

# FOCUS GROUP – ERHEBUNG DES INFORMATIONSBEDARFS FÜR DAS INTRANET „POLIZEI ONLINE“

**Friederike Länge**

Hochschule der Medien (FB 3)  
Wolframstraße 32  
70191 Stuttgart  
fl06@hdm-stuttgart.de  
www.hdm-stuttgart.de

**Silke Lotterbach**

Hochschule der Medien (FB 3)  
Wolframstraße 32  
70191 Stuttgart  
silke@lotterbach.de  
www.hdm-stuttgart.de

## ABSTRACT

*Im Projekt „Polizei-Online“ haben Studierende des Studienganges Informationsdesign der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart eine Nutzungskontextanalyse für das Intranet der Landespolizei Baden-Württemberg erstellt. Dabei wurde die Methode der Focus Group angewandt, welche die Studierenden im Seminar Konzeption und Evaluation erlernten. Durch die Zusammenarbeit mit der Landespolizei bot sich den Studierenden die Möglichkeit, diese Methode anhand eines realen Projektes zu erlernen und praktisch anzuwenden.*

*In studentischen Kleingruppen wurden 2002/2003 drei Focus Groups durchgeführt. Dr. Michael Burmester – Professor für Ergonomie und Usability an der HdM – betreute die Vorbereitung und Durchführung dieses Projektes. Die Landespolizei gewann durch die Zusammenarbeit wichtige Daten, die für den Relaunch der Intranetseiten verwendet werden.*

## Keywords

*Focus Group, Polizei-Online, Ausbildung, Hochschule der Medien Stuttgart, Benutzerzentrierte Gestaltung, Nutzungskontextanalyse*

## 1. EINLEITUNG

Das Focus Group Projekt entstand durch die Kooperation der Hochschule der Medien in Stuttgart ([www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de)) mit der Landespolizei Baden-Württemberg. Diese betreibt in ihrem Intranet unter der Bezeichnung „Polizei-Online“ ein Bildungs- und Informationssystem. Zur inhaltlichen Optimierung der Plattform führte der Studiengang „Informationsdesign“ der Hochschule der Medien in

Stuttgart Focus Groups mit Polizeibeamten durch.

Ziel der Studie im Wintersemester 2002/2003 war es, herauszufinden, welche Informationen die Beamten wie schnell und in welcher Form benötigen. Im vorangegangenen Semester hatten die Studierenden des Studiengangs „Informationsdesign“ das Intranet der Polizei unter Usability-Aspekten evaluiert. Aus dem Bericht ging hervor, dass das Intranet erheblich besser strukturiert werden müsste, um für die Beamten attraktiv und nützlich zu sein.

Für die Informationsdesign-Studierenden war dies eine gute Gelegenheit, den Studienschwerpunkt Konzeption und Evaluation zu vertiefen und praktische Erfahrungen mit einem realen Projekt zu machen.

## 2. METHODE – FOCUS GROUP

Um möglichst vielfältige und qualitative Informationen von den Beamten zu erhalten, wurde die Methode der Focus Group gewählt. Dabei werden mehrere Personen gleichzeitig zu einem Thema befragt. Die Teilnehmer können sich unter Leitung eines Moderators gegenseitig austauschen und anregen. So können unterschiedliche Perspektiven und vielfältige Meinungen aufgezeigt werden. Die soziale Interaktion der Teilnehmer ist das unterscheidende Merkmal zu anderen Verfahren der Datengewinnung [1, 2, 3].

Anhand der Focus Groups sollte der Nutzungskontext des Intranets „Polizei-Online“ geklärt und Ideen für einen Relaunch der Seiten entwickelt werden.

Zunächst wurden drei besonders wichtige Zielgruppen innerhalb der Polizei identifiziert, mit denen drei Studierendengruppen die Focus Groups durchführen sollten: Streifenbeamte, Ermittler und Führungskräfte.

Die Studierenden des Studiengangs Informationsdesign bereiteten die Focus Groups in Kleingruppen vor und führten sie mit den jeweiligen Zielgruppen durch.

Innerhalb von vier Monaten wurde ein detaillierter Moderationsleitfaden erarbeitet, drei Focus Groups

Es ist erlaubt digitale und Kopien in Papierform des ganzen Papers oder Teilen davon für den persönlichen Gebrauch oder zur Verwendung in Lehrveranstaltungen zu erstellen. Der Verkauf oder gewerbliche Vertrieb ist untersagt. Rückfragen sind zu stellen an den Vorstand des GC-UPA e.V. (Postfach 80 06 46, 70506 Stuttgart).

Proceedings of the  
1st annual GC-UPA Track  
Stuttgart, September 2003

© 2003 German Chapter of the UPA e.V.

durchgeführt und die gewonnenen Daten ausgewertet. In Übungen wurden die Studierenden für verschiedene Situationen sensibilisiert und konnten Sicherheit im Umgang mit problematischen Befragungs- und Moderationssituationen gewinnen.

## 2.1 Planungssitzung

Bei der Planungssitzung war es wichtig, Umfang und Ziele des Projekts festzulegen. In der Studie sollten folgende Fragen geklärt werden:

- Erhebung des Informationsbedarfs der Nutzer: Welche Informationen benötigen die Polizeibeamten bei ihrer Arbeit?
- Erhebung des Anspruchs an die Qualität der Informationen: Wie aktuell und verlässlich müssen diese Informationen sein?
- Erhebung von Perspektiven: Wie stellen sich die Nutzer die Zukunft des Intranets vor?

Um Objektivität zu gewährleisten wäre die Durchführung von je zwei Focus Groups pro Zielgruppe ideal gewesen. Da das Seminar jedoch auf vier Wochenstunden begrenzt war, wurde nur je eine Focus Group pro Zielgruppe durchgeführt.

Wichtige Kriterien für ein homogenes Ergebnis waren:

- Jede Gruppe sollte den gleichen Anteil an Frauen und Männern haben.
- Teilnehmer sollten unterschiedlich lange Berufserfahrung haben.
- Alle Teilnehmer sollten auf der gleichen Hierarchiestufe stehen. Auf keinen Fall dürfen Vorgesetzter und Mitarbeiter in einer Gruppe vertreten sein. Dies hätte sich eventuell negativ auf die Offenheit einzelner Teilnehmer in der Gruppe auswirken können.

## 2.2 Moderationsleitfaden

Ein guter Moderationsleitfaden trägt entscheidend zur Effektivität und dem Erfolg einer Focus Group bei. Der Moderationsleitfaden sollte vor der Anwendung getestet und gegebenenfalls überarbeitet werden.

Die verschiedenen Phasen der Focus Group [4] sind im Moderationsleitfaden ausgearbeitet und mit Zeitangaben versehen:

- *Eröffnung*: Begrüßung; Vorstellung; Organisatorisches.
- *Einleitung*: Einstieg ins Thema und Aufbau einer positiven Arbeitsatmosphäre. Frage: „Wann haben Sie zum letzten Mal im Dienst eine Information gesucht und nicht gefunden?“
- *Überleitung*: führt in das Hauptthema ein. Frage: „Gehen Sie die letzte Woche in Gedanken durch und halten Sie alle Tätigkeiten auf einer Karte fest.“

- *Schlüsselphase*: Das Hauptthema wird behandelt und die entscheidenden Daten werden gesammelt. Frage: „Welche Informationen haben Sie bei den jeweiligen Tätigkeiten benötigt?“
- *Schlussphase*: Das Thema wird abgerundet und abgeschlossen; die Teilnehmer erhalten die Gelegenheit, noch nicht Erwähntes anzubringen; Bedanken für die Mitarbeit.

Im Projekt „Polizei Online“ enthielt der Moderationsleitfaden außerdem folgende Daten in einer übersichtlichen und schnell zu erfassenden Form

- Die nötigen Vorbereitungen und Materialien am Tag der Durchführung.
- Stichworte zum Vorgehen, Namen der handelnden Personen und Aufgabenverteilung.
- Pausen, Bearbeitungs- und Diskussionszeiten.
- Fragen und Ziele.

Im Unterricht übten die Studierenden der Hochschule der Medien die Moderation der Focus Groups anhand des Leitfadens mit Kommilitonen als Teilnehmern. So konnten die Leitfäden im Vorfeld optimiert und die Moderation, Protokoll und Assistenz trainiert werden. Schwierige Situationen wurden im Vorfeld identifiziert und besprochen.

Die Moderationsleitfäden für die verschiedenen Zielgruppen unterschieden sich nur in Details voneinander. Die Phasen, Aufgaben und Zeitangaben stimmten in allen drei Versionen überein, um die Ergebnisse miteinander vergleichen zu können.

## 2.3 Aufgabenverteilung

Bei der Befragung zu Analyse des Nutzungskontextes ist folgende Haltung der Moderatoren von Vorteil: die Nutzer stehen im Vordergrund – sie kennen sich in ihrem Fachgebiet und Umfeld aus und sind dafür die Experten. Die Moderatoren fragen nach und versuchen, die Sicht- und Arbeitsweise der Nutzer zu verstehen – sie agieren wie Schüler [5].

Die *Teilnehmer* sollen sich möglichst authentisch verhalten, um reale Daten zu liefern. Im Projekt wurden pro Focus Group sechs Teilnehmer eingeladen.

Die *Moderatoren* leiten den Diskussionsprozess und sind für die Durchführung der Focus Group verantwortlich. Es wurden für jede Focus Group zwei Moderatoren eingesetzt, um die hohe Verantwortung zu verteilen. Sie achteten darauf, dass der Moderationsleitfaden eingehalten wurde, konnten aber, wenn es nötig war, flexibel reagieren und auf die Teilnehmer eingehen.

Die *Protokollanten* dokumentieren die Aussagen der Teilnehmer. Um die Aussagen auswerten zu können, ist es wichtig, dass sie den jeweiligen Teilnehmern zugeordnet werden können. Aus dem Protokoll muss auch hervorgehen, worauf sich die Aussagen beziehen. Im Transkript muss die Neutralität gewahrt werden, weshalb die Aussagen

chronologisch und möglichst wörtlich festgehalten werden sollten. Auf jeden Fall muss der Sinn erhalten bleiben. Es dürfen keine Interpretationen einfließen. Um ein möglichst präzises Transkript zu erstellen, wurden je zwei Protokollanten eingesetzt.

Die *Assistenten* unterstützen die Moderatoren. Sie kümmern sich um die technische Unterstützung, Videoaufnahme, Arbeitsmaterialien und Getränke. In jeder Focus Group wurde ein Assistent eingesetzt.

Im Projekt „Polizei-Online“ übernahm der Dozent die Rolle des *Supervisors*. Er verfolgte den Ablauf der Focus Group und konnte in schwierigen Situationen Tipps geben oder eingreifen.

Die gute Teamarbeit war ein entscheidender Faktor bei der Durchführung. Die Studierenden konnten sich gegenseitig Hilfestellung geben und so Fehler vermeiden.

## 2.4 Durchführung

Die Focus Groups wurden während der Dienstzeit der Beamten in den Räumlichkeiten der Polizei Baden-Württemberg durchgeführt und dauerten jeweils ca. 3,5 Stunden. Außer den oben erwähnten Teilnehmern war auch ein Vertreter der Projektgruppe „Polizei-Online“ als Beobachter anwesend.

Trotz Nervosität war der Ablauf der Focus Groups zielgerichtet und erfolgreich, was für eine gute und präzise Vorbereitung sprach.

Kleinere Probleme waren:

- Die Verschiebung des Zeitplans.
- Die Verspätung einzelner Teilnehmer.
- Fixierung einzelner Teilnehmer auf spezielle Problemfelder.

Nach jeder Focus Group folgte eine Besprechung der Moderatoren, Protokollanten und Assistenten mit dem Supervisor. Zu diesem Zeitpunkt sind Erfahrungen und Eindrücke noch sehr präsent und können leicht dokumentiert werden, um zukünftige Focus Groups zu optimieren. Außerdem können nochmals wichtige Ergebnisse festgehalten werden.

## 2.5 Auswertung

Die Auswertung erfolgte in vier Schritten [5].

- *Transkript*  
Das Transkript enthielt eine chronologische Abfolge der Teilnehmeräußerungen ohne Interpretationen.
- *Textsegmente*  
Aus dem Transkript wurden die einzelnen Aussagen der Teilnehmer extrahiert und aufgelistet.
- *Indexierung*  
Bei der Indexierung wurden die Textsegmente inhaltlich gruppiert und bestimmten Inhalten (Indizes) zugeordnet. Die Anzahl der Unterpunkte in den einzelnen Bereichen variierte je nach Umfang der Informationen.

- *Interpretation*  
Bei der Interpretation wurden die Aussagen der Teilnehmer für den Abschlussbericht ausgewertet und komprimiert. Durch die Indexierung können alle Aussagen, die zur Interpretation geführt haben, zurückverfolgt werden.

Nach der Auswertung lagen die Daten in übersichtlicher und strukturierter Form vor. Der Bericht, der an die Polizei Baden-Württemberg ging, erläuterte intensiv die Methodik, Durchführung und Ergebnisse der Focus Groups.

## 3. ERGEBNISSE

Die Teilnehmer der Focus Group haben sich sehr konstruktiv an der Durchführung beteiligt, was zu einer großen Menge interessanter Informationen zum Informationsbedarf und zu den Anforderungen an das Intranet geführt hat.

Insgesamt wurden 31 Themenkomplexe mit jeweils einer Fülle von Anforderungen erarbeitet. Folgende Beispiele demonstrieren die Art der erfassten Anforderungen und des Informationsbedarfs:

- Den *Streifenbeamten* war es besonders wichtig bei der Aufnahme eines Verkehrsunfalls unterstützt zu werden, zum Beispiel durch Formulare und Checklisten.
- Für *Ermittler* ist es wichtig, auf aktuelle Listen mit Institutionen (Hotline/Telefonliste) für Opferbetreuung zugreifen zu können, da sie häufig mit Opfern und deren Angehörigen zu tun haben.
- Die *Führungskräfte* haben den größten Informationsbedarf. Sie brauchen Informationen, um Entscheidungen treffen zu können und Managementaufgaben zu erfüllen (z.B. Ressourcen- und Personal-Management).
- Alle Beamten waren sich einig darüber, dass gesetzliche Grundlagen unbedingt hochaktuell und zuverlässig sein müssen. Bei Informationen zur Meinungsbildung stand die Quellenangabe im Vordergrund.
- Zu den Zukunftsperspektiven kamen wenige Anregungen. Dies ist vermutlich darauf zurück zu führen, dass es den Teilnehmern leichter fiel aktuelle Bedürfnisse zu formulieren als visionäre Wünsche. Es wurden die Teilnehmer nach dem Wunsch von Informationen zu eher privaten Informationen befragt. Hier zeigte sich, dass die Focus Group Teilnehmer eine klare Trennung zwischen Arbeit und Freizeit vornahmen.

## 4. FAZIT

Anhand des realen Projekts „Polizei-Online“ konnten die Studierenden intensive und praktische Erfahrungen im Umgang mit Focus Groups, benutzerzentrierter Vorgehensweise, Projektplanung, Organisation und Teamarbeit sammeln.

Im Gegenzug erhielt die Landespolizei eine qualitativ hochwertige Nutzungskontextanalyse zur Auswahl relevanter Informationen und deren Strukturierung im Intranets.

Das Projekt mit einem Partner außerhalb der Hochschule zeigt auf, wie wissenschaftliche Methoden zur Datenerhebung und Analyse erfolgreich in der Praxis eingesetzt werden können.

## 5. TEAMARBEIT

Folgende Personen trugen auf der Seite der Hochschule der Medien zum Gelingen des Focus Group Projekts „Polizei-Online“ bei: Der Dozent Prof. Dr. Michael Burmester und die Studierenden des Studiengangs Informationsdesign an der Hochschule der Medien Stuttgart – Yulia Abele, Agnes Bachtin, Beatrix Buck, Martin Burkart, Trixy Freude, Veronika Hilz, Ulrike Pfeil, Katrin Polzer, Jürgen Schiel, Mildred Schill, Silke Tanzer, Isabel Weissbrodt.

## 6. REFERENCES

- [1] Caplan, S. ‚Using Focus Groups Methodology for Ergonomic Design‘, *Ergonomics* 33, 5, Seite 527-533 (1990).
- [2] Krueger, R.A. & Casey, M.A., ‚Focus Groups, A Practical Guide for Applied Research‘, London: Sage (2000).
- [3] Nielsen, J., ‚Usability Engineering‘, San Diego: Morgan Kaufmann (1993).
- [4] Wennecker, G. ‚Die Fokusgruppe. Eine Methode für die Requirementsanalyse zur ergonomischen Systemgestaltung.‘ Diplomarbeit am Fachbereich Humanwissenschaften der Universität Osnabrück (2001).
- [5] Beyer, H. & Holtzblatt, K., ‚Contextual design: defining customer centered systems‘, Morgan Kaufman Publishers (1998).

## Referentinnen



**Friederike Länge** studiert im 5. Semester Informationsdesign an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Ein Schwerpunkt des Studiengangs ist es, Evaluationsmethoden kennen zu lernen und anzuwenden. Die Kooperation mit der Landespolizei Baden-Württemberg ermöglichte praktische Erfahrungen mit heuristischen Evaluationsmethoden und Focus Groups.

Friederike Länge war vor ihrem Studium als Krankenschwester am Robert-Bosch-Krankenhaus in Stuttgart tätig. Sie wird ihr Studium voraussichtlich im Januar 2005 abschließen.



**Silke Lotterbach** ist Studentin im 5. Semester Informationsdesign. Im Projekt „Polizei-Online“ konnte sie den Studienschwerpunkt „Konzept und Evaluation“ praktisch vertiefen und Erfahrungen in der Durchführung von Focus Groups sammeln.

Silke Lotterbach war drei Jahre als Werbe- und Mediovorlagenherstellerin tätig. Danach studierte sie vier Semester „Communication“ an der Napier University in Edinburgh/Schottland, bevor sie an die Hochschule der Medien in Stuttgart wechselte. Ihr Studiengang endet voraussichtlich im Januar 2005.