

Thomas Kühn  
Kay-Volker Koschel

# Gruppen- diskussionen

Ein Praxis-Handbuch

*2. Auflage*

 Springer VS

---

## Gruppendiskussionen

---

Thomas Kühn · Kay-Volker Koschel

# Gruppendiskussionen

Ein Praxis-Handbuch

2. Auflage

 Springer VS

Thomas Kühn  
Berlin, Deutschland

Kay-Volker Koschel  
Hamburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-18936-5      ISBN 978-3-658-18937-2 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-658-18937-2

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

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011, 2018

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.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

## Geleitwort

Eine Gruppe kann als Mikrokosmos der Gesellschaft gesehen werden. Sie umfaßt immer mehrere Personen, häufig ungleicher Bildung und Herkunft sowie verschiedenen Alters und Geschlechts, doch mit einem gemeinsamen Interessenschwerpunkt. Man trifft sich ab und zu, kommt zusammen und tauscht sich aus.

Dieser Austausch von Argumenten, Gefühlsäußerungen, Meinungen ist es vor allem, an dem sich Gesellschaft beobachten läßt. Kommunikation ist die Essenz von Gesellschaft, und geschieht dies in einer offenen Form, wo jeder/m die Teilnahme gleichermaßen möglich ist, auf Gleichberechtigung und Wechselseitigkeit beruhend, spricht man von Dialog oder Diskussion.

Niklas Luhmann hat Diskussion einmal als soziales System bezeichnet. Die Leitdifferenz dieses Systems strukturiert den Kommunikationsverlauf nach *Themen* und *Beiträgen*. Worüber wird diskutiert? Und wer sagt was? Dies betrifft die Sachdimension, während in der Sozialdimension die Systemgrenze auf Grundlage der Unterscheidung *Anwesenheit/Abwesenheit* gezogen wird. Wer nicht dabei ist, kann nicht mitdiskutieren. Wobei Diskussion als System mit erheblichen Beschränkungen zu kämpfen hat.

So kann immer nur ein Thema nach dem anderen besprochen werden. Für mehr ist der Diskussionskanal zu eng. Auch kann immer nur eine Person zur Zeit reden. Sonst zerfällt die Diskussion in ein Babylonisches Sprachgewirr, oder es bilden sich Einzelgespräche ohne übergreifenden Zusammenhang. Außerdem ist jedes Diskussionssystem zeitlich limitiert, weil die zusehends wachsende Komplexität die verfügbaren Kapazitäten schon nach wenigen Stunden erschöpft und die beteiligten Personen sichtbar ermüden.

Und doch ist Diskussion eine ungemein wertvolle Möglichkeit, um unterschiedlichste Beiträge zum gleichen Thema in kurzer Zeit zu mobilisieren. Was auf diese Art und Weise gelingt, ist eine ad hoc-Übersicht bezüglich existenter Einstellungsmuster zu unterschiedlichsten Themen, je nachdem wen man sich einlädt und wie viel Zeit

man sich nimmt. Dabei ist durchaus damit zu rechnen, daß sich sehr unterschiedliche Redeanteile bezüglich der beteiligten Diskutanten ergeben, ohne Anspruch darauf, daß den Beiträgen der Vielredner deswegen schon ein höherer Wahrheitsgehalt zukomme. Aber auch dies deckt sich mit Gesellschaft: Auch dort gibt es Multiplikatoren, die das Wort führen, und deren Publikum, das auf sie hört.

Vor allem aber ist Diskussion Gesellschaft *live*: Selbst wenn dem Diskussionsleiter, wie Luhmann es ausdrückt, die Aufgabe obliegt, auf die Einhaltung einer verabredeten Themenabfolge zu achten und ab und zu einzugreifen, wenn die soziale Ordnung der Diskussion aus dem Ruder zu laufen droht, nehmen interne wie externe Beobachter quasi an einem Sozialexperiment teil, das durch hohe Spontaneität, Kreativität, Prozessualität, Selbstreferentialität gekennzeichnet ist. Wenn diskutiert wird, geschieht Gesellschaft *in actu*. Es ist nicht die statische Ermittlung virtuellen Wissens, sondern die dynamische Beobachtung realer Kommunikation.

Schwenkt man vor diesem Hintergrund auf das Thema *Gruppendiskussion* über, eine Methode, die auch im Bereich der Konsum- und Markenforschung intensiv genutzt wird, dürfte klarer werden, welch hoher Stellenwert dieser Methode zukommt. Dies ist keinesfalls als Argument gegen andere Methoden zu verstehen, etwa Fragebögen oder Einzelinterviews. Gute Forschung, wozu auch immer, sollte sich möglichst mehrerer Methoden bedienen. Doch die Besonderheit von Gruppendiskussionen kann eben darin gesehen werden, daß man nicht bloß einzelne Personen befragt, ob quantitativ oder qualitativ, sondern mit einer Gruppe von Personen zu tun hat, deren Diskussionsverlauf, was Themenwahl und Beitragsverhalten betrifft, einer Simulation von Gesellschaft ähnelt, reich an Neuigkeiten, Überraschungen, Unterschieden. Obgleich Gruppendiskussionen häufig nicht mehr als zehn Personen umfassen, ist dieser gesellschaftliche Mikrokosmos doch geeignet, erstaunliche Einblicke in die Komplexität unserer Gesellschaft zu geben, für die unterschiedlichsten Themen.

Der vorliegende Band „Gruppendiskussionen. Ein Praxis-Handbuch“ von Thomas Kühn und Kay-Volker Koschel informiert über all diese Besonderheiten, gespeist aus langjähriger praktischer Erfahrung, aber auch rückgebunden an die akademische Methodenforschung. Der Band führt in die Grundlagen von Gruppendiskussionen ein, um sich dann intensiv mit dem „Handwerk“ auseinanderzusetzen, d. h. der Vorbereitung, Durchführung und Bewertung von Gruppendiskussionen.

Es ist praxisnah geschrieben, richtet sich zugleich aber an das akademische Fachpublikum. Da es bislang nur eine höchst begrenzte Zahl entsprechender Publikationen gibt, vor allem solche, die sich auf der Grenze zwischen kommerzieller Marktforschung und akademischer Methodenforschung bewegen, sind ihm eine wohlwollende Aufnahme und zahlreiche interessierte Leser zu wünschen.

Berlin im April 2011

Prof. Dr. Kai-Uwe Hellmann | TU Berlin

---

## Vorwort zur zweiten Auflage

Seit dem Erscheinen der ersten Auflage dieses Buches im Jahr 2011 ist die Digitalisierung der Gesellschaft weiter vorangeschritten. Dies verändert nicht nur die Lebens- und Arbeitswelt, sondern auch die Forschungslandschaft.

Technische Innovationen und die Digitalisierung des Alltags, der Kommunikation und Konsumverhaltens bringen für die qualitative Forschung neue Möglichkeiten und Herausforderungen mit sich. Bei der Beschreibung und Beurteilung des sozialen Wandels stößt man immer wieder auf Positionen, welche die Methode der Gruppendiskussion als nicht mehr zeitgemäß oder zumindest in ihrer Bedeutung abnehmend beschreiben. Es stellt sich also die Frage, ob Gruppendiskussionen im digitalen Zeitalter noch zeitgemäß oder doch eher „old school“ und ein Relikt einer vergangenen Forschungsepoche sind. Hat die Gruppendiskussion noch einen Platz in der smarten, digitalen Forschung?

Kritische Stimmen weisen darauf hin, dass es im Zeitalter der digitalen Vernetzung nicht mehr notwendig sei, Menschen zu einer Diskussion in Gruppen in einem Raum zu versammeln, um sie miteinander ins Gespräch zu bringen und verschiedene Meinungen zu unterschiedlichen Themen kennen zu lernen. Zum Teil wird sogar darauf verwiesen, dass etwa die Aussagen in Foren oder sozialen Medien authentischer und unverzerrter seien als dies bei Gruppendiskussionen der Fall sei.

Wir wehren uns mit diesem Buch nicht gegen neue Forschungsmöglichkeiten, die im Rahmen von Digitalisierung, der wachsenden Verbreitung von Smartphones und der beschleunigten Kommunikation entstanden sind. Auf keinen Fall möchten wir als Nostalgiker verstanden werden, die von alten Zeiten träumen und die Zeichen der Zeit nicht verstanden haben. Im Gegenteil, neuere digitale Methoden wie Online Communities oder gruppeninterne Plattformen zum Management von Innovationen stehen wir ausgesprochen aufgeschlossen gegenüber und nutzen sie in unserer eigenen Praxis.

Aber – und hier möchten wir ein dickes Ausrufungszeichen setzen – Gruppendiskussionen verlieren durch den sozialen Wandel nicht an Bedeutung, sondern werden im Gegenteil eher wichtiger. Sie können in ihrem Aussagegehalt durch keine andere Methode ersetzt werden – auch nicht durch die neue Vielfalt digital vermittelter Zugänge und Herangehensweisen.

Um das zu verstehen, bedarf es aber einer intensiven Auseinandersetzung mit den Grundlagen und dem Stellenwert der Gruppendiskussionen.

Wir hoffen und sind der festen Überzeugung, dass dies den Lesenden mit der Lektüre dieses Buches deutlich wird. Denn bei qualitativ hochwertigen Gruppendiskussionen steht nicht das Zusammentragen verschiedener Sichtweisen und Standpunkte Einzelner im Vordergrund. Wäre dies so, würde die Gruppendiskussion tatsächlich zunehmend obsolet und durch kostengünstigere und einfacher zu realisierende Verfahren ersetzbar. Vielmehr geht es um einen moderierten Austausch zwischen einer sorgsam und bewusst ausgewählten Gruppe von Menschen mit einem geschulten Moderator oder einer geschulten Moderatorin. Darin liegt ein besonderes Potenzial, insbesondere, weil wir alle eben nicht nur Individuen, sondern Mitglieder verschiedener sozialer Gruppen sind und unsere Entscheidungen ohne diesen Bezug auf Gruppen gar nicht oder nur sehr einseitig zu verstehen sind.

In diesem Buch begründen wir das Vorgehen einer problemzentrierten Gruppendiskussion. In diesem Verständnis geht es nicht darum, einfach Meinungen abzufragen, sondern durch die Moderation einen besonderen Raum zu schaffen, der im Kontext von Gruppen die vertiefte Reflexion eigener Erfahrungen sowie das Erkennen und Benennen von Zusammenhängen anregt. Moderierende sind keine Fremdkörper im Raum und sollten nicht vom Bemühen um Unsichtbarkeit getrieben sein, sondern ihr Vorwissen, ihr Verstehen und Fühlen während des Diskussionsprozesses in angemessener Art und Weise nutzen, um eine anregende und gewinnbringende Dynamik zu fördern.

In diesem Sinne stellt die Gruppendiskussion eine Methode dar, die durch keine andere Methode ersetzt werden kann. Gerade in Zeiten vervielfältigter Optionen, größerer Komplexität, aber auch Ambivalenzen und Unsicherheiten schafft die Gruppendiskussion einen einzigartigen Rahmen, gruppenbezogene Erlebnis- und Wahrnehmungswesen offen zu legen und im Kontext sozialen Wandels zu verstehen. Dies gilt für die eher akademisch orientierte Sozialforschung in gleichem Maße wie für die angewandte Markt- und Konsumforschung.

Mit unserem Buch möchten wir ein Plädoyer für die Methode der Gruppendiskussion halten. Zum einen hoffen wir, möglichst viele Leserinnen und Leser für diese facettenreiche, gut begründete Methode faszinieren zu können. Zum anderen möchten wir auch fundierte Argumentationshilfen geben, um Andere, wie Auftraggeber in der Marktforschung oder Kolleginnen in der Sozialforschung, überzeugen zu können, dass Gruppendiskussionen nicht an Stellenwert eingebüßt haben. Eher gilt es, die Methodenvielfalt in angemessener Weise etwa im Rahmen von Mixed Methods-Projekten zu nutzen. Auch dazu geben wir zahlreiche Anstöße in unserem Buch.



Für das Konzept dieses Buches haben wir viel Zustimmung und positives Feedback erhalten, sodass wir daran festgehalten haben. Die zweite Auflage haben wir gegenüber der ersten aber an einigen Stellen aktualisiert sowie Schreibfehler korrigiert. Unser Dank gilt auch Ute Wetzlar, die die Bedeutung des Teststudios bei der Planung von Gruppendiskussion herausstellt.

Wir freuen uns weiterhin auf den Austausch mit Lesenden. Lassen Sie uns gerne an ihrer Leseerfahrung dieses Buches und Ihren Erfahrungen mit Gruppendiskussionen teilhaben. Nehmen Sie gern Kontakt mit uns auf und diskutieren Sie mit uns.

Nun wünschen wir eine spannende und erkenntnisreiche Lektüre!

Berlin/Hamburg im Mai 2017

Thomas Kühn, Kay-Volker Koschel

---

## Vorwort

In unserer täglichen Arbeit als qualitative Forscher besitzen Gruppendiskussionen einen hohen Stellenwert. Immer wieder werden wir von Kunden, Studierenden und Auszubildenden gefragt, ob wir nicht mal kurz zusammenfassen können, worauf es bei Gruppendiskussionen ankommt, wann man sie einsetzt und wann man eher „die Finger davon lässt“, wie man moderiert, was einen guten Moderator ausmacht, was bei der Auswertung zu beachten hat, wie die Stellung von Gruppendiskussionen innerhalb des sozialwissenschaftlichen Methodenspektrums ist usw. Dies gab den Anstoß, uns zusammenzusetzen und sämtliche Skripte, Aufzeichnungen und Erfahrungen aus jahrzehntelanger Arbeit zu sichten, zu reflektieren und in systematischer Form im Rahmen eines Buchs zu bündeln.

Dieses Buch wäre ohne die *Hilfe und Anregungen zahlreicher Freunde und Kollegen* aus unterschiedlichen Instituten, Organisationen und Unternehmen nie entstanden. Unser Dank gilt an erster Stelle aber allen *Teilnehmern der zahlreichen Gruppendiskussionen*. Ihre Offenheit bei der Diskussion ganz unterschiedlicher Fragestellungen hat uns nicht nur Einblicke in verborgene Erlebniswelten eröffnet, sondern es uns ermöglicht, vielfältige Erfahrungen mit der Methode zu sammeln. Die vielen spannenden, lebhaften und inspirierenden Erlebnisse ermutigten uns nicht zuletzt dazu, dieses Buchprojekt in Angriff zu nehmen.

Einen weiteren Ausgangspunkt bildete die Zusammenarbeit mit dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. (BVM). Insbesondere den Regionalgruppen Nord, Köln-Bonn und Leipzig sei an dieser Stelle für die Einladung gedankt, uns das Forum der Regionaltreffen für eine Diskussion des Potenzials von Gruppendiskussionen geöffnet zu haben. Von großem Nutzen waren außerdem die Treffen im *Arbeitskreis Qualitative Markt- und Sozialforschung* (AKQua) – besonders intensiv und anregend im Rahmen einer auf Gruppendiskussionen bezogenen Arbeitsgruppe mit den Kolleginnen *Petra Mathews, Susanne Frinke und Bettina Wagner*. *Eva Balzer*, welche lange Zeit diesen Arbeitskreis koordiniert hat, möchten wir für ihr Engage-

ment, den dauerhaften Austausch und die Vernetzung zwischen Kolleginnen und Kollegen ganz besonders herzlich unseren Dank aussprechen.

Dank gilt auch dem *qualitativ-psychologischen Forscherteam* von *Ipsos*, Hamburg, ganz besonders *Ina Hildebrandt*, und dem Team von *k-rc*, Bremen. Dies hat uns ebenso geholfen wie der Kontakt mit Studierenden und Kollegen von der *Universität Bremen*, wo wir einen Raum für die Artikulation unserer Überlegungen fanden. Dies gilt insbesondere für die *Studierenden im Master-Studiengang Wirtschaftspsychologie* sowie für *Andreas Witzel, Birgit Volmerg und Thomas Leithäuser*, welche als Pioniere qualitativer Sozialforschung stets ein offenes Ohr hatten und diskussionsbereit waren.

Auch die Auftraggeber der zahlreichen Projekte in der Marktforschung, die wir auf der Grundlage von Gruppendiskussionen parallel zur Arbeit am Buch durchgeführt haben, haben uns immer wieder inspiriert und ermutigt. Sie zeigten sich nicht nur interessiert an unseren Ausführungen, sondern suchten mit Interesse und Engagement immer wieder die Diskussion mit uns. Unser ganz besonderer Dank gilt *Maren K. Jens* und *Martin Greulich* für die Darstellung einer werblichen bzw. betrieblichen Sichtweise auf die Anwendung von Gruppendiskussion.

*Kai-Uwe Hellmann, Regina Kuhl und Marie-Chantal Daßmann* verdanken wir wertvolle Anregungen zur Überarbeitung des Manuskripts. *Fabiana Kühn* gab nicht nur inspirierende Anstöße für die Ausarbeitung der einzelnen Kapitel, sondern war als Ehefrau eines der Autoren zugleich Energiequelle, familiäre Feuerwehr und beruhigend-ausgleichende Kraft.

Nicht zuletzt möchten wir uns beim *VS Verlag* für die stets aufgeschlossene sowie verständnisvolle Begleitung und Förderung unseres Projekts bedanken, insbesondere bei *Frank Engelhardt, Cori Mackrodt und Katrin Emmerich*.

Bremen/Hamburg im Juli 2011  
Thomas Kühn/Kay-Volker Koschel

---

# Inhalt

<b>Geleitwort</b> . . . . .	V
<b>Vorwort zur zweiten Auflage</b> . . . . .	VII
<b>Vorwort</b> . . . . .	XI
<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis</b> . . . . .	XVII
<b>1 Einleitung</b> . . . . .	1
1.1 Ziel des Buches . . . . .	1
1.2 Aufbau des Buches . . . . .	4
<b>2 Grundlagen: Einsatz von Gruppendiskussionen in der Praxis</b> . . . . .	7
2.1 Erste Annäherung: Anwendungsbeispiele . . . . .	8
2.1.1 Beispiele aus der Marktforschungspraxis . . . . .	8
2.1.2 Beispiele aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis . . . . .	10
2.1.3 Beispiele aus Politik- und Medienforschung . . . . .	14
2.1.4 Zwischenfazit . . . . .	15
2.2 Verwendungskontexte und Potenzial . . . . .	17
2.2.1 Missverständnisse und Fehlannahmen . . . . .	17
2.2.2 Stellung der Gruppendiskussion zu anderen Methoden . . . . .	19
2.2.3 Erkenntnispotenzial von Gruppendiskussionen . . . . .	22
2.2.4 Veranschaulichung am Beispiel qualitativer Marktforschung . . . . .	26
2.2.5 Gruppendiskussionen aus der Anwenderperspektive . . . . .	31
2.3 Gruppendiskussionen als Teil qualitativer Forschung . . . . .	38

2.4	Auf der Suche nach einer Begriffsbestimmung . . . . .	42
2.4.1	Bedeutung von Gruppen für unser Handeln . . . . .	42
2.4.2	Soziale Gruppen im Spannungsfeld wissenschaftlicher Auseinandersetzung . . . . .	45
2.4.3	Bedeutung von Zugehörigkeiten für Diskussionen in Gruppen . . . . .	47
2.4.4	Von der Gruppe zur Gruppendiskussion . . . . .	49
2.5	Zusammenfassung . . . . .	52
<b>3</b>	<b>Vorbereitung von Gruppendiskussionen . . . . .</b>	<b>55</b>
3.1	Relevanz und Komplexität der Projektvorbereitung . . . . .	55
3.2	Briefing und Angebotserstellung . . . . .	57
3.2.1	Briefing als Grundlage des Forschungsprozesses . . . . .	57
3.2.2	Bedeutung des Angebots im Forschungsprozess . . . . .	61
3.3	Festlegung des Studiendesigns . . . . .	65
3.3.1	Teambildung und Wahl des Moderators . . . . .	65
3.3.2	Diskussion um heterogene oder homogene Gruppen . . . . .	67
3.3.3	Anzahl der Gruppendiskussionen und Zielgruppen-Split . . . . .	74
3.3.4	Gruppengröße . . . . .	76
3.4	Rekrutierung und Raumplanung . . . . .	77
3.4.1	Grundzüge des Rekrutierungsprozesses . . . . .	77
3.4.2	Entwicklung eines Rekrutierungsfragebogens . . . . .	80
3.4.3	Vorbereitungsprozesse zwischen Rekrutierung und Gruppendiskussion . . . . .	83
3.4.4	Die Rolle des Teststudios bei der Organisation von Gruppendiskussionen . . . . .	86
<b>4</b>	<b>Rolle und Ausgestaltung des Leitfadens und Stimulus-Materials . . . . .</b>	<b>91</b>
4.1	Bedeutung des Leitfadens im Forschungsprojekt . . . . .	92
4.2	Aufbau eines Leitfadens . . . . .	97
4.2.1	Grundregeln . . . . .	97
4.2.2	Einführung und Warm-Up . . . . .	99
4.2.3	Hauptteil . . . . .	104
4.2.4	Einsatz von Stimuli-Materialien und Übungen im Hauptteil . . . . .	107
4.2.5	Abschluss-Teil . . . . .	113
4.3	Frage- und Aufgabenformulierungen im Leitfaden . . . . .	117
4.4	Entwicklung eines Leitfadens . . . . .	125
4.5	Konzepterstellung und Konzepttest . . . . .	128

<b>5 Moderation von Gruppendiskussionen</b> . . . . .	135
5.1 Moderation als Aufbruch . . . . .	135
5.2 Begriffsbestimmung von Moderation . . . . .	139
5.3 Kennzeichen einer guten Moderation . . . . .	141
5.4 Moderation als Prozessgestaltung . . . . .	148
5.5 Typische Fehler bei der Moderation . . . . .	153
5.6 Grundregeln und Techniken der Moderation . . . . .	160
5.6.1 Grundregeln: Pflicht der Moderation . . . . .	161
5.6.2 Techniken: Kür der Moderation . . . . .	165
<b>6 Analyse von Gruppendiskussionen</b> . . . . .	169
6.1 Bedeutung einer offenen Grundhaltung . . . . .	169
6.2 Gütekriterien von Auswertung und Ergebnisbericht . . . . .	176
6.3 Auswertung als Prozessgestaltung: Grundprinzipien . . . . .	184
6.4 Verlauf des Analyseprozesses . . . . .	197
<b>7 Diskussion: Gruppendynamik verstehen</b> . . . . .	215
7.1 Vorsicht Gruppendynamik? . . . . .	215
7.2 Sozialpsychologische Perspektiven auf Gruppendynamik . . . . .	219
7.2.1 Status Quo der Forschung . . . . .	219
7.2.2 Verlaufsmodelle von Gruppendiskussionen und Gruppenprozessen . . . . .	222
7.3 Gruppendynamik im Spannungsfeld von Verflachung und Vertiefung . . . . .	227
7.3.1 Oberflächlichkeit und Anregungen im Diskussionsprozess . . . . .	227
7.3.2 Teilnehmermotivation im dynamischen Verlauf . . . . .	230
7.4 Gruppendynamik im Spannungsfeld von Verzerrung und Aufdeckung . . . . .	234
7.4.1 Teilnehmer-Rollen . . . . .	235
7.4.2 Soziale Erwünschtheit und selektive Authentizität . . . . .	237
7.4.3 Konformität, Konsensstreben und Anpassungsdruck . . . . .	242
7.4.4 Emotionalisierungen und Polarisierungen . . . . .	247
7.5 Fazit: Goldgruben erkennen, Fallgruben vermeiden . . . . .	250

<b>8 Erweiterung: Formenvielfalt und Spielräume von Gruppendiskussionen</b>	253
8.1 Theoretische Einbettung von Gruppendiskussionen	254
8.1.1 Verhältnis von Theorie und Praxis	254
8.1.2 Frankfurter Schule als Nährboden	257
8.1.3 Tiefenhermeneutischer Ansatz: Themenzentrierte Gruppendiskussionen	259
8.1.4 Gruppendiskussionsverfahren im Verständnis der rekonstruktiven Sozialforschung	264
8.1.5 Morphologische Gruppendiskussionen	268
8.1.6 Zusammenfassung	274
8.2 Stellschrauben und Varianten in der Praxis	277
8.2.1 Mini-Gruppen	278
8.2.2 Dyaden und Triaden	280
8.2.3 Workshops	282
8.2.4 Von der Online-Gruppendiskussion zur Online-Community	284
8.2.5 Sonstige Varianten	288
8.3 Verzahnungen	290
8.3.1 Methodenkombination	290
8.3.2 Internationale Projekte	295
8.4 Abschluss-Resümee: Das weite Feld der Gruppendiskussionen	300
<b>Literatur</b>	305
<b>Anhang</b>	317

---

# Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1	Einsatzbereiche von Gruppendiskussionen in der Marktforschungspraxis . . . . .	26
Tabelle 2	Forschungsfragen einer U&A-Studie . . . . .	27
Tabelle 3	Forschungsfragen der Ideenentwicklung (Idea Generation) . . . . .	28
Tabelle 4	Forschungsfragen eines Konzept-Tests . . . . .	29
Tabelle 5	Forschungsfragen eines Kommunikationstests (Werbe-Pretest) . . . . .	30
Tabelle 6	Forschungsfragen bei Image- und Markenkernanalysen . . . . .	31
Tabelle 7	Zur Begründung der Methode Gruppendiskussion . . . . .	44
Tabelle 8	Komplexität von Gruppendiskussionen als Herausforderung . . . . .	48
Tabelle 9	Funktion des Briefings . . . . .	58
Tabelle 10	Qualitätsmanagement bei der Rekrutierung . . . . .	80
Tabelle 11	Beispiele für geeignete Einstiegsthemen . . . . .	103
Tabelle 12	Tipps für das Schreiben von Konzepten . . . . .	130
Tabelle 13	Grundbausteine eines Konzepts . . . . .	133
Tabelle 14	Umgang mit Teilnehmer-Rollen im Prozess der Diskussion . . . . .	150
Tabelle 15	Grundregeln und Richtlinien der Analyse . . . . .	186
Tabelle 16	Idealtypische Chronologie des Analyseprozesses . . . . .	198
Tabelle 17	Aufbau und Bestandteile eines Postskripts . . . . .	203
Tabelle 18	Aufspalten des Textes . . . . .	205
Tabelle 19	Verlaufsmodell von Gruppendiskussionen nach Pollock/Nießen . . . . .	223
Tabelle 20	Verlaufsmodell von Gruppenprozessen nach Tuckman . . . . .	225
Tabelle 21	Vorschlag für ein heuristisches Verlaufsmodell von Gruppendiskussionen . . . . .	227



Tabelle 22	Kritik am Leistungspotenzial von Gruppendiskussionen: Oberflächlichkeit . . . . .	228
Tabelle 23	Wider der Kritik von Oberflächlichkeit . . . . .	230
Tabelle 24	Teilnehmer-Motivation: Herausforderungen und Potenzial von Gruppendiskussionen . . . . .	234
Tabelle 25	Gruppendiskussionen – Vergleichende Übersicht verschiedener Ansätze . . . . .	275
Tabelle 26	Ethnographische Perspektiven in Verbindung mit Gruppendiskussionen . . . . .	292
Tabelle 27	Gruppendynamische Phasen im Diskussionsprozess . . . . .	328
Abbildung 1	Die emotionale Landschaft der Emoti*Scapes . . . . .	112
Abbildung 2	Beispiel für eine Illustration gegenstandsbezogener Theoriebildung . . . . .	211
Abbildung 3	Screenshot aus dem Film „Stone & Stone Fire“ . . . . .	216

---

## 1.1 Ziel des Buches

In Gesprächen mit Kollegen, Studierenden und Auftraggebern stellen wir immer wieder fest, dass mit Gruppendiskussionen zahlreiche offene Fragen verbunden sind: Was sind eigentlich Gruppendiskussionen und welche Bedeutung haben sie als wissenschaftliche Methode? Spontane Assoziationen zeigen das verschwommene Bild: Sie reichen von einer lockeren Gesprächsrunde mit Freunden in einer Kneipe bis hin zu einer Selbsthilfegruppe. „Schön, dass wir drüber geredet haben“ – aber bieten Gruppendiskussionen jenseits eines gewissen Unterhaltungswerts wirklich einen nachhaltigen Wert für die Forschungspraxis?

Wenn man sich erst einmal auf die Fersen der Gruppendiskussion begibt, sich dabei nicht durch ihr auf den ersten Blick etwas nebulöses Erscheinungsbild täuschen lässt, sondern konsequent ihren Spuren folgt, bieten sich verblüffende Einsichten. Eine Gruppendiskussion ist keineswegs der exotische Paradiesvogel, sondern eher der Staatssekretär unter den Methoden: Ohne im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit zu stehen, werden komplexe Fragestellungen analysiert und wichtige Entscheidungen vorbereitet. In diesem Sinne kommen Gruppendiskussionen insbesondere in der Markt- und Meinungsforschung zum Einsatz. Da aber die meisten durchgeführten Auftragsstudien streng vertraulich sind, bleiben nicht nur viele Ergebnisse im Dunkeln, sondern auch die Bedeutsamkeit einer ganzen Methode an sich. In der Folge bleibt es der (Fach-)Öffentlichkeit verborgen, welche zentrale Rolle Gruppendiskussionen für die Entwicklung der modernen Alltagswelt übernehmen: Dienstleistungen, Produkte, neue Angebote, Kommunikations-Kampagnen, Fernsehformate und Kinofilme, politische Programme und Reden stellen nur eine Auswahl aus einer langen Liste von Bezugspunkten – zum Teil sogar Grundpfeilern – unseres Alltagslebens dar, deren Entwicklung durch Gruppendiskussionen wesentlich beeinflusst wurde und weiterhin wird.

Aus dem Blickwinkel des Wettbewerbs um Ideen und Innovation ist es verständlich, dass ein Großteil dieser Studien im ‚dunklen Kämmerlein‘ von Instituten verborgen bleiben muss, damit Vertraulichkeit gewahrt wird. Allerdings hat eine übertriebene Geheimniskrämerei den Nachteil, dass eine konstruktive, erfahrungsbasierte öffentliche Diskussion über den Stellenwert und das Optimierungspotenzial angewandter Methoden nicht geführt werden kann. Außerdem werden die zahlreich gesammelten Erfahrungen nicht systematisch für die Ausbildung von zukünftigen Fachkräften reflektiert und nutzbar gemacht, sodass heutzutage gerade der Einstieg in die Forschung mit Gruppendiskussionen mit vielen Hürden verbunden ist, die angesichts noch nicht befriedigend entwickelter akademischer Ausbildungsstrukturen hinsichtlich der Vermittlung qualitativer Methoden besonders hoch sind.

Unseres Erachtens ist es daher an der Zeit, dass es zu einer regeren Auseinandersetzung mit der Methode der Gruppendiskussion kommt. Dazu wollen wir einen Beitrag leisten. Im Sinne eines Praxis-Handbuchs legen wir großen Wert auf Beispiele und die Vermittlung von Erfahrungen, die für die Durchführung und Auswertung von Gruppendiskussionen genutzt werden können. Dies beinhaltet auch eine Auseinandersetzung mit dem Potenzial von Gruppendiskussionen als empirischer Methode und eine Differenzierung verschiedener theoretischer Sichtweisen.

Als roter Faden zieht sich der Bezug auf Markt- und Konsumforschungskontexte durch das Buch. Dies hat mehrere Gründe. Erstens handelt es sich dabei um ein Feld, in dem beide Autoren seit Jahren intensive Erfahrungen mit Gruppendiskussionen gesammelt haben, welche sozusagen als Reservoir für diesen Band genutzt werden können. Zweitens sind Gruppendiskussionen in diesem Bereich von besonders hoher Bedeutung, sodass sich die Möglichkeit ergibt, den Facettenreichtum der Methode detailliert zu ergründen. Und drittens gibt es einen weiteren Aspekt, der uns besonders am Herzen liegt: Die Praxis der Gruppendiskussion im Marktforschungskontext wird in zahlreichen einschlägigen methodologischen Veröffentlichungen entweder gar nicht berücksichtigt oder sehr selektiv aus der Distanz zur Kenntnis genommen – häufig verbunden mit einer Grundhaltung der eigenen Abgrenzung von der (imaginierten) Praxis im angewandten Kontext. Die ernsthafte Auseinandersetzung mit Veröffentlichungen und Ansätzen, die im Kontext von Markt- und Konsumforschung entstanden sind, kommt dabei zu kurz und weicht einer zu sehr generalisierenden Kritik, in der die theoretisch begründete Anwendung von Gruppendiskussionen in der angewandten Praxis in Frage gestellt wird<sup>1</sup>. Diese Kritik trägt letztendlich dazu bei, dass die Methode der Gruppendiskussion mit dem „Rüchlein einer ebenso billigen wie scheinbar simplen und im übrigen wenig fundierten kommerziellen Methode“ verbunden wird (Wagner/Schönhagen 2008: 274).

---

1 Eine positiv hervorzuhebende Ausnahme stellt das Buch von Dammer/Szymkowiak (2008) dar, in dem sich die Autoren sowohl theoretisch mit der Bedeutung von Gruppendiskussionen beschäftigen als auch wiederholt Erfahrungen aus der Praxis reflektieren. Allerdings erfolgt dies nur sehr selektiv aus der „morphologischen“ Perspektive (vgl. Kapitel 8.1 dieses Buches).

Wir sind daher der Überzeugung, dass es an der Zeit für eine Rehabilitierung des aus der akademischen Praxis stammenden Feldes der Marktforschung ist und dass diesem Feld deutlich mehr psychologisches und sozialwissenschaftliches Interesse gebührt als dies gegenwärtig der Fall ist. Das Erkenntnispotenzial von Gruppendiskussionen in der Markt- und Konsumforschung wird noch zu sehr unterschätzt. Dies gilt sowohl in Bezug auf thematische Anknüpfungspunkte etwa der Identitäts-, Lebensstil- oder Konsumforschung als auch hinsichtlich eines Verständnisses von dynamischen Prozessen in Gruppen. Da die Aufgabe der Sozialwissenschaften darin besteht, gesellschaftliche Praxis zu reflektieren, ist es wichtig, der Anwendung von Gruppendiskussionen in der Markt- und Konsumforschung mehr Aufmerksamkeit zu zollen. Um möglichst vielfältige Einblicke in die Praxis zu gewährleisten, ergänzen wir in diesem Sinne an ausgewählten Stellen unsere eigenen Ausführungen um zusammenfassende Darstellungen von betrieblichen Marktforschern, die diskutieren, welchen Stellenwert Gruppendiskussionen in der eigenen Praxis besitzen.

Das Einsatzgebiet von Gruppendiskussionen in der Praxis beschränkt sich aber bei weitem nicht auf den Bereich der Markt- und Konsumforschung. Wenn wir uns über die mangelnde Auseinandersetzung mit der Bedeutung von Gruppendiskussionen im Rahmen angewandter Markt- und Konsumforschungspraxis beklagen und dies zum Ausgangspunkt für dieses Buch nehmen, heißt das deshalb nicht, dass wir das Pendel auf die andere Seite ausschlagen lassen wollen, indem wir die Bedeutung der Gruppendiskussion als wissenschaftliche Methode für sozialwissenschaftliche Fragestellungen jenseits der Marktforschung missachten, gering schätzen oder gar nicht berücksichtigen. Im Gegenteil: An dieser Stelle unterstützen wir mit Nachdruck die Position des Soziologen Siegfried Lamnek, der auf das vielfältige Potenzial von Gruppendiskussionen aufmerksam macht und gleichzeitig beklagt, dass dieses im Rahmen der meisten Methoden-Lehrbücher nur unzureichend wiederspiegelt wird (Lamnek 2005: 14 ff.).

Deshalb beziehen wir uns explizit auf die Praxis von Gruppendiskussionen in verschiedenen Kontexten – hinsichtlich der Vorbereitung, der Durchführung, der Auswertung und der Interpretation der Ergebnisse. Unsere Intention ist es, dem Leser eine in sich geschlossene, umfassende Einführung zu bieten und dabei gleichzeitig Anknüpfungspunkte für eine weitere Vertiefung aufzuzeigen, indem wir z. B. Bezüge zu der in den letzten Jahren gewachsenen Anzahl an Veröffentlichungen zu verschiedenen Ansätzen der Gruppendiskussion und ihrer Verwendung in verschiedenen Praxis-Kontexten aufzeigen (insbesondere Leithäuser/Volmerg 1988; Loos/Schäffer 2001; Bohnsack 2003; Lamnek 2005; Bohnsack/Przyborski 2007; Dammer/Symkowiak 2008; Krueger/Casey 2009; Bohnsack et al. 2010; Przyborski/Riegler 2010).

Mit unserem Buch wollen wir einen Beitrag dazu leisten, Berührungspunkte mit der Methode Gruppendiskussion abzubauen. Den Leserinnen und Lesern sollen Grundlagen vermittelt werden, die es ihnen ermöglichen, Gruppendiskussionen in der eigenen Forschungs-Praxis einzusetzen. Dafür werden neben theoretischen Grundkenntnissen auch zahlreiche praktische Tipps gegeben – z. B. für die Auswahl

geeigneter Teilnehmer, die Leitfadengestaltung, die eigene Moderation und Auswertung. Indem wir transparent machen, welche Einsatzgebiete und Qualitätskriterien mit Gruppendiskussionen verbunden sind, erleichtern wir außerdem die Evaluation von Projekten und Projektvorschlägen, für die Gruppendiskussionen von zentraler Bedeutung sind.

Wir wenden uns zum einen an Studierende und wissenschaftlich Tätige an Universitäten und Fachhochschulen, die im Rahmen eines Forschungsprojekts erwägen, Gruppendiskussionen einzusetzen und sich näher mit dem Stellenwert der Konzeptualisierung, Durchführung und Auswertung von Gruppendiskussionen beschäftigen wollen. Zum anderen richtet sich das Buch an Praktiker im angewandten Kontext, wie z. B. der Marktforschung oder der Personal- und Organisationsentwicklung. Ihnen sollen Grundlagen der Anwendung von Gruppendiskussionen in der Praxis ebenso vermittelt werden wie die Fähigkeit, einen theoretisch begründeten von einem falsch und eher oberflächlich verstandenen Einsatz zu unterscheiden.

Das Buch soll schließlich auch denjenigen eine Hilfestellung bieten, die nicht selbst Gruppendiskussionen durchführen wollen, aber im Rahmen ihrer beruflichen Praxis mit Moderatoren und Dienstleistern in Kontakt kommen, etwa wenn es um die strategische Entwicklung von Angeboten und Produkten oder um Markenführung geht. Ihnen soll es ermöglicht werden, bei der Wahl eines Forschungsdesigns einzuschätzen, ob Gruppendiskussionen eine geeignete Methode darstellen und welche Fragestellungen damit angemessen untersucht werden können. Auch der begründete systematische Vergleich von Dienstleistern hinsichtlich der Güte der angebotenen und durchgeführten Projekte wird durch die Identifizierung von Qualitätskriterien gefördert.

Wir haben uns bemüht, das Buch in einer insbesondere für den Einsteiger verständlichen Sprache zu schreiben. Es liegt in der Natur der Sache, dass dadurch für den Experten einige der genannten Aspekte weniger Neues bieten werden. Gleichwohl hoffen wir, dass das Buch auch für fortgeschrittene Moderatoren, wissenschaftliche Mitarbeiter oder Marktforscher ein kompaktes Nachschlagewerk sowie eine übersichtliche, zusammenfassende Bündelung wichtiger Gesichtspunkte bietet und viele bekannte Teilaspekte unter einer neuen Perspektive zusammenführt. Besonders wichtig ist uns eine anschauliche Gestaltung des Buches. Deshalb haben wir zahlreiche Praxis-Beispiele, Checklisten und Schaubilder eingefügt.

---

## 1.2 Aufbau des Buches

Unsere Ausführungen sind folgendermaßen gegliedert: Im zweiten Kapitel soll zunächst eine Grundlage für die weitere Auseinandersetzung mit der Anwendung von Gruppendiskussionen im Forschungsprozess geschaffen werden. Um uns der Methode Gruppendiskussion in ihren zahlreichen Facetten und ihrer vielschichtigen Gestalt anzunähern, betrachten wir sie aus verschiedenen Perspektiven: Wir beschäf-

tigen uns mit dem Potenzial der Methode, lernen sie als Bestandteil qualitativer Forschung kennen und erarbeiten uns ein Grundverständnis von Gruppen.

Die Gliederung der Kapitel drei bis sechs orientiert sich am Verlauf eines Forschungsprojekts. Zunächst geht es im dritten Kapitel um die Vorbereitung eines Projekts, in dem Gruppendiskussionen zum Einsatz kommen sollen. Wir zeigen auf, wie wichtig es ist, sich im Vorfeld systematisch mit dem Setting auseinander zu setzen und welche Schritte dafür erforderlich sind. Eine besonders gewichtige Rolle bei der Vorbereitung kommt der Leitfadenentwicklung und damit verbundenen Überlegungen zur Strukturierung der Diskussion zu. Deshalb gehen wir darauf im vierten Kapitel noch einmal in detaillierter Art und Weise ein. Besonders intensiv setzen wir uns mit dem Verhältnis von Offenheit und Vorstrukturiertheit auseinander und leiten daraus Empfehlungen für die eigene Forschungs-Praxis ab. Der Leitfaden bildet die Grundlage für die Moderation, mit der wir uns im fünften Kapitel beschäftigen. Dabei widmen wir uns sowohl einzelnen Techniken der Gesprächsführung als auch dem Verhältnis von Moderator und Gruppe. Das sechste Kapitel führt in die Auswertung von Gruppendiskussionen ein. Wir begeben uns auf die Spuren eines begründeten Analyseprozesses und gehen der Frage nach, wie man Ergebnisse zusammenfassen und präsentieren kann. Im Mittelpunkt der Ausführungen steht die Vermittlung grundlegender Prinzipien und praxisnaher Empfehlungen, welche die Grundlage schaffen, die eigene Analysekompetenz in der Praxis zu schärfen.

Ein zentrales Thema zieht sich wie ein roter Faden durch alle Phasen des Forschungsprojekts und wird deshalb im vertiefenden siebten Kapitel ausführlich erörtert: Es geht darum, Gruppendynamik zu verstehen und adäquat mit ihr umzugehen. In diesem Sinne untersuchen wir unter Einbezug sozialpsychologischer Forschungsergebnisse, welche Fallstricke sowie Goldgruben mit Dynamik in Gruppen verbunden sind und welche Konsequenzen für die Forschungs-Praxis sich daraus ergeben.

Die Vielfalt von Gruppendiskussionen, die uns bereits am Anfang unserer Reise in die Welt der Gruppendiskussionen in den Bann gezogen hat, steht auch am Ende unseres Praxis-Handbuchs im Mittelpunkt. Auf der Basis des in den vorangegangenen Kapiteln erarbeiteten Wissens zeigen wir im achten Kapitel zunächst auf, aus welchen vielfältigen theoretisch begründeten Perspektiven Gruppendiskussionen vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet werden können. Je mehr man sich mit ihnen auseinandersetzt, desto mehr wird man zum Experten, dem es möglich wird, durch die Betätigung zahlreicher Stellschrauben maßgeschneiderte Projekte zu entwickeln. Wir skizzieren, was dies für Gruppendiskussionen bedeutet und schließen unsere Darstellungen mit einem Ausblick ab.

Im Anhang des Buches haben wir zahlreiche Beispiele und Check-Listen zusammengestellt, welche dem Einsteiger eine Orientierung bei der Vorbereitung und Durchführung von Gruppendiskussionen bieten.

---

# Grundlagen: Einsatz von Gruppendiskussionen in der Praxis

# 2

Bevor wir uns in den folgenden Kapiteln nach und nach mit den verschiedenen Phasen eines Forschungsprojekts mit Gruppendiskussionen auseinander setzen, wollen wir uns dem Thema als Ganzem annähern. Dies unternehmen wir, indem wir aus verschiedenen Standpunkten einen Blick auf die zugleich herausfordernde und eindrucksvolle Vielfalt werfen, welche für Gruppendiskussionen kennzeichnend ist. Diese Vielfalt erstreckt sich sowohl auf verschiedene Wege ihrer Durchführung und Auswertung als auch auf Anwendungsgebiete, in denen Gruppendiskussionen zum Einsatz kommen.

Zur Veranschaulichung bedienen wir uns eines im Rahmen von Gruppendiskussionen häufig verwandten Stilmittels: der Veranschaulichung komplexer Sachverhalte mittels Bildern, welche den Vorteil bringen, dass Inhalte zusammenfassend auf den Punkt gebracht und für die Diskussion greifbarer werden. Wir beginnen unsere Auseinandersetzung mit der Gruppendiskussion mit der Metapher der Reise:

Als erste Annäherung betrachten wir quasi aus der Vogelperspektive verschiedene Praxis-Beispiele (Abschnitt 2.1). Wir werfen sozusagen aus dem Flugzeug im Landeanflug einen ersten Blick auf verschiedene in unser Blickfeld geratene Szenen des Feldes, das wir im Folgenden weiter erkunden wollen. Nachdem wir unsere ersten Eindrücke reflektiert haben, brechen wir im Anschluss zu einer Rundreise durch das weite Land der Gruppendiskussionen auf (Abschnitt 2.2). Bei dieser zweiten Annäherung erfahren wir mehr über die vielfältigen Themengebiete, für deren Erforschung Gruppendiskussionen eingesetzt werden. An einigen Punkten unserer Reise – allesamt wichtige Sehenswürdigkeiten – machen wir Halt, um sie näher kennen zu lernen. Nach dieser Reise werden wir einen ersten Überblick gewonnen haben, der uns ermutigt, unsere Kenntnisse über das so umfangreich und heterogen erscheinende Gebiet der Gruppendiskussionen weiter zu vertiefen. Deshalb belegen wir im Anschluss daran sozusagen einen ‚Crash-Kurs‘, in dem wir lernen, was es für die Gruppendiskussionen bedeutet, Teil der qualitativen Forschung zu sein (Abschnitt 2.3).

Um uns im Folgenden detailliert mit dem Forschungsprozess auseinander setzen zu können, brauchen wir jetzt noch ein Verständnis davon, was eine Gruppendiskussion ausmacht. Bei der Suche nach einer Definition fühlen wir uns schnell wie in einem Verhandlungssaal, in dem viele unterschiedliche Auffassungen aufeinander prallen (Abschnitt 2.4). Als angehender guter Moderator gelingt es uns aber, einen gemeinsamen Nenner zu entdecken, der uns als Grundlage für die weitere Auseinandersetzung mit der Methode dienen wird.

Damit sind wir gut gerüstet, um ein erstes Fazit zur Bedeutung und zum Potenzial von Gruppendiskussionen in der Praxis zu ziehen (Abschnitt 2.5), das uns als Grundlage für die weitere Auseinandersetzung mit den verschiedenen Phasen eines Forschungsprojekts mit Gruppendiskussionen dienen wird.

---

## **2.1 Erste Annäherung: Anwendungsbeispiele**

Bevor wir die ersten eigenen Schritte auf dem Gebiet der Gruppendiskussionen unternehmen, lehnen wir uns noch einmal einen Moment zurück. Um im Bild zu bleiben: Während unser Flugzeug auf die Landeerlaubnis wartet und Schleifen um den Flughafen vom Land der Gruppendiskussionen dreht, schauen wir neugierig aus dem Fenster, um das bunte Treiben zu beobachten. Dies gibt uns die Gelegenheit, einen ersten Eindruck zu entwickeln, von dem ausgehend wir unser Verständnis vertiefen können. Wie wir bald feststellen werden, ist das Feld der Gruppendiskussionen zu weit und verwinkelt, um es mit ein paar ersten Blicken auch nur annähernd zu erfassen. Insofern sind die im Folgenden gegebenen Anwendungsbeispiele notwendigerweise unvollständig, aber gleichwohl gut dazu geeignet, einige Wesenszüge zu veranschaulichen, welche für den Einsatz von Gruppendiskussionen charakteristisch sind. Sie sind alle veröffentlicht, stammen jedoch aus ganz unterschiedlichen Forschungs- und Anwendungskontexten.

Stellen wir uns also vor, dass wir im Landeanflug verschiedene Forscher bei ihrer Tätigkeit rund um Gruppendiskussionen beobachten können – mit ganz unterschiedlichen Herangehensweisen, Fragestellungen, Zielen und Auswertungsmethoden. Was wir dabei sehen könnten, wird im Folgenden beschrieben. Wir werden dabei Rauchern und Super-Nannies ebenso begegnen, wie Australiern, die über die globale Ordnung nachdenken und Politikern, die um ihren Ruf besorgt sind.

### **2.1.1 Beispiele aus der Marktforschungspraxis**

Beginnen wollen wir mit zwei Fallbeispielen von Ingo Dammer und Frank Szymkowiak (2008). Sie beziehen sich zum einen auf Gruppendiskussionen mit Rauchern, zum anderen mit Verbrauchern von Haushaltsreinigern. Den Ausgangspunkt für die Gruppendiskussionen mit Nutzern der Marke Marlboro bieten zwei erklä-



rungsbedürftige Widersprüche: Erstens, so Dammer und Szymkowiak, bestehe eine Kluft zwischen Selbstbild und Wirklichkeit bezüglich den Kaufmotiven von Zigaretten. Wenn Verbraucher direkt befragt würden, gäben sie den Geschmack als Grund für ihre Markenpräferenz an. Da jedoch Blindtests zeigten, dass Verbraucher die Zigaretten der eigenen Marke nicht von anderen unterscheiden könnten, wenn diese ohne Etikett und Verpackung dargereicht werden, seien tatsächlich unbewusste Motive für die Auswahl einer Marke entscheidend: nicht die Tabakmischung als solche, „sondern die durch die Kommunikation geprägten Bilder bestimmter Lebenshaltungen“ (Dammer/Szymkowiak 2008: 94). Daraus ergibt sich der zweite Widerspruch: Auf der einen Seite könne Marlboro als führende, von breiten Bevölkerungsschichten bevorzugte Zigarettenmarke angesehen werden, auf der anderen Seite stünden Nutzer der typischen Cowboy-Werbung von Marlboro deutlich ablehnend gegenüber, wenn darüber bewusst geurteilt werde: Die Kampagne werde als eine unrealistische und überzogene Form eines alten ‚Freiheit-und-Abenteuer‘-Klischees beschrieben.

Die Aufgabe der Gruppendiskussionen besteht nun darin, das hinter diesen Widersprüchen stehende Spannungsfeld aufzudecken und verständlich zu machen. Dammer und Szymkowiak unternehmen dies, indem sie im Rahmen der Gruppendiskussionen die in der Kampagne dargestellte Lebenswelt des Cowboys genauer unter die Lupe nehmen. Die Ergebnisse deuten sie derart, dass die Kampagne untergründig gerade nicht Freiheit und Abenteuer kommuniziere, sondern die Bereitschaft, sich in eine reglementierte und gleichförmige Arbeitswelt einzufügen und mit dem Wunsch verbunden sei, sich dafür am Ende des Tages die symbolische Belohnung einer Zigarette gönnen zu dürfen:

„Statt Freiheit und Abenteuer auszukosten, ist er [der Cowboy] mit dem Eingattern von Freiheit (Pferden) beschäftigt. Am Abend seines arbeitsreichen Tages liegt sein Glück in dem Zug an der Zigarette und an dem Schluck Kaffee am Lagerfeuer. Seine Weltsicht ist dadurch gekennzeichnet, dass große Entwürfe und Ausbrüche gemieden werden: Die Meisterschaft liegt für den Marlboro-Cowboy im Durchleben und Perfektionieren seines eingegrenzten Alltags. Sein Lebensmotto lautet ‚Schuster bleib bei deinen Leisten‘ (und finde darin deine Erfüllung und Meisterschaft) statt ‚Freiheit und Abenteuer‘. Diese Lebenshaltung ist prototypisch die eines aufstiegsorientierten Facharbeiters. Man versteht von solchen Erkenntnissen her, wie sich der Erfolg der Marlboro als der Mass-Market-Zigarette schlechthin erklären lässt.“ (Dammer/Szymkowiak 2008: 95)

Auch bei den Gruppendiskussionen mit Verbrauchern zur Verwendungsmotivation von Haushaltsreinigern geht es Dammer/Szymkowiak um die Herausarbeitung unbewusster Motive, die über das reflektierte Bedürfnis nach Sauberkeit hinausgehen. Den Zugang dazu finden sie, indem sie im Rahmen von Gruppendiskussionen den Vorgang des Putzens und damit verbundene Stimmungslagen und „dramatische Prozesse“ rekonstruieren. Aus diesem Blickwinkel werden lustbetonte Anteile am Putzen

ebenso deutlich wie damit verbundene Gefühle von Kontrolle und Macht, die es dem Verbraucher ermöglichen „häusliche Kleinkriege“ und „Vernichtungsfeldzüge gegen den Schmutz“ zu leiten sowie „anarchische Revolten im Haushalt“ durchzuführen, indem alle Gegenstände des Haushalts während des Putzens vom angestammten Platz verschoben werden könnten. Wenn es einer Marke darum gehe, sich im Marktumfeld Wettbewerbsvorteile zu verschaffen, müssten diese unbewussten Anteile berücksichtigt werden – wie es sich z. B. im Markennamen „Der General“ widerspiegeln (Dammer/Symkowiak 2008: 96).

### 2.1.2 Beispiele aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis

Machen wir nun einen Schwenk von der Marktforschung hin zur akademischen Forschungspraxis. Werfen wir einen Blick auf drei Projekte, die alle dem Oberthema der Verortung von Identität zwischen Nationalität und Globalität zuzurechnen sind und für die Untersuchung auf Gruppendiskussionen zurückgreifen – aber in sehr unterschiedlicher Art und Weise.

Den australischen Sozialwissenschaftlern Zlatko Skrbis und Ian Woodward (2007) geht es darum zu untersuchen, welche Bedeutung im Zeitalter der Globalisierung kosmopolitische Orientierungen in der Bevölkerung haben. Anknüpfend an theoretische Überlegungen zum „ordinary cosmopolitanism“ von Lamont/Aksartova (2002) steht insbesondere die Frage im Mittelpunkt, inwiefern Offenheit gegenüber fremden, nicht-lokalen Menschen, Dingen und Erfahrungsräumen kennzeichnend für breite Schichten in Australien sind. Dafür führten sie neun Gruppendiskussionen mit insgesamt 76 in Australien lebenden Teilnehmern durch, die hinsichtlich ethnischer Herkunft, Alter und Beruf eine möglichst breite Mischung sicherstellen sollten. Als zentrales Ergebnis arbeiten sie aus den Diskussionsbeiträgen eine grundlegende Ambivalenz heraus: Je nach diskursivem Kontext erscheinen kosmopolitische Strömungen als Chance oder als Bedrohung, die in der Regel aus der eigenen Alltagsperspektive heraus beurteilt werden. Auf der einen Seite sehen die Teilnehmer sich als Nutznießer einer zunehmend vernetzten Welt und stellen die daraus entstehenden neuen, umfassenden Konsummöglichkeiten positiv heraus, insbesondere bezogen auf Reisen, kulinarische Genüsse und Musik. Auf der anderen Seite stehen Befürchtungen vor einer Auflösung nationaler Kultur und einem generellen Verlust von verschiedenen Subkulturen zu Lasten einer global dominierenden Mainstream-Orientierung (Skrbis/Woodward 2007: 730). Auf Basis der Gruppendiskussionen lassen sich insgesamt drei ambivalente Spannungsfelder identifizieren (Skrbis/Woodward 2007: 738 ff.):

- a) Im Bereich *ökonomischer Aktivität* auf der einen Seite Freiheit, neue Gelegenheiten und ein Bedeutungsgewinn der Konsumentenperspektive, auf der anderen Seite Ausbeutung, Kommerzialisierung und Entfremdung,

- b) im Bereich von *Kultur* auf der einen Seite der Wunsch, sich von nationalstaatlichen Grenzen und damit verbundenen Begrenzungen zu befreien, auf der anderen Seite aber auch Ängste, die lokale Kultur und Heimat zu verlieren,
- c) im Bereich von *Mobilität* und zunehmender Vernetzung werden neuen Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten eine erhöhte Verwundbarkeit und Gefährdung durch Terrorismus, Umweltverschmutzung und „moralische Dekadenz“ entgegengestellt.

Ihre Ergebnisse veranschaulichen die Autoren jeweils mit einigen wörtlichen Zitaten, wie z. B. den folgenden Passagen, welche das Thema Kosmopolitismus mit lokalen Einkaufsmöglichkeiten in Verbindung bringen – einmal in einem positiven, einmal in einem negativen diskursiven Kontext:

„I think that how I shop is to buy the best from every country. So whatever that country is famous for I'd get it. That's a way that globalisation has allowed, because you know the wine in whatever country in Europe is the best and you'd go and get that. Oysters in New Zealand are the best so you'd get that.“ (Skrbis/Woodward 2007: 739)

„Like the corner shop, how long since you saw a corner shop? They cannot compete with the globalisation of the markets. Coles and Woolworths buy in bulk, thousands and thousands of items, but you're little old corner shop keep can only buy 5. It has affected the Australian economy. In the time I've been alive I've seen it just go down and down.“ (Skrbis/Woodward 2007: 740 f.)

In Deutschland nutzte Barbara Asbrand Gruppendiskussionen, um die Frage zu untersuchen, wie Jugendliche sich in einer zunehmend globalisierten Welt orientieren und mit dem Thema Globalität umgehen. Dabei knüpft sie bei der Konzeptualisierung und Auswertung der Studie an den systemtheoretischen Begriff der Weltgesellschaft an (vgl. Asbrand 2009, 2010). Im Unterschied zu Skrbis/Woodward geht es ihr weniger um die Zusammenfassung zentraler inhaltlicher Bezüge in den Diskussionsrunden, als vielmehr um die Frage, „wie die Gruppe die Themen im Diskurs bearbeitet“ (Asbrand 2010: 88). Indem sie den Fokus auf den Verlauf der Diskussion und damit verbundene Aushandlungsprozesse von Bedeutung richtet, bemüht sie sich, einen der Gruppe gemeinsamen Orientierungsrahmen zu rekonstruieren, der „in einer gemeinsamen konjunktiven Erfahrung der erforschten Jugendlichen begründet“ ist (ebd.: 88). Die Durchführung und Auswertung der Gruppendiskussionen knüpft damit an ein theoretisches Grundverständnis an, wie es von Ralf Bohnsack in Anlehnung an Karl Mannheim entwickelt wurde (vgl. Kapitel 8.1 dieses Buches). Demnach sind individuelles Wissen und subjektive Handlungsmuster aus bestimmten milieuspezifischen Gegebenheiten ableitbar und werden über „konjunktive Erfahrungsräume“ vermittelt: Gemeinsame Erfahrungen, z. B. im Rahmen einer Organisation, stiften Zugehörigkeit und „Verwurzelung im Milieu“ (Asbrand 2010: 78). Eine

derartige Sichtweise beeinflusst bereits die Zusammensetzung der Gruppen, weil sie Aufschlüsse über ein bestimmtes Milieu ermöglichen und deshalb eine homogene Teilnehmerstruktur aufweisen sollten. Das Forschungsteam um Asbrand hat aus diesem Grund drei verschiedene Untergruppen gebildet: Jugendliche, die gewerkschaftlich engagiert sind; Jugendliche, die sich in einer lokalen Organisationsgruppe (im Beispiel: Attac) zusammengeschlossen haben sowie Abiturienten eines Wirtschaftsgymnasiums, welche keiner politischen Gruppierung angehören.

Im Zuge der Auswertung der Gruppendiskussionen arbeitet Asbrand Unterschiede bezüglich der milieuspezifischen Orientierungsrahmen für Wissen und Handeln heraus. So erkennt sie beispielsweise bei den Schülern einen „Habitus“ des Strebens nach Wissen mit einhergehender Reflexion über das eigene Nichtwissen, während sie bei den anderen beiden Gruppen ein implizit als „objektiv wahr“ angenommenes Weltbild konstatiert. Mit dem gewerkschaftlichen Milieu als Erfahrungsraum gehe beispielsweise einher, dass internationale Solidaritätsarbeit als etwas Selbstverständliches betrachtet werde. Folglich werde Engagement in den Gruppen nicht als individuelle Entscheidung, sondern als Bestandteil von Organisationsdisziplin zum Ausdruck gebracht. Im Unterschied zu den keiner Organisation angehörenden Schülern gebe es nach Asbrand bei den aus dem gewerkschaftlichen Milieu stammenden Diskussionsteilnehmern einen „Habitus des praktischen Weltbezugs“. Die Auseinandersetzung mit Globalität erfolge demnach nicht in erster Linie theoretisch, sondern praktisch in Form der Realisierung konkreter sozialer Projekte, wie z. B. der Organisation und Teilnahme an der Errichtung einer sozialen Einrichtung in einem anderen Land (Asbrand 2010: 78).

Während sowohl Skrbis/Woodward als auch Asbrand Globalität als Ausgangspunkt für die Gruppendiskussionen nehmen, setzt Birgit Behrens (2004) am anderen Ende des Spannungsfelds an, indem sie sich der Frage widmet, welche Bedeutung politisch engagierte deutsche Frauen der eigenen Nationalität für ihre soziale Verortung beimessen. Die insgesamt sechs Gruppendiskussionen drehen sich um die Frage: „Was bedeutet mir die Nation, zu der ich gehöre? Gehöre ich zu ihr?“ (Behrens 2004: 74).

Die teilnehmenden Frauen waren in verschiedenen politischen Parteien oder sozialen Einrichtungen engagiert, hatten alle die deutsche Staatsangehörigkeit und waren nicht-jüdischer Herkunft resp. Religion. Dies ist erwähnenswert, weil Behrens den durch die Gruppen hergestellten Bezug auf die nationalsozialistische Vergangenheit in den Mittelpunkt ihrer Auswertung rückt. Obwohl die Auseinandersetzung mit diesem Thema nicht durch die Moderatorin vorgegeben worden sei, habe sich dieser Bezugspunkt in allen Gruppen entscheidend für das Selbstverständnis der eigenen Nationalität heraus kristallisiert. Ihre Analysen nimmt Behrens aus einer tiefenhermeneutischen Perspektive vor (vgl. Kapitel 8.1). Das heißt, dass sie sowohl hinterfragt, *wie* in den Gruppen über bestimmte Themen (nicht) diskutiert wird als auch welche unbewussten Bedeutungsstrukturen für die Art und Weise, wie inhaltlich argumentiert wird, verantwortlich sind. Als einen Kernsatz aus den Gruppendiskussio-

nen benennt Behrensens die Äußerung, dass Deutsche „dieses böse Geschehen da aus der Hitlerzeit huckepack schleppen“ (Behrensens 2004: 74).

Die nationalsozialistische Vergangenheit besitze ihrer Meinung nach für alle politischen Strömungen der Gegenwart nach wie vor eine hohe Präsenz und Bedeutung für eigenes Handeln, auch wenn dies nicht immer bewusst anerkannt werde. Deutlich werde im Gegenteil, dass es sich nach wie vor um ein heikles Thema handle, dem sich im Rahmen von Gruppendiskussionen zunächst sehr vorsichtig angenähert werde. Sichtbar werde ein bedächtiges „Herantasten, wie weit in der jeweiligen Gruppe ein Konsens hergestellt werden kann“ (Behrensens 2004: 199). Dem zugrunde liege sowohl eine „tief liegende Sprachlosigkeit“ (ebd.: 199) als auch die Angst, etwas Falsches zu sagen. Bei allen Teilnehmerinnen sei das Thema mit Unbehagen verbunden; auch damit verbundene Schuld- und Schamgefühle werden in allen Gruppendiskussionen „benannt oder zumindest angedeutet“ (ebd.: 201).

Aus der Angstbesetzung und der Verbindung zu Schuld- und Schamgefühlen ergäben sich unterschiedliche Implikationen für das eigene politische Engagement und die Verortung als Deutsche in einer zunehmend globalisierten Welt. Während für einen Teil der Frauen die Vergangenheit als eine dringliche „Warnung“ gesehen werde und dementsprechend Offenheit und Toleranz gegenüber Fremden eingefordert würden, erscheine die nationalsozialistische Vergangenheit anderen eher als eine „Bedrohung“ oder „Last“, von der es sich in der Gegenwart zu befreien gelte. In den Worten einer Teilnehmerin ausgedrückt: „Wenn wir ständig mit diesem Ballast rumlaufen, werden wir ja nie frei, einen neuen Anfang zu machen“ (ebd.: 79).

Behrensens verwendet tiefenpsychologische Deutungen für ihre Analysen. Zum Beispiel verweist sie auf die Verlagerung von Schuldgefühlen bezüglich der NS-Vergangenheit nach außen: Sich schuldig zu fühlen, werde von den Teilnehmerinnen als eine von außen herangetragene Anforderung dargestellt, von der es sich im Sinne eines Bekenntnisses zur eigenen Nationalität zu distanzieren gelte (ebd.: 85). Außerdem stellt sie bei einigen Frauen fest, dass es zu einer Umdeutung von der Täter- in die Opferrolle komme: Demnach werde aus Sicht einiger Teilnehmerinnen der nationalsozialistischen Vergangenheit in der Öffentlichkeit ein zu hohes Gewicht beigemessen. Den Deutschen werde in der Folge ein schlechtes Gewissen eingeredet, ihnen würde ein Minderwertigkeitskomplex nahe gelegt oder sie würden gar stigmatisiert (ebd.: 205 ff.).

Die drei oben aufgeführten sozialwissenschaftlichen Beispiele zeigen, wie unterschiedlich ein verwandter Themenbereich mit Hilfe von Gruppendiskussionen bearbeitet werden kann. Bevor wir nun unsere ersten gewonnenen Eindrücke zu Gruppendiskussionen strukturieren, wollen wir noch einen abschließenden Blick auf zwei weitere Anwendungsbereiche von Gruppendiskussionen werfen: Politik- und Medienforschung und ihre Verknüpfung zu Beratung.

### 2.1.3 Beispiele aus Politik- und Medienforschung

Dass Gruppendiskussionen einen wichtigen Bezugspunkt für Politikforschung und die daran anknüpfende strategische Beratung darstellen, veranschaulichen Ursula Breitenfelder, Christoph Hofinger, Isabella Kaupa und Ruth Picker (2004) anhand mehrerer Fallbeispiele. Exemplarisch sei auf eine Studie hingewiesen, bei der es um die Evaluation verschiedener möglicher Positionierungen eines Kandidaten gegenüber kritischen Zielgruppen geht, bei denen der Anteil der Wähler in den letzten Jahren gesunken ist. Den Teilnehmern an den Gruppendiskussionen werden verschiedene Konzepte vorgelegt, die jeweils den biographischen Werdegang des Kandidaten kurz zusammenfassen. In jedem Konzept wird jeweils eine besondere Episode aus dem Leben des Kandidaten in den Vordergrund gerückt und mit spezifischen Kompetenzen und Aspekten seiner Persönlichkeit in Verbindung gebracht.

*Beispiel:*

*„XY ist der Sohn einfacher Leute aus der Region Z. Obwohl er in der Wirtschaft und in der Politik Karriere gemacht hat, hat er die Sorgen und Nöte der kleinen Leute niemals vergessen.“*

*Eine Alternative: „XY' Weg in die Politik ist kein üblicher. Als erfolgreicher Sportler und Wirtschaftsfachmann unterscheidet er sich wohltuend von den Berufsfunktionären und Apparatschiks, die in allen Parteien leider meistens das Sagen haben.“ (Breitenfelder et al. 2004: 50)*

Es soll herausgefunden werden, welches der Konzepte auf die jeweilige Zielgruppe den größten Eindruck hinterlässt. Nach der Wahl ihrer persönlichen Favoriten durch jeden Teilnehmer folgt eine Diskussion in der Gruppe, was an den einzelnen Konzepten beeindruckender war als an anderen. Damit werde eine wichtige Grundlage für die anschließende Positionierung des Kandidaten geschaffen (Breitenfelder et al. 2004: 51).

Die RTL-Fernsehserie „Die Super-Nanny“, in der Ratschläge zur Erziehung gegeben werden, erzielte regelmäßig hohe Einschaltquoten von zum Teil über fünf Millionen Zuschauern. Ihre öffentliche Wirkung lässt sich als polarisierend bezeichnen. Befürworter sahen in ihr eine Möglichkeit, Wege zu einer kinderorientierten Erziehung einer breiten Öffentlichkeit publik zu machen, Kritiker wiesen unter anderem auf die Zur-Schau- und Bloßstellung sowie die zum Teil fragwürdigen Ratschläge hin. Vor diesem Hintergrund führte die Sozialarbeiterin Margit Pomp Gruppendiskussionen mit sieben Müttern in Duisburg durch, die alle Teilnehmerinnen einer sich regelmäßig treffenden Gruppe eines Sozialdienstes waren. Im Mittelpunkt der Gruppendiskussion standen die Fragen, wie die Mütter die Fernsehsendung wahrnehmen