



Fokusgruppen

Methodische Vorgehensweise

GEFÖRDERT VOM



Erstellt von:

Fachgebiet Integrierte Verkehrsplanung

Technische Universität Berlin

Fakultät Verkehrs- und Maschinensysteme

Institut für Land- und Seeverkehr

Sekr. SG 4, Salzufer 17-19, 10587 Berlin

Prof. Dr. Oliver Schwedes, Projektleitung

Berichterarbeitung:

Sven Hausigke, Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Lisa Buchmann, Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Lena Schildbach, studentische Hilfskraft

www.ivp.tu-berlin.de

Inhalt

1. Ziele der Methode Fokusgruppen	4
2. Vorgehensweise	5
3. Zielgruppe.....	5
4. Zeit und Ort	6
5. Input	6
6. Moderation.....	7
7. Ablaufplan	8
8. Dokumentation.....	8
9. Datenanalyse und -interpretation.....	9
10. Qualitätskriterien	9
11. Weiterführende Literatur	11

1. Ziele der Methode Fokusgruppen

Bei den Fokusgruppen handelt es sich um eine moderierte Diskussion mehrerer Teilnehmenden, welche sich meist an einem Leitfaden orientiert. Aufgrund des Leitfadens mit offenen Fragen ist es ein teilstandardisiertes Interview. Durch die Befragung einzelner Personen innerhalb der Gruppe gibt es fokussierte Interviews, die in der Gruppe reflektiert werden. Die Methode basiert auf den Prinzipien Kommunikation, Offenheit, Vertrautheit und Fremdheit sowie Reflexivität. Ihr Einsatz ist besonders in frühen Entwicklungsstadien von Projekten sinnvoll, in denen Ideen erarbeitet, Konzepte erstellt und Anforderungen erfragt werden sollen.

Das Ziel dieser Methode ist es sowohl den Untersuchungsrahmen und Fokusthemen des aktuellen Zyklus der Mobilitätsberichterstattung zu definieren, als auch räumliche und personengruppenspezifische Schwerpunkte für die Erhebungen von Mobilitätsdaten festzulegen. Schon zu Beginn der Untersuchungen sollen die unterschiedlichen Akteure gemeinsam gleichberechtigt über die Problemfelder, die Bewertung des Status quo und die zukünftige strategische Ausrichtung diskutieren.

Die Teilnehmenden erhalten durch Präsentationen, Videos o.ä. einen Anreiz, um auf dieser Grundlage von der Moderation geleitet eine problem- oder zielorientierte Diskussion zu führen. Explorativ werden die unterschiedlichen Meinungsbilder aufgenommen. Darauf aufbauend wird das Leitziel des Mobilitätsberichts festgelegt und wahrgenommene Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des aktuellen Verkehrssystems festgehalten. Die Methode kann auch in der SWOT-Phase angewendet werden, um aus Strategien Maßnahmen zu erarbeiten und diese zu priorisieren (vgl. World Café).

Vorteile

- Inspiration zu weiteren, ausführlicheren, tiefergehenden Aussagen
- Einbeziehung von stilleren Teilnehmenden
- Transparenz der Gedanken- und Erlebenswelt der Interviewpartner
- auch "unfertige" Produkte und Vorlagen, zum Beispiel Zeichnungen, können getestet werden
- Gewinnung neuer Informationen
- Entwicklung von Hypothesen über Motive der Teilnehmenden
- Statusgruppenübergreifende Diskussionen

Nachteile

- mögliche Dominanz einzelner Teilnehmenden
- Unübersichtlichkeit bei zu vielen Teilnehmenden, Schwierigkeit der koordinierten Moderation
- Selbstzensur durch Gruppengespräche
- aufgrund der qualitativen Methode und der kleinen Fallzahl nicht repräsentativ
- aufwendige Auswertung des Materials

2. Vorgehensweise

Die Fokusgruppen im Rahmen der Mobilitätsberichterstattung orientieren sich am folgenden Vorgehen:

- 1) Vorbereitung: Formulierung eines übergeordneten Ziels für die Fokusgruppe.
- 2) Vorbereitung: Festlegung des Ortes, Vorbereitung der thematischen Schwerpunkte, Inputs sowie Interviewfragen, Akquise und Einladung von Teilnehmenden.
- 3) Durchführung: Einführung in die Veranstaltung (Erklärungen über Anlass, Umfang, Gesprächsregeln und Zweck sowie den jeweiligen Inputs).
- 4) Durchführung: Thematisch bezogene, fokussierte Interviews der Teilnehmenden und darauffolgende Gruppendiskussionen der Inhalte.
- 5) Durchführung: Potenzielle Arbeitsaufträge:
 - a. Schwerpunktinhalte der Mobilitätsberichterstattung festlegen, Stärken und Schwächen erfassen sowie potenzielle Konflikte im Verkehr des Untersuchungsgebiets darstellen,
 - b. Erhebungsmethoden für die Mobilitätsberichterstattung evaluieren und potenzielle Einsatzorte sowie Personengruppen für die qualitativen Methoden identifizieren sowie
 - c. Wünsche und Anforderungen an eine Mobilität der Zukunft im Untersuchungsgebiet ermitteln und Risiken abwägen.
- 6) Nachbereitung: Dokumentation, Validierung und Veröffentlichung der Ergebnisse, z. B. aus Protokollen und Audiomitschnitten der durchgeführten Fokusgruppen.

3. Zielgruppe

Bei Fokusgruppen handelt es sich um eine qualitative Methode, d. h., im Zentrum stehen Fragestellungen zur Rekonstruktion subjektiver Alltagserfahrungen und zur explorativen, umfangreichen Generierung von Hypothesen zu bisher wenig erforschten oder komplexen Sachverhalten. Im Hinblick auf die Stichprobe sind hierbei Zufallsauswahlen eines großen Querschnitts von potentiellen Teilnehmenden und statistisch generalisierende Auswertungen wie in der quantitativen Forschung nicht realisierbar und auch nicht erforderlich. Grundlage stellt in diesem Fall eine eben gerade nicht zufällige, sondern absichtsvolle Auswahl der Teilnehmenden dar (vgl. Tausch & Menold 2015). Dabei werden solche Gesprächsteilnehmende ausgewählt, die im Hinblick auf die Forschungsfrage besonders informationshaltig sind. Dies können je nach Fragestellung besonders typische, aber auch polarisierende oder kritische Personen sein.

Für die Zusammensetzung von Fokusgruppen wird generell empfohlen, pro Gruppe eine eher homogene Auswahl an Teilnehmenden zusammenzustellen. In Gruppen unterschiedlicher Hierarchiestufen wäre es schwer, das Gleichgewicht der Anzahl und Länge der Redebeiträge sowie das sprachliche Niveau so zu gestalten, dass sich alle Beteiligten gleichermaßen aufgehoben und verstanden fühlen. Da alle Teil der Diskussion sein sollen, sollte die Gruppengröße jeder Person einen ausreichenden Redeanteil in den Diskussionsrunden ermöglichen – eine Anzahl von acht bis zehn Teilnehmenden ist zu empfehlen.

Die Rekrutierung der Teilnehmenden verfolgt aus Sicht der Forschenden den Zweck, eine Fokusgruppe gemäß den festgelegten Auswahlkriterien zusammenzustellen. Bei der Rekrutierung muss deshalb die Eignung überprüft werden. Es empfiehlt sich daher, den Rekrutierungsprozess mehrstufig zu gliedern:

- Vorinformation mittels eines Briefes
- Telefonische Kontaktaufnahme
- Bei Interesse: allgemeine Informationen am Telefon oder mittels eines zweiten Briefes
- Bestätigung der Teilnahme am Telefon oder mittels schriftlicher Anmeldung (evtl. Terminabsprache mit den Teilnehmenden)
- Erinnerungsrückmeldung kurz vor der Veranstaltung

Je konkreter das Thema, und vor allem je stärker der Bezug zur Thematik ist, desto weniger Anfragen sind notwendig. Überrekrutierung aufgrund von Absagen sind möglich, dabei können von den Absagenden selbst fachbezogener Ersatz angefordert werden.

4. Zeit und Ort

Ziel ist es, dass von allen möglichen relevanten Merkmalskombinationen in Bezug zur Forschungsfrage und Ziel der Veranstaltung mindestens eine Person in den Fokusgruppen vertreten ist, um eine heterogene Gruppen zu bilden. Durch die unterschiedliche Zusammensetzung von Arbeitstätigen und Ehrenamtlichen sollten Ort und Termin der jeweiligen Veranstaltung frühzeitig kommuniziert werden. Wegen weiterer Verpflichtungen wie die Familie bietet sich für die Durchführung ein Zeitrahmen von 15 bis 19 Uhr an. Andererseits sind beispielsweise Feiertage, Zeiten bekannter sozialer Ereignisse (z. B. Fußballländerspiele, Wahlen) oder Urlaubszeiten zu vermeiden.

Die Wahl des Ortes kann die Kommunikation ebenfalls beeinflussen. Es ist darauf zu achten, dass die Teilnehmenden sich möglichst wohl und unbefangen fühlen. Der sollte eine räumliche Nähe zu den Teilnehmenden gewährleisten, aber neutral sein und niemanden bevorzugen.

5. Input

Ein Kennzeichen von Fokusgruppen ist der Input, auf deren Grundlage Interviews und Diskussionen geführt werden. Er stimuliert einerseits die Diskussion, andererseits informiert er die Teilnehmenden über bestimmte Aspekte der Thematik. Damit gestaltet der Input zusammen mit der Moderation die Fokusgruppen. Der Input kann in den unterschiedlichsten Formen erfolgen:

- Texte (Zeitungsartikel, fiktive Briefe, 'fact sheets' usw.)
- Referate
- Film- oder Tonaufnahmen
- Bilder, Fotos
- Objekte (Produkte, Prototypen, Modelle usw.)
- Computerprogramme, -simulationen

Der Input erfolgt meist in einer frühen Phase der Diskussion. In gewissen Varianten erfolgt mehrmals ein Input, entweder zu parallelen Aspekten eines Themas oder bei Bedarf von zusätzlichen Informationen.

6. Moderation

Eine Moderation der Fokusgruppen ist für die thematische Leitung durch die verschiedenen Fragestellungen unabdingbar. Sie hat die Aufgabe, gezielt nach Intentionen und Bewertungen zu fragen sowie auf die Einhaltung von Gesprächsregeln zu achten, damit die Diskussionen sachlich, kontextbezogen sowie kurz und knapp bleiben.

Es sollte die prinzipielle Offenheit der Moderation für das Auftauchen neuer Themen in den Fokusgruppen immer Vorrang haben und den Diskussionen im Verlauf auch genügend Raum gelassen werden. Trotz eines gewissen Vorwissens sollten die Forschenden also nicht den Fehler begehen, zu viele zu konkrete Fragen zu formulieren, sondern dem Prinzip „so viele wie nötig, so wenige wie möglich“ bei der Vorgabe von Diskussionsthemen folgen.

Darüber hinaus sollten auch in diesem Forschungskontext von den Moderierenden im Wesentlichen solche Fragen gestellt werden, die zu einer weiteren Erläuterung oder Veranschaulichung des Gesagten führen (z. B. Verständnisfragen, Vertiefungsfragen, Konsens- oder Dissensfragen). Durch eine Vorstellungsrunde aller Teilnehmenden kann ein Warmreden initiiert werden und über die Zusammensetzung der Gruppe aufgeklärt werden.

Leitlinien der Moderation

- Neutrales und unabhängiges Verhalten gegenüber allen Beteiligten und Themen,
- die Gespräche sollen bevorzugt von allein laufen ohne inhaltliche Eingriffe und Vorgaben,
- Eingriffe in den Gesprächsablauf nur bei Verstößen gegen Gesprächsregeln, Dominanz von einzelnen Teilnehmenden oder Zeitüberschreitungen von einzelnen Themen,
- zurückhaltende Teilnehmende sollen in die Diskussion eingebunden werden und
- bei Stagnation des Gesprächsflusses sollen Stimulationsfragen zur Diskussion gestellt werden.

Gesprächsregeln

- Es redet immer nur einer
- Andere ausreden lassen
- Aktiv zuhören
- Sachlich bleiben
- Keine Beleidigungen
- Sich auf die Vorrednerin oder den Vorredner beziehen
- Ich-Botschaften statt Du-Botschaften
- Kurz fassen
- Keine Killerphrasen („Geht nicht“, „nie“, „Kann nicht“, „das ist so“)
- Keine Verallgemeinerungen („wir“, „man“, „alle“)
- Kritik bedingt einen Gegenvorschlag
- Themenschwerpunkt beachten
- Wir sind nicht auf der Suche nach Konsens, sondern nach Meinungen und Standpunkten.
- Jede Meinung zählt gleichermaßen, es gibt kein richtig oder falsch.
- Botschaften haben einen Informationsgehalt.

Mit einem Pretest können die Moderierenden den Leitfaden und das Input erproben. Zudem kann abgeklärt werden, ob die Zusammensetzung der Gruppe optimal auf die Forschungsfragen und das Ziel des Projekts ausgerichtet ist. Des Weiteren lässt sich das Verhalten der Moderierenden reflektieren. Übernehmen die Forschenden selbst die Rolle der Moderierenden, bietet der Pretest darüber hinaus die Gelegenheit, Techniken der Diskussionsleitung in einer realen Fokusgruppen-Situation zu trainieren.

Sehr hilfreich erweist sich ein Assistent, der sich um alle technischen Fragen kümmert. Während der Diskussion führt der Assistent Protokoll, direkt im Anschluss an die Diskussion gibt er den Moderierenden ein Feedback und bespricht den Verlauf sowie wichtige Resultate und Schwierigkeiten der Diskussion.

7. Ablaufplan

Die folgende Grafik zeigt den Ablaufplan einer Fokusgruppe aus dem Projekt MobilBericht, der als Beispiel für die Methode dient.

Zeit	Thema
Vor 15:30	Ankunft
15:35-15:40	Input (Einführung, Anlass, Regeln)
15:40-15:50	Vorstellungsrunde
15:50-16:35	Erfassung des Status Quo
16:35-16:45	Methodenvorstellung
16:45-17:05	Erfassung der Wünsche und Ortsspezifika
17:05-17:15	Pause
17:15-17:20	Mobilität der Zukunft (Video)
17:20-17:50	Vision: Mobilität der Zukunft
17:50-18:00	Ende (Bedenken, nächste Schritte)

Für jeden Abschnitt sollte der zu besprechende Inhalt und Fragen vorbereitet, Hilfsmittel bereitgestellt und die für die Moderation und Dokumentation verantwortliche Person abgestimmt werden. Insgesamt sollte eine Gruppendiskussion nicht länger als 2,5 Stunden dauern, um Ermüdungserscheinungen bei den Teilnehmenden zu vermeiden.

8. Dokumentation

Zur Dokumentation von Fokusgruppen bieten sich die folgenden Möglichkeiten an:

- Videoaufnahmen
- Audioaufnahmen
- Protokolle
- Notizen von (Co-)Moderierenden
- Fragebögen
- schriftliche (z.B. Bürgerberichte) oder symbolische Outputs (z.B. Collagen).

Für Video- und Audioaufzeichnungen muss sich vor dem Start von allen Beteiligten die Genehmigung dazu eingeholt werden. Protokolle allein genügen meist nicht für die Auswertung von Fokusgruppen,

da sie zu wenig umfangreich und inhaltlich zu stark von den Formulierungen der Teilnehmenden abweichen. Es darf aber nicht verschwiegen werden, dass bisher kein zufriedenstellendes standardisiertes Verfahren für die Auswertung von Fokusgruppen vorliegt.

9. Datenanalyse und -interpretation

Je nach Fragestellung und Zeitrahmen kann die Auswertung vertiefender und damit zeitintensiver oder oberflächlicher und damit weniger zeitintensiv ausgewertet werden. Am wenigsten Zeit nimmt die Analyse von Notizen in Anspruch, die die Moderation oder Co-Moderation während oder nach der Diskussion niedergeschrieben haben. Aufwändiger und genauer ist die Analyse von Transkripten, die entweder eine wörtliche Wiedergabe des Gesagten umfassen oder in einer bereits gekürzten Version eine inhaltliche Zusammenfassung einer Ton- oder Videoaufnahme darstellen. Die Transkripte können beispielsweise durch das Zusammenfassen zentraler Diskussionsaspekte (vgl. Ruddat 2012), anhand der von Bohnsack (2000) erarbeiteten vier Schritte der formulierenden und reflektierenden Interpretation, Fallbeschreibung sowie Typenbildung oder mittels der von Mayring (2015) beschriebenen und häufig genutzten qualitativen Inhaltsanalyse aufgearbeitet und interpretiert werden (vgl. Tausch & Menold 2015: 11f.).

Neben wörtlichen Transkripten oder Zusammenfassungen kann bei der Auswertung von Fokusgruppen auch auf die Ergebnisse von Methoden zurückgegriffen werden, die im Verlauf der Diskussion von der Moderation eingesetzt wurden. Hierzu zählen beispielsweise das Verwenden von Moderationskarten zur Sammlung von Themen, das Entwickeln von Schaubildern am Flip-Chart oder die Priorisierung gesammelter oder vorgegebener Teilaspekte des besprochenen Diskussionsthemas (z. B. Tausch & Menold 2015: 12).

Die Auswertung und Analyse sollte folgende Punkte berücksichtigen:

- Zusammenfassen der Ergebnisse
- Check der Fragenliste
- Check der Teilnehmenden auf Charakteristika
- Beantwortung der Schlüsselfragen
- Teilnahme (Begeisterung) der Teilnehmenden
- Übereinstimmung von Aussage, Aufzeichnung und Körpersprache
- Allgemeine Stimmung in der Gruppe

Im Rahmen der Mobilitätsberichterstattung in Berlin-Pankow wurden die Ergebnisse der Fokusgruppen in Form eines Grundlagenpapiers aufgearbeitet. Darin sind Leitlinien formuliert worden, die als Zusammenfassung der Gespräche und Interviews zentrale Ergebnisse darstellen.

10. Qualitätskriterien

Trotz bekannter Mängel werden quantitative Untersuchungsmethoden kaum als nicht geeignet begutachtet, während qualitative Methoden umso kritischer betrachtet werden. Es scheint, als würde man allgemein Zahlen eher trauen als Worten. Das Misstrauen gegenüber qualitativer Forschung liegt aber auch darin begründet, dass nur wenige Untersuchungen zur Güte der verschiedenen qualitativen, sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden vorliegen. Während also bei den quantitativen Methoden (z. B. standardisierter Fragebogen) die Mängel recht genau bekannt sind und somit

mögliche Probleme in Bezug auf die Gütekriterien abgeschätzt und teilweise sogar quantifiziert werden können, fehlt solches Wissen zum Großteil bei qualitativen Methoden. Gerade bei Fokusgruppen klafft in dieser Hinsicht eine große methodische Forschungslücke.

Sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden müssen üblicherweise zwei Gütekriterien erfüllen, nämlich die Reliabilität (Zuverlässigkeit) und die Validität (Gültigkeit). Unter Reliabilität wird "die Stabilität und Genauigkeit der Messung sowie die Konstanz der Messbedingungen" (Friedrichs 1990: 102) verstanden. Eine Untersuchung muss demnach zu gleichen Ergebnissen führen, auch wenn sie von verschiedenen Forschenden durchgeführt wird. Die Reliabilität lässt sich relativ einfach überprüfen, indem zum Beispiel Ergebnisse von Messwiederholungen mit den ursprünglichen Resultaten verglichen werden (Re-Test). Die Reliabilität ist Voraussetzung für die Validität von Untersuchungsergebnissen. Sie bezieht sich darauf, "ob das gemessen wird, was gemessen werden sollte" (Friedrichs 1990: 100). Das Gütekriterium Validität ist weit schwieriger und aufwendiger zu überprüfen als die Reliabilität. Grundsätzlich wird die Validität in Kriterien interner und externer Gültigkeit unterteilt. Die interne Gültigkeit bezieht sich auf die projektinternen Schritte, zum Beispiel die logische Gültigkeit bei der Operationalisierung. Die externe Gültigkeit stellt die Qualität der Ergebnisse in den Vordergrund. Dabei werden andere Datenquellen, wie zum Beispiel ähnliche Untersuchungen, Expertenwissen oder eigene subjektive Vorstellungen als Vergleichsmaßstab herangezogen. Die qualitative Sozialforschung distanziert sich zum Teil von den beiden Gütekriterien, insbesondere der Reliabilität im Sinne der Wiederholbarkeit. Identische Wiederholungen von qualitativen Untersuchungen sind nicht möglich, da jede Erhebung in einem spezifischen sozialen Kontext angesiedelt ist; in der Realität wird eine Diskussion immer einen unterschiedlichen Verlauf nehmen. Trotzdem beansprucht auch die qualitative Sozialforschung eine Qualität der Ergebnisse, die den Gütekriterien und damit wissenschaftlichen Ansprüchen genügt.

Es bleibt die Frage offen, ob die Ergebnisse von Fokusgruppen verallgemeinerbar sind. Vorneweg: Das Ziel von Fokusgruppen ist oftmals gar nicht Repräsentativität. Gerade in explorativen Untersuchungen mit Fokusgruppen interessieren meist nicht Allgemeinheiten, sondern eher das Spezielle, das Außergewöhnliche. Grundsätzlich wird das Thema der Repräsentativität von Fokusgruppen kontrovers diskutiert. Auf der einen Seite wird argumentiert, dass mittels Fokusgruppen höchstens Hypothesen generiert werden können, die dann mittels quantitativer Methoden (z. B. Fragebogen) überprüft werden müssen (z. B. Friedrichs 1990). Auf der anderen Seite werden die Fokusgruppen auch als alleinige Methode der Datenerhebung eingesetzt. Es wird argumentiert, dass die Ergebnisse zwar nicht streng repräsentativ sind, sie aber unter gewissen Vorbehalten durchaus verallgemeinerbar sind. In wenigen Studien wurde aber angedeutet, dass Ergebnisse von Fokusgruppen allgemeine Trends in größeren sozialen Einheiten widerspiegeln (vgl. Bürki 2000: 115). In Anbetracht des speziellen Forschungsdesigns von Fokusgruppen dürfen die Ergebnisse nicht identisch mit den Ergebnissen aus Einzelbefragungen sein. Dies liegt an der Grundannahme, dass der Gruppenprozess die Individualmeinung beeinflusst. Also werden zwangsläufig auch die Ergebnisse von Fokusgruppen vom sozialen Kontext der Gruppe bzw. der Gruppendynamik während der Diskussion beeinflusst. Dieser Einfluss ist wünschenswert und zeichnet Fokusgruppen aus.

Erstens hängt die Qualität der Ergebnisse von der Anzahl an Fokusgruppen ab. Es sollten so viele Fokusgruppen zusammengestellt werden, bis eine theoretische Sättigung erreicht wird, bei der eine zusätzliche Gruppe zu keinen wesentlich neuen Ergebnissen führt. Zweitens dürfen Fokusgruppen keine Pseudo-Exaktheit vermitteln, die sie überhaupt nicht erreichen können. Deshalb ist es ratsam,

auf numerische Angaben (z. B. Prozentwerte) zu verzichten und mit kategorischen Begriffen zu argumentieren (viele, die meisten, ein paar wenige usw.).

Zusammenfassend lassen sich in Bezug auf die Qualität von Fokusgruppen und die Repräsentativität der Ergebnisse folgende Schlüsse ziehen:

- Fokusgruppen genügen den wissenschaftlichen Gütekriterien in Bezug auf qualitative Sozialforschung.
- Fokusgruppen liefern nicht nur explorative Informationen, sondern auch verallgemeinerbare Trends.
- Fokusgruppen und Einzelbefragungen führen zwangsläufig zu teilweise unterschiedlichen Ergebnissen. Diese Divergenz ist beabsichtigt.
- Fokusgruppenprojekte müssen ihr Forschungsdesign und die Auswertung offenlegen und transparent gestalten, damit sie nachvollziehbar und somit auch kritisierbar sind.

Im Zentrum der Vorteile von Fokusgruppendifkussionen stehen die zwei grundlegenden Eigenheiten von Fokusgruppen, nämlich erstens der Gruppenprozess und zweitens der Informationsinput in die Diskussion.

11. Weiterführende Literatur

Benighaus, C., Benighaus, L. (2012): Moderation, Gesprächsaufbau und Dynamik in Fokusgruppen. In: Schulz, M., Mack, B., Renn, O. (Hrsg.), Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung (S. 111–134). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bohnsack, R. (2000): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung. Heidelberg: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bürki, R. (2000): Fokusgruppen. In: Klimaanpassungsprozesse im Wintertoursimus, Ostschweizerischen Geographischen Gesellschaft, Nr. 6, St. Gallen, S. 99-130.

Friedrichs, J. (1990): Methoden der empirischen Sozialforschung. WV Studium, 14. Auflage, Band 28, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Henseling, C., Hahn, T., Nolting, K. (2006): Die Fokusgruppenmethode als Instrument in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung. In: Werkstattberichte Nr. 82, Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin.

Kramar, U., Dragan, D., Topolšek, D. (2019): The Holistic Approach to Urban Mobility Planning with a Modified Focus Group, SWOT, and Fuzzy Analytical Hierarchical Process. In: Sustainability 2019, 11, 6599; doi:10.3390/su11236599.

Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken (12. Auflage). Weinheim: Beltz.

Merton, R. K., Fiske, M., Kendall, P. L. (1956): The focused interview: a manual of problems and procedures. Glencoe, Ill.: Free Press, 1956.

Ruddat, M. (2012): Auswertung von Fokusgruppen mittels Zusammenfassung zentraler Diskussionsaspekte. In: Schulz, M., Mack, B., Renn, O. (Hrsg.), Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung (S. 195–206). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schulz, M., Mack, B., Renn, O. (2012): Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung. VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden.

Tausch, A., Menold, N. (2015): Methodische Aspekte der Durchführung von Fokusgruppen in der Gesundheitsforschung. Welche Anforderungen ergeben sich aufgrund der besonderen Zielgruppen und Fragestellungen? In: Gesis Papers 2015 | 12, Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, Köln.