



T.I.P. BIEHL & WAGNER

# Home-Use gebloggt

Von Eberhard Biehl und Oliver Thömmes

## Home-Use-Test

Im Folgenden wird ein neuer Ansatz für Home-Use-Tests vorgestellt, bei dem bestehende Schwächen der Methode abgemildert oder vermieden werden. Bisher ist es gängige Praxis bei Home-Use-Tests, den Befragten die Produkte zur Verwendung zu Hause zu überlassen, um dann nach der Testung z. B. Verwendungsmöglichkeiten, Verwendungsgelegenheiten oder sich entwickelnde Einstellungen zum Produkt im Rahmen von Befragungen zu erfassen. Im Allgemeinen wird die Testperson nachdem Sie die Produkte und notwendigen Instruktionen erhalten hat, mit dem Produkt allein gelassen. All jene einzelnen Momente, die unweigerlich mit der Verwendung eines Produktes einhergehen werden im Nachhinein erfragt. Eventuell wird versucht mittels Selbstaussfüller oder Tagebüchern auch zwischenzeitliche Aufzeichnungen zu erhalten, doch deren Zeitnähe kann nicht kontrolliert werden und sie stehen erst im Nachhinein zur Verfügung.

Damit fehlt eine wichtige Informationsquelle denn schon die ersten spontanen Einschätzungen oder Ideen zur Verwendung können präjudizierenden Charakter haben. Ebenso können die letzten Eindrücke den Prozess der häuslichen Testung und der Entwicklung des Urteils überschatten. Insofern geht der eigentliche Prozess der Testung und der Verlauf der Urteilsbildung, also die genaue Analyse der Momente und Erfahrungen, die die Produktbewertung geprägt haben, verloren.

Im Folgenden wird gezeigt, inwieweit und in welchen Fällen, diese Nachteile durch einen Home-Use-Test in Kombination mit einem Weblog beseitigt werden können.

## Weblogs – Die Möglichkeiten des Web2.0 im Home-Use-Test

Das Internet hat sich von einem reinen Informationsangebot zu einer Plattform (Web2.0) entwickelt, auf der sich auch weniger Technik versierte Menschen mit ganz einfachen Mitteln im Internet mitteilen und eigene Inhalte publizieren können. Weblogs sind eine Art öffentliches Tagebuch im Internet. Die Software Plattform gestattet es ohne Aufwand oder schwieriges technisches Know-how Inhalte jeglicher Form im Internet zu publizieren. Der Teilnehmer wird über Kommentarfunktionen zu einer Diskussion mit dem Autor herausgefordert.

Entsprechend gestaltete Blogsoftware erlaubt es, in Form eines Multi-User (Mehrbenutzer)-Blogs unter Anleitung oder unter Kontrolle eines Moderators/Administrators eine Kombination aus Tagebuch- und Diskussions-Plattform zu führen und bietet somit dem Marktforscher die Möglichkeit, kontinuierlich interaktiv mit den Befragten zusammenzuarbeiten, sofern die Testpersonen entsprechend auf diese Vorgehensweisen eines Home-Use-Tests vorbereitet wurden.

Welche Vorteile sich für einen Home-Use-Test daraus ergeben, ist Gegenstand der weiteren Betrachtungen.

## Die Systematik – ein authentischer Prozess

Ein Home-Use-Test bietet, je unmittelbarer man ihn begleitend beobachtet, die Chance auf ein authentisches und unmittelbares Miterleben der Produkterfahrung. Durch die Kombination mit einem Weblog wird die kontinuierliche prozessuale Erfassung statt statisch nachfragender Verfahren eingesetzt.

Die Schilderungen und Berichte zur Produktverwendung sind situational und quasi-live, weil nur gering zeitversetzt zur tatsächlichen Erprobung.

Die Befragten selbst fühlen sich stärker in einem aktuellen Austausch mit dem Forscher, weil sie wissen (und merken), dass dieser ihre Berichte zeitgleich erhält und nutzt - Motto: Dialog statt Fragenkatalog!

Der Forscher hat entsprechend der Einträge und Erfahrungen der Teilnehmer die Möglichkeit (auch in Absprache mit dem Kunden), den Fragen- und Themenkatalog an die konkrete Testentwicklung anzupassen.

## **Die Chancen**

### *- Erprobung mündet in Erfahrung*

Eine wesentliche Chance des Verfahrens: Entscheidungen für oder gegen bestimmte Produktverwendungen werden unmittelbar nachvollzogen, es wird transparent in welchen Situationen und aus welchen Motiven diese Entscheidungen getroffen wurden. Die Gründe für eine positive oder negative Produkthistorie können anhand der persönlichen Schilderungen unmittelbar beobachtet und aufgedeckt werden.

Es hat sich in durchgeführten Studien gezeigt, dass sich aus den ersten Versuchen „begründete“ Produktverwendungen entwickeln und sehr präzise Hinweise aus der Verwendung diese Entscheidungen bedingen.

### *- Die Entwicklung nach dem ersten Home-Use Enthusiasmus*

Erfahrungsgemäß werden im Home-Use sehr schnell erste Erprobungen vorgenommen, die man zur Wahrung der Spontaneität der Teilnehmer auch nicht zu unterbinden versucht. Dadurch können frühzeitig Urteile gefällt werden, die eine weitere, breitere und vielfältigere Erprobung vielleicht einschränken.

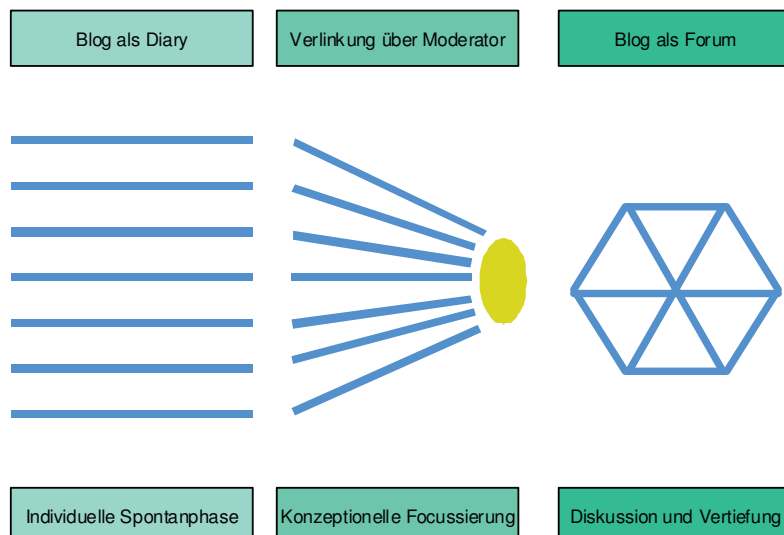
Quasi als zweite, große weitere Chance ist daher die zusätzliche Stimulation der Teilnehmer durch die Schilderungen und Erprobungen der anderen Probanden und den Moderator anzusehen. Hierin liegt ein zentraler Unterschied zum herkömmlichen Home-Use-Test, bei dem die Teilnehmer von Beginn an mit dem Produkt und ihren ersten Erfahrungen allein gelassen werden.

Die Moderation gibt die Möglichkeit zur zusätzlichen Steuerung der Home-Use Phase durch gezielte Nachfragen, Aufgaben an alle oder einzelne Teilnehmer und die Themen, die er zur weiteren Beantwortung und Diskussion einstellt.

## **Die Struktur des Weblogs**

Der Aufbau/das Layout des Weblogs folgt einer klaren Prämisse: übersichtlich und einfach in der Struktur, um den unkomplizierten Zugang zu ermöglichen.

Eine Entscheidung, die entsprechend der jeweiligen Fragestellung zu fällen ist, betrifft den gewünschten Grad an Diskussion unter den Teilnehmern: Sollen diese von Anfang an alle Einträge anderer Teilnehmer sehen und reagieren können – oder will man dies, zumindest für einen gewissen Zeitraum unterbinden, um den Blog quasi wie ein Tagebuch zu führen, das erst zu einem späteren Zeitpunkt „öffentlich“ gemacht wird. Wir empfehlen in der Anfangsphase die Unterbindung der Diskussion zwischen den Teilnehmern. Dies gibt Sicherheit, dass die ersten Erfahrungen unbeeinflussten, persönlichen Charakter haben. Wenn man bedenkt, dass nicht alle Teilnehmer zeitgleich gebrieft werden, kann so verhindert werden, dass die Erfahrungen anderer vor den ersten eigenen Erprobungen eingesehen werden. Jeder hat seine individuelle Produktgeschichte. Das Weblog fungiert in dieser Phase als online Tagebuch.



- Vertiefungen zu Einträgen einzelner Teilnehmer erfragen

In vielen Punkten erinnert die Moderation an eine Gruppe: auch hier finden wir stille und forschere Teilnehmer, Personen, die von Anfang an dabei voll dabei sind und andere die erst später mit dem Medium warm werden.

Die Teilnehmer werden erst zu dem Zeitpunkt vernetzt – d. h. sie können auch die Einträge anderer sichten und kommentieren – an dem alle ihre ersten Erfahrungen gemacht haben und der Moderator mit den vertiefenden Fragen beginnt.

### Moderation

In von uns durchgeführten Studien hat der Moderator des Weblogs das erste persönliche Briefing (Produktübergabe, Software, Instruktion) mit den Teilnehmern durchgeführt, was diesen einen persönlichen Bezugspunkt im anonymen Medium bot. Nicht in allen Fällen wird diese räumliche Nähe in der Rekrutierung hilfreich sein.

Das weitere Moderatorenverhalten orientiert sich an folgenden Schritten/Stufen:

- Kontrolle des vorab erstellten Fahrplans (Szenario antizipierter Teilnehmerreaktionen und geplanter Interventionsschritte)
- Permanentes verfolgen der Einträge
- Aktivierung von Teilnehmern mit fehlenden/wenigen Einträgen
- Einbringen weiterer Themen und Vertiefungen für den gesamten Teilnehmerkreis (Bilder, Boards, Konzepte, Kurzbefragungen/Selbstaussfüller)

### Blog-Software

Die Web2.0 Technologie bietet jedem Internetnutzer mit einfachen Mitteln die Möglichkeit, selbst Beiträge zu veröffentlichen. Speziell die Blogsoftware, die den Community-Gedanken verfolgt, ist in der Marktforschung anwendbar. Aus der Vielzahl der verfügbaren Blogsoftware wurde dazu ein möglichst einfaches Modul ausgewählt. Oberstes Kriterium war: die Teilnehmer sollen sich schnell einfinden, damit vom Medium keine Begrenzungen ausgehen. Nicht zu vergessen ist: die nicht zu lange Laufzeit eines Home-Use-Blogs und die überschaubare und nach einigen Tagen abnehmende die Anzahl der Einträge. Viele Features, die man in Blogsoftware findet und die helfen sollen, Einträge schnell zu finden, zu merken oder zu sortieren sind daher verzichtbar.

Da die Einträge nur einer begrenzten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, ist ein kennwortgeschützter Blog mit Rechtevergabe durch das Institut vorzuziehen.

### Analyse

Die Analyse findet wie eine teilnehmende Beobachtung permanent statt. Die Blog-Software meldet/sendet dem Moderator unmittelbar jeden neuen Eintrag. Alle Einträge werden zumindest einmal täglich gesichtet und an

der Blog-Wand (siehe Bild) gepostet. Durch diese Visualisierung werden die Personenprofile übersichtlich sichtbar und das Auftauchen genereller Themen kann verfolgt werden.



Die Analyse bezieht mehrere Ebenen des gelieferten Materials ein: Zunächst gibt die Betrachtung des Wording (wie reden die Teilnehmer über das Produkt, wie wird es genannt, angesprochen etc.) erste Hinweise. Im zweiten Schritt wird geprüft, ob und wann sich Meinungen der Teilnehmer gebildet, verändert oder gefestigt haben. (Signale, Weichen, Blockaden) (Bilder)

Der abschließende Analyseschritt dient der Identifikation von Auslösern der Zufriedenheit, Unzufriedenheit. Besonderes Augenmerk gilt der Entwicklung der Urteile und Produktwahrnehmung. Sie zeigt die Verwendung und eventuell auftauchende Probleme, bestimmt die Faktoren für Kaufabsicht und gibt letztlich auch Hinweise für die Kommunikationsstrategie.

### **Beobachtung/Erfahrungen**

Die generelle Auskunftsbereitschaft der Teilnehmer kann als hoch angesehen werden. Dies bezieht sich nicht zwangsläufig auf die Menge der geschriebenen Informationen, sondern die spürbare Bereitschaft zur persönlichen Aussage. Dabei ist gelegentlich auch ein gewisses Maß an Selbstdarstellung erkennbar, ohne dass dies negativ aufgefallen wäre. Häufig geben

die Teilnehmer wirklich persönliche Kommentare und Erlebnisschilderungen, die sich wie persönliche Tagebucheinträge lesen und wenig zur – intellektuellen – Diskussion oder Widerrede herausfordern.

Dies erklärt vielleicht auch dass von der Möglichkeit zur Kommentierung der Einträge anderer Blog-Teilnehmer weniger Gebrauch gemacht wurde, als anfänglich vermutet.

### **Ausblick**

Das hier geschilderte Vorgehen bietet sich für weitere Variationen oder Methodenintegrationen an. Zunächst ist daran zu denken, die Teilnehmer im Laufe des Weblogs mit weiteren Teststimuli zu beliefern (Variationen des Produkts, der Zubereitungs- bzw. Geschmacksvarianten etc), um diese direkt vergleichend zu testen.

Nach Abschluss des Weblogs, im Laufe der Analyse, entsteht leicht neuer Informationsbedarf. Ein Recall zur weiteren Vertiefung und Rückspiegelung der Analyse kann hier weiterhelfen.

Letztlich lässt die Unmittelbarkeit mit der die Ergebnisse bei Forscher und Kunden eingehen auch an die Internationalisierung denken. Gerade bei multinationalen Studien können sich die Produktverwendungen sehr schnell in unterschiedliche Richtungen entwickeln. Bei herkömmlichen Verfahren kann dies dem Forscher die gemeinsame Schlussfolgerung sehr erschweren („Man hätte die ... fragen müssen“). Im Weblog kann man diese Fragen nachschieben.

### **Empfehlung – Wann lohnt es sich einen Home-Use-Test durch einen Weblog zu begleiten?**

Abschließend bleibt die Frage, wann sich ein Home-Use-Weblog als Forschungsmethode empfiehlt:

### *Produkteigenschaften:*

Zunächst ist die persönliche Verwendung/Nutzung des Produktes durch den Teilnehmer zu nennen. Zumindest muss das Produkt bei familiärer Verwendung unter dessen guter Kontrolle und Beobachtung stehen. Des Weiteren erleichtern Produkte, die eine Chance auf hohe Nutzungsfrequenz [(fast) täglich bis mehrmals täglich] haben, dass die Teilnehmer eine Routine und Disziplin zum Posten entwickeln.

Denkbar sind auch Produkte zu sensiblen Themen. Wegen der anonymen Antwortform kann ein neues Forum für Diskussion entstehen.

### *Fragestellungen:*

Der Home-Use-Weblog hat deutlich qualitativen Charakter. Das Verfahren empfiehlt sich nicht bei quantitativen Fragen. In erster Linie ist an Produktentwicklungen oder Problemanalysen bei schwachen Wiederkaufzeiten zu denken.

## **Methodensteckbrief**

Die Teilnehmer am Home-Use-Weblog werden hinsichtlich der gewünschten Käufermerkmale und der notwendigen Internetaffinität (Möglichkeit und Bereitschaft täglich die Weblogseite aufzurufen und Kommentare zu schreiben) rekrutiert.

Sie erhalten ein persönliches oder telefonisches Briefing mit direkter Schulung im Umgang mit dem Weblog und den ersten, notwendigen Instruktionen zum Home-Use und nachfolgende entweder direkt oder zugestellt die Testprodukte.

Der Weblog wird entsprechend der Forschungsnotwendigkeiten strukturiert und gestaltet.

Entsprechend der Instruktion, aber spätestens nach der ersten Produktverwendung, beginnen die Teilnehmer im Forum Ihre Kommentare zu posten.

Der Moderator (und falls gewünscht auch der Kunde) beobachtet kontinuierlich die Kommentare. Entsprechend dem vorbereiteten Leitfaden (Zeit- und Themenplan) stellt er Themen in das Forum ein und/oder vertieft die Einträge der Teilnehmer und regt zur Diskussion unter den Teilnehmern an.

Die Dauer richtet sich nach Produkttyp und Verwendungshäufigkeit und sollte eine Woche nicht überschreiten.

In der Analyse wird besonderes Augenmerk auf die individuellen Entwicklungen der Erfahrungen der einzelnen Teilnehmer gelegt, da daraus die Quellen der Zufriedenheit/Unzufriedenheit erschlossen werden.

### **Erweiterungen:**

Denkbare methodische Erweiterungen bestehen in nachfolgendem telefonschem Recall (insbesondere zur Vertiefung der individuellen Produktgeschichten) und der nachfolgenden Gruppendiskussion zur Weiterführung der Thematik (Vertiefung, Konzept, Verpackung, Kommunikation)