



Fokusgruppe

Eine Fokusgruppe ist eine moderierte Gruppendiskussion, die ein im Voraus festgelegtes Thema zielgerichtet bearbeitet und sich oftmals an einem Leitfaden orientiert. Es handelt sich um eine qualitative Methode.

Fokusgruppen stellen eine geeignete Erhebungsmethode dar, um Perspektiven zu erforschen. Im Fokus steht dabei die Interaktion unter den Teilnehmenden. Die Kinder und Jugendlichen werden als Expertinnen und Experten zu ihren jeweiligen Erfahrungen und Perspektiven befragt. Eigene Perspektiven können von den Teilnehmenden dargelegt werden. Es erfolgt ein Austausch von Begründungen für unterschiedliche Perspektiven und Meinungen unter den Teilnehmenden. Es ist die Aufgabe der Moderation, diesen Austausch zu gestalten.

In der Gesundheitsförderung und Prävention werden Fokusgruppen eingesetzt, um Rückmeldungen von Personen aus der Zielgruppe zu bekommen. Der Vorteil der Fokusgruppe ist, dass zusätzlich zu dem diskutierten Thema Einblicke in die Lebenswelt der Zielgruppe gewonnen werden.

- Ziel(e):** Es werden unterschiedliche Positionen zu einem Thema eingefangen, um ein differenziertes Meinungsbild zu erhalten.
- Zeitaufwand:** Die Fokusgruppe selbst dauert ein bis zwei Stunden. Die Planungsdauer ist von den projektinternen Prozessen abhängig. Umfang und Komplexität der Fragestellung bestimmen die Auswertungsdauer.
- Aufwand:** Schreibblock für die Protokollierung
Tonaufnahmegerät zur Aufzeichnung der Diskussion
Weitere Kosten können gegebenenfalls bereitgestellte Getränke während der Diskussion, eine kleine Aufwandsentschädigung als Anreiz zur Teilnahme sowie die externe Vergabe der Transkription der Audioaufnahme darstellen.
- Personeller Einsatz:** Mindestens wird ein/e Mitarbeiter:in für die Durchführung und Moderation der Fokusgruppe benötigt. Idealerweise unterstützt eine zweite Person beim Protokollieren der Ergebnisse sowie für organisatorische Arbeiten (z. B. Audioaufnahme).
- Teilnehmendenzahl:** 6 bis 12 Teilnehmende





Teilnehmendenstruktur: Kinder ab 8 Jahren und Jugendliche
Die Personen in der Gruppe sollten sich eher ähneln und nicht zu divers sein (Homogenität). Das bedeutet zum Beispiel, eine möglichst gleichmäßige Altersstruktur und Gemeinsamkeiten abzubilden (z. B. gleiches Hobby).

Hinweis: Bei Kindern, die sich schon kennen, ist das „Quatschmach-Potenzial“ erhöht.

Anwendungsbereiche:

- Feststellung des Bedarfs einer Zielgruppe
- Testung eines Projektkonzepts
- Entwicklung neuer Ideen für die Projektarbeit
- Überprüfung der Akzeptanz eines Angebots
- Untersuchung der Wirkung eines Angebots

Phase(n) des PHAC:

1. Problembestimmung
3. Umsetzung
4. Bewertung / Evaluation

Stand: März 2024

