

Tagebuchstudie

Die Perspektiven des Alltags festhalten

Tagebücher öffnen den Blick auf das Nutzungsverhalten einer Zielgruppe und ermöglichen damit, das zu testende Produkt oder Angebot in der Alltags- und Medienwirklichkeit der Probanden zu verorten.

phaydon bietet drei Erhebungsvarianten an:

- **Paper & Pencil-Diary:** Die Teilnehmer dokumentieren ihren Alltag über mehrere Tage hinweg. Je nach Fragestellung wird das Tagebuchdesign sehr offen gehalten oder auf den Umgang bzw. die Erfahrung mit einem Produkt fokussiert. Wir empfehlen einen Tagebuchaufbau, der sowohl Freiraum für Kreativität lässt als auch Strukturvorgaben (z.B. Tagesablauf nach Zeitschema) macht.
- **Online-Diary:** Hier schreiben die Teilnehmer PC-gestützt ihre Eindrücke und Erlebnisse nieder – diese Methode bietet sich nicht nur bei besonders online-affinen Zielgruppen an, sondern auch dann, wenn die Nutzung bestimmter Online-Angebote im Fokus steht.
- **Video-Diary:** Den Teilnehmern werden Videokameras zur Verfügung gestellt, mit denen sie sich und ihr Verhalten aufzeichnen und parallel kommentieren können.



Einsatzbereiche

- Nutzungskontextanalyse
- Medien-Motiv- und Bedarfsanalyse
- Timeslotanalyse
- Mediennutzungsstudie
- Produkt-Motiv- und Bedarfsanalyse

Spezielle Vorteile von Tagebuchstudien

Tagebuchaufzeichnungen liefern anschauliches und deshalb besonders aussagekräftiges Datenmaterial, das ab einer Anzahl von 50 Tagebüchern auch eine Auswertung von Häufigkeitsverteilungen (z.B. hinsichtlich Mediennutzung) erlaubt. Im Gegensatz zu Befragungen stellen Tagebücher keine Momentaufnahmen dar, sondern sind flexibel auf den gewünschten Zeitrahmen anpassbar. Dies ermöglicht Langzeitstudien, die Nutzungsentwicklungen und Nutzungsveränderungen offenbaren.

Wir empfehlen, Tagebuchstudien mit Beobachtungs- und Befragungsmethoden zu kombinieren (z.B. In-Homes, Gruppendiskussionen). Dank der vorgeschalteten Tagebuchphase sind die Teilnehmer auf das Thema eingestimmt und einzelne, ggf. unbewusste Gewohnheiten bereits ins Bewusstsein getreten. Meist sind den Teilnehmern bereits eigene Verhaltensmuster aufgefallen, die nun mit den Fragen und Beobachtungen des Interviewers konfrontiert werden können.