

# HM 7

## Leitfaden für Fokusgruppendifkussion mit (Übernachtungs-)Gästen

### Ziel der Nachfrageanalyse

Für die Analyse der Nachfrage nach Souvenirs in der Destination/ im Unternehmen werden mittels Gruppendiskussion (Übernachtungs-) Gäste nach ihren Präferenzen bezüglich Souvenirs befragt. Die Befragung wird vor Ort und in einer Gruppe von ca. 6 (max. 8) Personen durchgeführt. Mit dieser Befragung vor Ort sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche Produkte sind am meisten/am wenigsten gewünscht?
- Für welchen Zweck werden Souvenirs typischerweise gekauft (für sich selbst oder für eine andere Person)?
- Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft für Souvenirs/für nachhaltige Souvenirs?
- Wird auf nachhaltige Souvenirs besonderer Wert gelegt? Also welchen Stellenwert hat die regionale Verankerung durch Herkunft der Materialien, Produktion, Saisonalität, Aufträge an lokale Künstler etc.?
- Wie werden die Rahmenbedingungen der Produktpräsentation beim Kauf von Souvenirs bewertet?

### Rahmenbedingungen zur Fokusgruppendiskussion

Eine Fokusgruppendiskussion ermöglicht die gleichzeitige Befragung mehrerer Personen, wobei darauf zu achten ist, dass alle Befragten ins Gespräch involviert sind und zu möglichst vielen Aspekten Aussagen treffen können. Durch diese Befragungsmethode in der Gruppe werden im Gegensatz zu einer Einzelbefragung in- nert kürzester Zeit verschiedene Sichtweisen auf ein Thema aufgedeckt. Auch die gegenseitige Inspiration der Diskussionsteilnehmenden erhöht die Bandbreite an Aussagen und trägt damit zur Güte der Befragung bei.

Die zur Diskussion eingeladenen Gäste haben typischerweise bereits ein Souvenir vor Ort gekauft oder beabsichtigen dies zu tun. Aber auch diejenigen Gäste, die noch kein Souvenir gekauft haben oder dies auch nicht beabsichtigen, sollen zur Diskussion eingeladen werden. Von dieser Gästegruppe könnten ggf. die wertvollsten Aussagen gemacht werden.

## **Details zur Durchführung der Diskussionsrunde**

- Idealerweise wird die Gruppendiskussion von einer Person geleitet und von einer zweiten protokolliert.
- Eine Fokusgruppendiskussion dauert ca. 30–45 Minuten. Als Puffer für die Diskussion bei einem anregenden Austausch und mitteilungsbedürftigen Teilnehmer/innen sowie für die interne Nachbereitung wird ein Zeitfenster von mind. 60 Minuten pro Fokusgruppe geplant.
- Die Diskussion wird zur besseren Auswertung aufgezeichnet. Vor Diskussionsstart werden die Teilnehmer/innen hierfür um Einwilligung gebeten. Die Aussagen werden anonymisiert.
- Ort der Diskussion ist typischerweise in der Destination/im Tourismusunternehmen.
- Eine kleine Verpflegung (z.B. Wasser und Obst) während des Gesprächs wird angeboten.
- Als Motivation/Incentive zur Teilnahme an der Diskussion sollte ein Geschenk oder ein Gutschein zur Verfügung gestellt werden. (z.B. Getränkegutschein oder ein Wertgutschein für den Souvenirshop)
- Klassische Fragestellung bei einer Gruppendiskussion zur Integration aller Teilnehmer/innen: «Sehen das die anderen auch so?»

## **Fragen an die Gesprächspartner**

### **1. Erfahrungen/Erlebnisse/Wertschätzung zu Souvenirs**

1A.

Was ist Ihr schönstes/liebstes Souvenir? Warum?

1B.

Wofür kaufen Sie Souvenirs?

Optionale Zusatzfrage:

1B.

Über welches Souvenir haben Sie sich ggf. nach dem Kauf/zu Hause geärgert? Warum?

### **2. Produktkategorie des Souvenirs**

Welche Art Souvenir kaufen Sie am liebsten? Und warum? (Mögliche Stichworte zur Anregung: Lebensmittel, Kleidung, Heimtextilien, Handwerksprodukte, Dekorationsgegenstände)

### **3. Nachhaltigkeit von Souvenirs**

Inwiefern ist für Sie die ökologische und lokale Herstellung der Souvenirs wichtig?

Alternativformulierung: Wie wichtig ist es für Sie, dass für die Herstellung des Souvenirs lokale Ausgangsmaterialien verwendet werden und dass einheimische Produzenten und Händler unterstützt werden?

## **4. Motivation zum Kauf von Souvenirs**

4A.

Wenn Sie ein Souvenir für sich selbst kaufen, welchen Zweck soll dann das Souvenir erfüllen? (per se ist ein Souvenir ein Erinnerungsstück, daneben sind Souvenirs Gebrauchsgegenstand (T-Shirt, Schmuck, Zeitungsständer, Briefbeschwerer etc.), Verbrauchsgegenstand/Lebensmittel (Weihrauch, Wein etc.), Dekoration (Schnitzerei, Poster etc.) oder anderes)

4B.

Wenn Sie ein Souvenir für eine andere Person kaufen, welchen Zweck soll das Souvenir dann erfüllen? (Details siehe oben)

## **5. Präsentation der Souvenirs**

Durch welche Faktoren lassen Sie sich zu einem Souvenirkauf animieren? (Mögliche Alternativfrage zur Anregung: Welchen Einfluss haben die Präsentation des Angebots, Beratung oder einfach die Stimmung, in der Sie sich befinden?)

Von sämtlichen Diskussionsteilnehmenden sollten idealerweise folgende Details erfasst werden:

- Alter
- Geschlecht
- Nationalität/Herkunft
- Familienstand
- Reisebudget (niedrig – mittel – hoch)