

Nutzen und Formen von Gruppendiskussionen

Häufig wird die allgemeine Form der **Gruppendiskussion** synonym auch als "**Fokusgruppe**" oder "**Focus Group**" bezeichnet. *Die Gruppendiskussion ist wegen ihrer Ökonomie eine der beliebtesten Methoden in der qualitativen Marktforschung.*

Die Prinzipien der **Gruppendiskussion** bestehen darin, dass durch die Dynamik des Gespräches Hemmungen, Ängste und Widerstände reduziert und somit tiefer liegende Motive und Einstellungen sichtbar werden. Der "Schneeball-effekt" von Reaktion und Gegenreaktion der Teilnehmer ist dem normalen sozialen Kommunikations- und Meinungsbildungsprozess ähnlich und simuliert damit eine **realistische Situation**.

Einsatzgebiete

Gruppendiskussionen sind insbesondere zur Untersuchung von **komplexen Verhaltensweisen** und den dahinter liegenden Motiven geeignet.

Im Produktentwicklungsprozess können **Gruppendiskussionen** sowohl in frühen Stadien wie z.B. bei der Ideengenerierung oder im Rahmen von **Konzepttests** eingesetzt werden, als auch in späteren Phasen bei konkreten **Produkttests**, der **Überprüfung von Marketingkonzepten** oder im Rahmen von **Kundenzufriedenheitsanalysen**.

Als qualitative Forschungsmethode wird die **Gruppendiskussion** speziell dann eingesetzt, wenn es nicht nur um die Erhebung eines zahlenmässigen "Status Quo" geht, sondern auch um die **Generierung neuer Hypothesen und Ideen** oder die Erforschung von Hintergründen von Verhalten und Einstellungen.

Gruppendiskussionen werden häufig als **Pretest** vor der Durchführung quantitativer Erhebungen eingesetzt, um erste Informationen über das ent-

sprechende Themengebiet zu gewinnen und die relevanten Beurteilungskriterien zu eruieren.

Vorteile

- Ökonomie des Verfahrens
- Methodische Flexibilität
- Hohe Motivation der Teilnehmer
- Vielfältige Einsetzbarkeit
- Kontakt zum Konsumenten
- Einbindung des Auftraggebers und Kontrolle der Durchführung
- Vielfältige Ideenproduktion
- Realitätsnaher Meinungsbildungsprozess

Varianten der Methode

- Kumulative Gruppendiskussion
- Kontradiktorische Gruppendiskussion
- Mini-Groups
- Two-Way Focus Groups
- Kombinierte Gruppendiskussion
- Kreative Gruppendiskussion.
- Dinner Party Groups

Testräumlichkeiten DICHTER RESEARCH AG

