - bei der Vorbereitung und Moderation einer Fokusgruppe geachtet werden sollte, damit sie für die Teilnehmer einen zufriedenstellenden Verlauf nimmt und gleichzeitig umfassende und aussagekräftige Daten gewonnen werden. Zum einen werden „profane“ technische und verhaltensbezogene Tipps gegeben, zum anderen wird aber auch auf weniger offensichtliche „Fallen“ bei der Moderation hingewiesen.

Vor der Diskussion sind vor allem drei Dinge zu bewerkstelligen: Die Einladung der Teilnehmer, die Erstellung eines Leitfadens und die Festlegung der Benutzernamen (= „Nicks“).

Die *Einladung* erfolgt meist durch Verschickung einer E-Mail, in der Thema, Zeitpunkt und Dauer der Diskussion sowie eventuell Details zur Incentivierung angegeben sein sollten. Auch sollte um Zusage innerhalb eines Zeitlimits gebeten werden. Es hat sich als praktikabel erwiesen, erst nach Erhalt dieser Zusage URL, Benutzernamen und Passwort für die Online-Diskussion an den nun eingegrenzten Teilnehmerkreis in einer zweiten E-Mail weiterzuleiten. Der virtuelle Gruppenraum sollte innerhalb eines ebenfalls genannten Zeitrahmens geöffnet sein, damit sich die Teilnehmer probeweise in den Chatraum einloggen können. Zudem sollte für den Fall, dass Teilnehmer Probleme beim Einloggen oder sonstige Fragen haben, eine telefonische Hotline eingerichtet werden, die zumindest während der Testphase und dem Zeitpunkt der eigentlichen Diskussion besetzt ist. Die Telefonnummer sollte bereits in der E-Mail sowie noch einmal bei der Begrüßung zur Diskussion (s.u.) kommuniziert werden.

Die *Erstellung eines Leitfadens* gehört ebenfalls zu einer gewissenhaften Vorbereitung des Chats. Die Basis für diesen Leitfaden sollten neben einem kreativen Brainstorming eine intensive Recherche sein, die die zentralen diskussionswürdigen Aspekte des Themengebietes identifizieren hilft. Der Moderator sollte sich in dem zu moderierenden Thema zudem Wissen aneignen, um z.B. mit Fachvokabular präzise umgehen zu können. Dies ist gerade bei Expertendiskussionen wichtig: Oft werden hier Begründungszusammenhänge nicht mehr genannt, weil sie als bekannt vorausgesetzt werden. Diese fachliche Kompetenz sollte sich auch im Leitfaden widerspiegeln. Dies heißt nicht, dass er mit Fremdworten überfrachtet sein sollte, sondern dem fachlichen und sprachlichen Niveau der Teilnehmer angepasst sein sollte.

Neben der (Vor-)Strukturierung der Diskussion birgt ein Leitfaden den wichtigen Vorteil, dass der Moderator bequem etwas längere Beiträge einbringen kann.

Es empfiehlt sich, unterschiedlich konkrete Fragen für den Leitfaden zu formulieren: Offene Fragen dienen der Einführung in ein Thema. Etwas konkretere Fragen sind ebenfalls in den Leitfaden integrierbar, doch wird es mit zunehmender Präzision unwahrscheinlicher, dass eine Frage wörtlich in die Diskussion übernommen werden kann, da der Diskussionsverlauf selten so genau antizipiert werden kann.

Der Leitfaden muss einen flexiblen Umgang mit den Diskussionspunkten zulassen. Aufeinander aufbauende Unterpunkte und sich mehrfach aufeinander beziehende Unterfragen werden dem dynamischen Verlauf einer Online-Diskussion selten gerecht.

Weniger erfahrene Moderatoren können in den Leitfaden zusätzlich an verschiedenen Stellen Standardsätze einfügen, die in einer Diskussion immer wieder vorkommen, wie z.B. „Vielen Dank für Ihre Beiträge bisher. Ich würde nun gerne ein neues Thema anschneiden“ oder „Gibt es zu diesem Punkt noch weitere Anmerkungen?“ Diese Sätze können zu passenden Zeitpunkten dann in die Diskussion eingebracht werden. Dabei entsteht jedoch schnell die Gefahr des „bequemen“ Moderator. Beiträge werden wiederholt in die Diskussion eingebracht und wirken schnell mechanisch eingebracht und wenig durchdacht.

Ein ausführlicher Begrüßungs- und Verabschiedungstext sollte ebenfalls in einem Leitfaden enthalten sein. Der Begrüßungstext hat mehrere Funktionen: Wichtige Daten wie z.B. die Nummer der Telefonhotline, technische Hinweise zu den Softwarefunktionen und eine nochmalige Einführung in das Thema können vor der Diskussion in Ruhe formuliert werden. Neben technischen Instruktionen ist die Begrüßung auch der geeignete Zeitpunkt, die Teilnehmer auf einige Besonderheiten von Online-Diskussionen hinzuweisen. Insbesondere ist es wichtig, den Personen zu erläutern, dass der Moderator eventuell nicht auf jeden Beitrag individuell eingehen kann, jedoch jeder Input wertvoll ist und im Protokoll festgehalten wird.

Durch die Begrüßung wird zudem das Verhältnis zwischen Teilnehmern und Moderator verdeutlicht - der Moderator unterstreicht seine Funktion als Diskussionsleiter.

Welchen *Benutzernamen* der Moderator wählt, ist keine unwichtige Entscheidung: Verlangt die Zielsetzung der Diskussion, dass möglichst viele Punkte des Leitfadens in strukturierter Form diskutiert werden, bedarf es einer autoritären Gesprächsführung, die zusätzlich durch den Nick „Moderator“ erleichtert wird. Soll „inter pares“ gechattet werden, muss sich der Gesprächsleitende nicht so offen zu erkennen geben. Bei der verdeckten Diskussionsleitung sind abschweifende Diskussionen schwerer in den Griff zu bekommen, da der Moderator weniger Autorität besitzt. In solchen Fällen ist abzuwägen, ob eine intrinsische Motivation der Teilnehmer zu erwarten ist, die sie am Ursprungsthema festhalten lassen wird.

Von Bedeutung ist auch, welche Benutzernamen für die Teilnehmer ausgewählt werden, da diese Namen zu Anfang das einzige Identifikationsmerkmal sind (Döring, 1999). Es ist empfehlenswert, Vornamen oder (kurze!) Zahlen-Buchstaben-Kombinationen (z.B. A42) als Nicknames zu verwenden, um namensimmanente Bedeutungen auszuschalten und unkontrollierbare Gruppenprozesse von Anfang an zu vermeiden. Die Verwendung von Nicks wie „R2D2“ oder „C3PO“ (Figuren aus den Star Wars-Filmen) oder Tiernamen kann zu gruppendynamischen Effekte führen. Bei einer Diskussion mit Personen, die Tiernamen als Nicks zugewiesen bekommen hatten, erschreckte beispielsweise die „Maus“ den „Elefanten“ und wurde danach von der „Katze“ verspeist, die sich

zur Ruhe auf das heiÙe Blechdach zurückzog. Solche Anekdoten sind lustig, vor dem zahlenden Auftraggeber mit weniger Humor jedoch nur schwer zu vertreten.

Während der Diskussion sind ebenfalls einige Dinge zu beachten, um die Fokusgruppe zu einem Erfolg für Durchführende und Auftraggeber werden zu lassen.

Eine gelingende Kommunikation im virtuellen Diskussionsraum setzt voraus, dass grundlegende Interaktionsprozesse und Kommunikationsabläufe von allen Beteiligten verstanden werden. Durch den Wegfall der non-verbalen Cues oder auch der Prosodie (= Betonung und Metrik als sinngebendes Element der Sprache; der Ausruf: „Heute so, morgen so.“ kann z.B. je nach Prosodie Dauerhaftigkeit oder Wankelmütigkeit ausdrücken) werden beispielsweise ironische Kommentare missverstanden. Wie auch bei anderen Formen der Kommunikation im Internet können Fehldeutungen durch Emoticons vermieden werden, die Ironie, Freude, Traurigkeit usw. signalisieren.

Damit von der „Moderation“ einer Online-Fokusgruppe gesprochen werden kann, müssen die Teilnehmer den Moderator akzeptieren - erst dies ermöglicht dem Gesprächsführenden, gezielt auf den Diskussionsverlauf Einfluss zu nehmen. Die Rolle des Moderators – und damit seine Autorität - ist jedoch abhängig von Ziel und Inhalt der Diskussion sowie der Heterogenität der Teilnehmer der Online-Fokusgruppe. Generell ist es jedoch schwieriger als in Offline-Diskussionen, eine solche Autorität herzustellen, da das Durchsetzungsvermögen durch das Fehlen des non-verbalen Kanals bei Online-Diskussionen eingeschränkt ist. Wenn verschiedene Faktoren beachtet werden, fällt es dem Moderator jedoch leichter, die Autorität aufzubauen und aufrechtzuerhalten, die er benötigt, um die Diskussion zu strukturieren und inhaltlich zu lenken. Dies ist neben oben erwähnter Wahl des Benutzernamens „Moderator“ und der technischen und inhaltlichen Einführung zu Beginn sein Verhalten während der Diskussion: Der Moderator muss sich dessen bewusst sein, dass er eine handlungssteuernde und „rahmenschaffende“ Aufgabe hat. Sowohl in Face-to-face-Gruppendiskussionen als auch in Online-Fokusgruppen entstehen oft Diskussionen, die fortwährend um einen Punkt kreisen, ohne das Gespräch inhaltlich wirklich voranzubringen. Durch gezieltes Eingreifen des Moderators können diese verhindert werden, beispielsweise indem von Diskussionsteilnehmern neu eingebrachte, bis dahin wenig beachtete Diskussionspunkte vom Gesprächsleitenden aufgegriffen werden.

Eine weitere Aufgabe des Moderators ist es, die Diskussion zu „*demokratisieren*“. Gezielte personalisierte Ansprache von Gruppenteilnehmern verhindert Meinungsführerschaften oder zumindest den unbemerkten Rückzug einzelner Personen.

Da die Diskussionsteilnehmer ihre Beiträge tippen müssen, werden Informationen verdichtet, doch werden Äußerungen manchmal wenig ausführlich oder gar nicht begründet, so dass es einer Nachfrage bedarf. Paradoxerweise tritt in diesem Zusammenhang das Problem auf, dass gerade Teilnehmer, die sehr gut strukturierte und begründete Beiträge schreiben, tendenziell vernachläss-

siget werden - es besteht oft kein Grund zum Nachfragen. Der Moderator sollte darauf achten, auch solche Teilnehmer im Verlauf der Diskussion anzusprechen.

Um weitere akzeptanzstiftende und strukturierende Verhaltensweisen ableiten zu können, muss sich der Diskussionsleiter eines wichtigen Merkmals von Chats bewusst sein: Die Sequentialität fällt weg. Online-Diskussionen weisen einen anderen Verlauf als Face-to-face-Fokusgruppen auf: Der Moderator stellt eine Frage, anschließend antworten oft alle Teilnehmer gleichzeitig. Auf den Diskussionsleiter (und die Teilnehmer) stürzen dann eine Vielzahl von Beiträgen ein, die zunächst unverbunden nebeneinander stehen und erst im Anschluss aufeinander bezogen werden können. Bei ungeschickter Moderation wiederholen sich diese Phasen des parallelen Antworten und der anschließenden Diskussion über die ganze Dauer der Fokusgruppe hinweg sehr deutlich.

Da also oft parallel-synchron geschrieben wird, besteht die Aufgabe des Moderators darin, die Beiträge zu verstehen, zuzuordnen, eventuell zusammenzufassen und interessante Aspekte aufzugreifen, dabei aber möglichst alle Teilnehmer in die Diskussion einzubeziehen. Der Moderator steht hier in einer Bringschuld, da die Teilnehmer oft eine Reaktion erwarten. Wichtig ist dabei eine relativ kurze und für alle Personen verständliche Weiterführung des Gesprächs. Um kein neues Beitragsloch entstehen zu lassen, ist es ratsam, Sätze fragmentarisch in den Diskussionsraum einzustellen, so dass die Teilnehmer einen Teil der Antwort sofort sehen und dem Moderator Zeit bleibt, einen etwas längeren Beitrag zu schreiben. Der in Abbildung 2 dargestellte Beitrag erfüllt viele dieser Kriterien: Er ist fragmentiert, um die Teilnehmer nicht warten zu lassen. Zudem werden im ersten Satz die Beiträge aller Teilnehmer gewürdigt („Interessant“), und es wird signalisiert, dass alle Beiträge angekommen sind. Der zweite Satz beinhaltet die Botschaft, dass mehrere Aspekte diskussionswürdig sind und gleich aufgegriffen werden („zuerst“).

Fragen von Teilnehmern an den Moderator können entweder sofort beantwortet oder - je nach Inhalt - zurückgestellt werden. Ein Feedback auf die Anfrage sollte jedoch in jedem Fall erfolgen. Innerhalb einer Diskussion ist es i.a. unkritisch, wenn ein Teilnehmer einen anderen um eine Präzisierung seiner Aussage bittet, weil er ein Verständnisproblem hat (vgl. Abbildung 2). Fragende Teilnehmer werden erst dann problematisch, wenn sie die Moderatorenfunktion übernehmen. Der Moderator sollte den entsprechenden Teilnehmer „anflüstern“ und hierbei einerseits Interesse und Engagement loben, andererseits aber bitten, nicht die Gesprächsleitung zu übernehmen. Eine offene, personalisierte Zurechtweisung ist ebenfalls möglich, wenn sie sehr freundlich erfolgt. Wird der Moderator in seiner Rolle akzeptiert, wird dies i.a. wirksam sein, wenn es sich um erwachsene Diskussionsteilnehmer handelt. Jugendliche akzeptieren die Autorität eines Moderators hingegen nicht immer, so dass eine offene Zurechtweisung sogar kontraproduktiv sein kann und auch die anderen Gesprächsteilnehmern unzugänglich werden lässt. Hier ist ein Flüstern mit dem übereifrigen Teilnehmer der beste Weg, die Diskussion dem eigenen Ziel näher zu bringen.

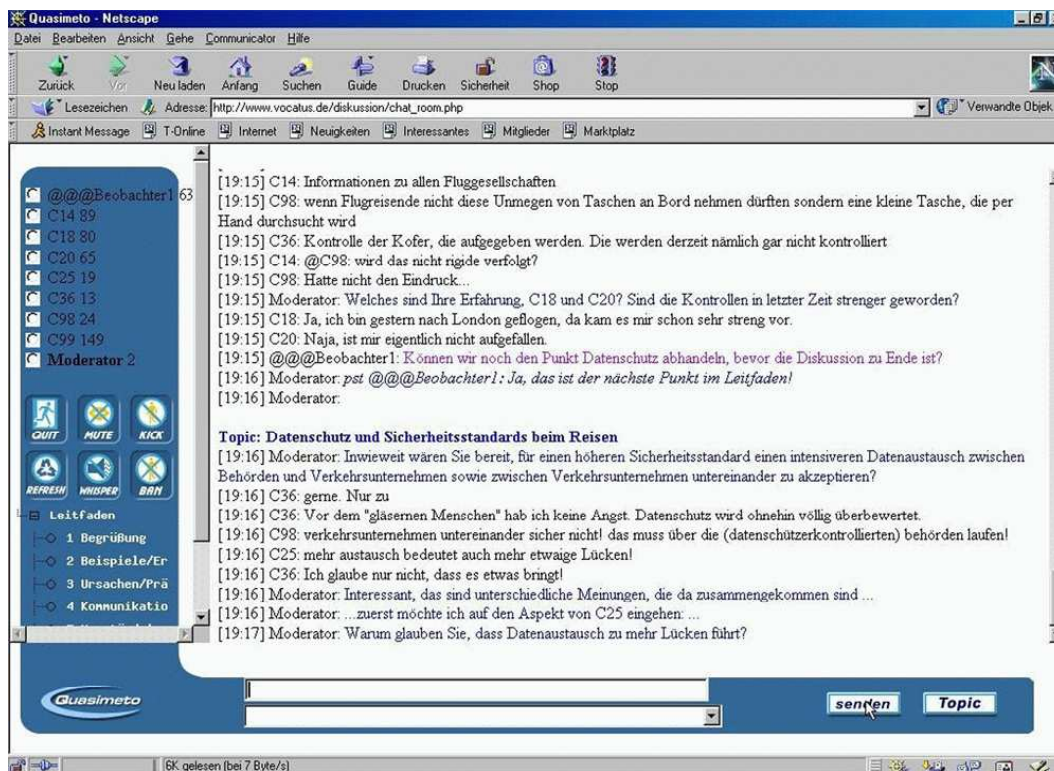


Abbildung 2

Paralleldiskussionen entstehen meist, wenn ein Aspekt des Gespräches in den Augen des Moderators, nicht aber in denjenigen einiger Teilnehmer ausreichend bearbeitet wurde. Es liegt hier im Ermessen des Moderators, ob er interveniert. Eine Aufforderung, sich an der eigentlichen Diskussion zu beteiligen, erweist sich i.a. als effektiv, wenn der Gesprächsleitende erklärt, (1) der Diskussionspunkt müsse aus Zeitgründen abgeschlossen werden, (2) die Meinung aller für die folgenden Aspekte von genauso großer Bedeutung sei und (3.) am Ende die Möglichkeit zu kurzen Anmerkungen bestehe.

Es wird während der Diskussion umso wichtiger, dass die Teilnehmer den Moderator in seiner Rolle akzeptieren, je mehr der Gesprächsleitende Einfluss auf die Gruppe nehmen möchte. Soll z.B. ein Leitfaden relativ stringent abgehandelt werden, ist der Moderator auf die Kooperation der Teilnehmer angewiesen.

Lamnek (1998) weist darauf hin, dass eine inhaltliche Beteiligung des Moderators das Meinungsbild der Teilnehmer verzerren kann. Deshalb sollte er Beiträge ausgewogen kommentieren.

Jedoch kann eine Einflussnahme des Moderators, abhängig von Gruppenhomogenität oder Fragestellung in anderen Fällen durchaus gewünscht sein. Eher homogene Gruppen mit nur geringen Meinungsdifferenzen werden „belebt“, indem der Moderator Hinweise auf neue Argumente oder Perspektiven gibt, jedoch sollte er mit Bedacht formulieren. Demgegenüber werden kontroverse Diskussionen in heterogenen Gruppen durch das Medium eher noch verstärkt. Wird ein Konsens angestrebt, sind hier inhaltliche Eingriffe und Schlichtung notwendig.

Ein Moderator kann also Schlichter, Vermittler, Feuerschürer oder einfach nur „Geburtshelfer“ der Diskussion sein. Welche Rolle er übernehmen sollte, ist abhängig von Gruppenzusammensetzung, Diskussionsverlauf und Ziel der Diskussion.

Abschließend sollen noch einige eher technische Hinweise zur Durchführung der Diskussion gegeben werden:

Empfehlenswert ist es, den virtuellen Diskussionsraum mindestens eine Viertelstunde vor dem offiziellen Beginn der Sitzung freizuschalten. Personen, die sich frühzeitig in den Chat einloggen wollen, werden ansonsten mit einer Fehlermeldung zurückgewiesen. Direkt nach Freischaltung betritt der Moderator den Chatraum, um alle Interaktionen von Anfang an beobachten, gegebenenfalls intervenieren und die sich einloggenden Teilnehmer individuell begrüßen zu können. Sind alle Teilnehmer erschienen oder der festgelegte Zeitpunkt nur kurz überschritten, sollte die Diskussion mit offizieller Begrüßung sowie Erläuterung von Inhalten und Funktionen der Software beginnen. Durch vorgefertigte Leitfadenbausteine ist dieser Part für den Moderator mühelos zu bewerkstelligen.

Für das Ende der Diskussion sollte eine relativ kurze Zeit eingeplant werden, in der die Teilnehmer ihre Meinung zu beliebigen Punkten der Diskussion noch einmal formulieren können.

Da Diskussionen oft länger als geplant dauern, weil die Teilnehmer sehr engagiert sind, sollte zudem von vorne herein eine gewisse Überziehungszeit einkalkuliert werden.

Es kommt vor, dass diskutierfreudige Teilnehmer das Thema weit über die eingeplante Zeit hinaus „bearbeiten“ möchten. Muss der Chat geschlossen werden, da z.B. im Anschluss eine weitere Diskussion stattfindet, sollte die Schließung des Chats fünf Minuten vorher angekündigt werden. Der Bitte, sich nun zügig auszuloggen, wird zumeist gefolgt. Ein „Dankeschön“ und ein kurzes Feedback des Moderators runden die Diskussion ab.

Erst wenn der letzte Teilnehmer den Chat verlassen hat, geht auch der Moderator...

Fazit

Der vorliegende Beitrag sollte weniger erfahrenen Leitern von Online-Diskussionen und solchen, die überhaupt erst Moderator werden möchten, einen Überblick über die „Do's und Don't's“ bei der Vorbereitung und Durchführung von Chats geben.

Dabei wurden zentrale Vorteile, aber auch einige Nachteile der Methode ebenso angesprochen wie verschiedene Möglichkeiten, die Ergebnisse von Online-Diskussionen zu optimieren. Dies betrifft die Anforderungen an eine Fokusgruppen-Software, an die Rekrutierung sowie an die Vorbereitung der Diskussion und das Verhalten des Moderators während des Chats.

Das Thema ist recht vielschichtig und erstreckt sich von Fragen der generellen Vor- und Nachteile von Online-Verfahren in der Markt- und Sozialforschung über die best practices bei der Rekrutierung und Teilnehmerauswahl bis hin zu kommunikationswissenschaftlichen und psychologischen

Forschungsfragen, die sich mit Kommunikation im Internet befassen. Natürlich können diese Ausführungen aus diesem Grund keine Vollständigkeit beanspruchen. Gerade das Thema „Gesprächstechniken“ bei Online-Diskussionen ist sehr weitläufig und musste deshalb hier ganz ausgespart werden. Dem aufmerksamen Leser wird auch nicht entgangen sein, dass die Auswertung der gewonnenen Daten gar nicht angesprochen wurde. Hier sei auf geeignete Methoden – z.B. die qualitative Inhaltsanalyse (vgl. Mayring, 1993; Rustemeyer, 1992) – verwiesen.

Wir hoffen, dennoch einen interessanten Einblick in die Praxis der Durchführung von Fokusgruppen gegeben und dabei auch die Sensibilität für gewisse Stolpersteine geweckt zu haben - denn: „Nothing is as easy as it looks.“ (Murphy's First Law)

Literatur

Döring, N. (1999): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen.

Görts, T. (2001): Gruppendiskussionen - Ein Vergleich von Online- und Offline-Focus-Groups; in: A. Theobald; M. Dreyer & T. Starsetzki: Online-Marktforschung. Wiesbaden, 149 - 164

Lamnek, S. (1998): Gruppendiskussion. Theorie und Praxis. Weinheim.

Mayring, P. (1993): Qualitative Inhaltsanalyse. Weinheim.

Naderer, G. & Wendpap, M. (2000): Online-Gruppendiskussionen. Möglichkeiten und Grenzen. WWW-Dokument verfügbar unter: www.ifm-mannheim.de/veroeffentlichung/gruppendiskussion_online.html

Rezabek, R.J. (2000): Online Focus Groups: Electronic Discussions for Research. WWW-Dokument verfügbar unter: qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm

Rustemeyer, R. (1992): Praktisch-methodische Schritte der Inhaltsanalyse. Eine Einführung am Beispiel der Analyse von Interviewtexten. Münster.

Solomon, M.B. (1998): Are Internet Focus Groups an Oxymoron? WWW-Dokument verfügbar unter: www.cyberdialogue.com/news/articles/reprint/12-11-98-focus_oxymoron.html

Temme, A. (2000): „Quasimeto“. Entwicklung eines Instruments zur Durchführung Qualitativer Sozialforschung im Internet. Pdf-Dokument verfügbar unter: www.psyc-o-media.de/quasimeto.pdf

Woods, W.A. et al. (1985): Strategic implications of differences in consumer proposes in three global markets; in: E. Kaynak (Ed.): Global perspective in marketing. New York, 155 – 170

Angaben zu den Autoren

Herbert Prickarz ist Mitarbeiter der Firma Globalpark GmbH, tätig im Bereich Research & Consulting und hat hier den qualitativen Forschungsbereich mit aufgebaut. In dieses Aufgabengebiet gehört auch die konzeptionelle Weiterentwicklung der Online-Fokusgruppen-Software "Quasimeto" sowie die Moderation von Gruppendiskussionen. Neben dem Studium der Psychologie arbeitete er am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung und absolviert aktuell eine Ausbildung zum Gesprächspsychotherapeuten

Dr. Julia Urbahn studierte Soziologie und Psychologie an der Universität Mannheim. Nach ihrem Studium arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität des Saarlandes, wo sie über Anwendungsfälle ökonomisch orientierter Entscheidungsmodelle promovierte. Sie hat bei der Vocatus AG den Bereich Research & Consulting mit aufgebaut und ist dort für qualitative und quantitative Marktforschungsprojekte im Off- und Onlinebereich zuständig, u.a. die Konzipierung und Durchführung von Online-Fokusgruppen.