



Armin Schulte
Das (morphologische) Tiefeninterview
in der
(wirtschafts-) psychologischen
Wirkungsforschung

Gesprächsführung & Interviewtechniken

(Version 1.3)

Abkürzungen:

TI = Tiefeninterview

I = InterviewerIn

IP = InterviewpartnerIn

G = Gegenstand/Thema des Interviews

Das TI stellt einen lebendigen und in hohem Maße situativen Gestaltungs- und Produktionsprozeß dar, der in Gang gebracht und immer wieder aufrecht erhalten werden muß. D.h. ein TI ist keine Umsetzung oder Handhabung einzelner Frage- und Explorationstechniken i.S. fester Regeln oder strikter 'Wenn-Dann's'. Für den I gibt es somit keine starren oder standardisierten Verhaltensanweisungen - wohl aber wird das TI von seiner Seite aus durch **bewegliche methodische Prinzipien** organisiert. Dabei geht der I ausdrücklich von (**theoretischen**) **Vor-Urteilen** aus und operiert unter der Maßgabe **morphologischer Konzepte**.

"Man sieht nur, was man weiß" (Werbeslogan für DUMONTs Reiseführer).

Oberstes Ziel des TI ist es, den IP aufzufordern und ihn dabei zu unterstützen, sein **alltägliches Erleben und Verhalten** im Umgang mit dem jeweiligen Produkt, einer Marke oder einem Medium **möglichst detailliert** - d.h.

- **konkret**
- **anschaulich**
- **ausführlich**

zu beschreiben. Ein TI richtet sich also darauf, welche Phänomene des Erlebens und Verhaltens im Umgang mit Produkten, Marken oder Medien gegeben sind. Zentrale Aufgabe des TI ist es, einen Einblick in den konkreten Alltag zu gewinnen - so wie er aus der (**'subjektiven'**) **Perspektive** der Verbraucher und Rezipienten 'wirklich stattfindet.

Dabei steht die - zunächst banale und vom Alltag her vertraute - Feststellung im Mittelpunkt, daß die Verwendung von Produkten, die Wahrnehmung von Marken oder die Rezeption von Medien immer in einem **Alltags- bzw. Kulturkontext** stattfindet, den man umfassend in den Blick nehmen muß und den es hinreichend zu erfassen gilt:

Rauchen, Fernsehen, Ins-Kino-Gehen, Biertrinken etc. sind bereits in der Alltagserfahrung 'umgrenzte' Themen, Komplexe oder **Gestalten** (griech.: *morphé*), die man auch im Rahmen einer psychologischen Analyse aufgreifen kann.

Beim Autofahren, Fleischverzehr, oder beim Putzen - aber auch bei der Rezeption einer Anzeige - handelt es sich stets um **ganzheitliche Zusammenhänge**, in die die jeweiligen Produkte, Marken und Medien eingebunden sind und in denen ihnen ein Stellenwert und eine Funktion zukommt.

Diese Zusammenhänge oder Alltagsformen (**Wirkungs-Einheiten/Alltags-Verfassungen/Images/Rezeptionsprozesse**) müssen im Verlauf eines TI zunächst beschreibend erfaßt werden hinsichtlich:

- ihrer **Komplexität** (bzw. Vielfältigkeit)
- ihrer **Dramatik** (bzw. Vielschichtigkeit)
- ihrer **Psycho-Logik** (bzw. Bildhaftigkeit oder Phantastik)

Diese drei Aspekte sollen dem Umstand Rechnung tragen, daß Alltagsformen wie Fernsehen, Einkaufen oder Haarpflege ...

- eine Fülle von **komplexen** Erlebens- und Verhaltensweisen umfassen (Vielfalt an Phänomenen) und diese Wirkungseinheiten 'trotz' ihrer Ganzheitlichkeit ihrerseits nicht einheitlich sind - in dem Sinne, daß hier stets **mehrere** sowie **widersprüchliche** Wirkungskräfte am Werke sind.*
- sich entgegen ihrer alltäglichen Selbstverständlichkeit und Banalität bei genauerer Betrachtung als Gestalten erweisen, die ihre eigene **Entwicklung** bzw. ihre eigene **Dramatik** haben. Auch eine derartige Dramatik kommt u.a. darüber zustande, daß solche Wirkungseinheiten die mit ihnen gegebenen Spannungen i.S. widersprüchlicher Motive vermittelnd 'unter einen Hut' bringen müssen.
- nicht einfache 'Bedürfnisse' befriedigen (z.B. 'Unterhaltung'), zweckorientiert vonstatten gehen ('Sauberkeit') bzw. vorwiegend vernunft-geleitet oder 'rational' ablaufen (z.B. der Preis als Grund für bestimmte Produkt-/Markenpräferenzen), sondern **bildhaft** nach einer ihnen innewohnenden **Psycho-Logik** organisiert sind. Wirkungseinheiten sind kunstvolle Produktionen, die darüber hinaus auch ihre phantastischen oder mythischen Seiten haben.

Aus den bislang skizzierten grundsätzlichen Ausrichtungen des TI ergeben sich zunächst einige andere Bedeutungen von 'Tiefe', als man sie üblicherweise mit dem Begriff 'Tiefeninterview' verbinden mag. 'Tiefe' im Sinne eines morphologischen TI bedeutet somit:

1) (Alltags-) Nähe: Das TI dient der Exploration von Alltagsformen und Lebenswelten, die möglichst ausführlich, konkret und anschaulich - eben so, wie sie aus Sicht der Verbraucher im Alltag stattfinden - beschrieben werden sollen. Dabei kommen auch Dinge und Vorgänge zur Sprache, die auf den ersten Blick trivial, banal, oberflächlich etc. scheinen, die aber damit über diese Oberfläche hinausführen.

"Nur oberflächliche Menschen urteilen nicht nach dem äußeren Erscheinungsbild. Das Geheimnis der Welt ist das Sichtbare, nicht das Unsichtbare." (O. WILDE)

Natürlich kommen im Zuge einer solchen Alltags-Nähe auch Erlebens- und Verhaltensweisen zum Vorschein, die - zumal vor dem Hintergrund des Erfahrungshorizonts des jeweiligen I ungewöhnlich, fremdartig oder bizarr scheinen. Aber auch derartige Phänomene sind für den Betreffenden selbstverständlicher - wengleich möglicherweise unbeachteter - Alltag.

*Aufgabe der sich an die TI anschließende Analyse ist es, auf der Grundlage der im TI erhobenen Beschreibungen dieser Wirkungs-Räume abzuleiten, welche bewußten und unbewußten Motive oder Wirksamkeiten diese Alltagszusammenhänge tragen und nach welchen Prinzipien - gemäß welcher Logik - sie sich regulieren (**Morpho-Logie**). D.h. Ziel einer solchen Analyse ist es, für die jeweiligen G **umfassende Funktionsmodelle** zu entwickeln, aus denen dann sowohl ein Verständnis der Phänomene als auch Fazits und Empfehlungen abgeleitet werden können.

In einer *zweiten* Bedeutung zielt 'Tiefe' dann auf eine:

2) Breite: *Alle* Phänomene, die im Umgang mit den jeweiligen Produkten, Marken oder Medien gegeben sind - also auch das (vermeintlich) Randständige, Sinnlose, Unpassende - sollen im Rahmen der jeweils notwendigen Themenbegrenzung erfaßt und berücksichtigt werden.

Schließlich meint 'Tiefe' eine

3) Vertiefung im Sinne von *Spezifizieren*. Eine solche Vertiefung erfolgt, indem man im TI Fragen nachgeht wie: Was steckt alles *in* dem, was in der Alltagsrede z.B. als 'schmeckt gut' oder 'gefällt mir' angeführt wird? Was ist das jeweils Spezifische, Besondere und Charakteristische beim Umgang mit dem jeweiligen Produkt? Was z.B. macht den spezifischen 'Geschmack' von Milchreis aus? Eine Tiefe kommt folglich darüber zustande, daß man den G in seinen spezifischen Seiten und gemäß seiner verschiedenen Facetten entfaltet.

Erst vor diesem Hintergrund meint 'Tiefe' schließlich - im engeren Sinne - *auch* die Exploration von schwer Verbalisierbarem, Unangenehmem, Peinlichem und Unbewußtem. Dies wiederum bedeutet jedoch nicht, daß es sich dabei um die eigentlichen, wesentlichen oder wichtigeren Phänomene handelt bzw. daß nicht auch ganz banale, selbstverständlich ablaufende Alltagsphänomene z.T. schwer zu beschreiben sind. Und: *Jedes* Phänomen hat neben dem expliziten ('bewußten') Sinn auch immer seine impliziten ('unbewußten') Bedeutungen, die im Verlauf des TI über ausführliche Beschreibungen herausgerückt werden können.

Im Hinblick auf 'unbewußt' sind in diesem Zusammenhang jedoch zwei weitere Aspekte bedeutsam, die wiederum vom gängigen Alltagsverständnis abweichen:

- 'unbewußt' bedeutet wirklich *unbewußt* - d.h. dem erzählenden IP sind diese Bedeutungen und Zusammenhänge wirklich *nicht* bewußt. (Auch diese Auffassung reibt sich mit der ansonsten eher etwas sorglosen Art, in der man im Alltag mit Begriffen wie 'unbewußt' oder 'Unbewußtsein' operiert - 'Das hab' ich unbewußt gemacht.') Der 'Witz' beim Unbewußten liegt weniger darin, daß es sich hierbei stets um besonders spektakuläre Dinge handelt, sondern daß Sinn oder Nebensinn wirklich unbewußt - d.h. nicht verfügbar - sind.
- 'unbewußt' heißt ferner nicht, daß sich Unbewußtes nicht *zeigt*. Im Gegenteil: Erst über Phänomene wie Fehlleistungen, Randbemerkungen, Sinnloses, Nebenbedeutungen, 'Nebentöne' oder Implikationen geraten unbewußte Sinnzusammenhänge in den Blick bzw. können unbewußte Wirksamkeiten rekonstruiert werden.

Eine 'Tiefe' ergibt sich also nicht über das Fragen nach besonders 'Tiefsinnigem', sondern vielmehr, indem der IP möglichst konkret beschreibt und der I dieses Material dann entsprechend analysiert.

"Damit etwas phantastisch wird, braucht man es nur genau zu beschreiben." (F. KAFKA)

Allgemeine Gesprächsführung & Interviewverfassung

Das TI ist darauf ausgerichtet, die **Wirkungs-Räume** bzw. **Alltags-Verfassungen**, die im Umgang mit dem G gegeben sind, detailliert zu beschreiben. In Konsequenz bzw. Entsprechung dieser Perspektive besteht die zentrale Aufgabe des I darin

1. dem IP mit dem TI einen **Raum** bereitzustellen bzw. zu eröffnen, in dem sich der G entfalten kann
2. eine spezifische Interview-**Verfassung** einzurichten, in der dies auf eine möglichst ausführliche Weise geschehen kann sowie auf eine Art, die sich von der normalen Alltagskommunikation unterscheidet.

1. Mit '**Raum**' sind dabei verschiedene Aspekte gemeint:

Das TI ist ein Verfahren, das sich von den traditionellen Verfahren der Wirkungsforschung vor allem durch seine **Offenheit** sowie seine **Flexibilität** bzw. seine situative **Beweglichkeit** unterscheidet.

Offenheit bedeutet, die Exploration nicht durch vorgefertigte (Frage- bzw. Antwort-) Kategorien einzuengen oder die Äußerungen des IP durch sonstige Vorgaben vorab festzulegen. Das TI eröffnet einen Raum, in dem die IP **alles sagen** können, was ihnen in Zusammenhang mit dem G wichtig erscheint - *wann* und *wie* auch immer.

Flexibilität (Beweglichkeit) heißt, ein TI nicht gemäß fester Regeln oder sonstiger Standardisierungen durchzuführen, sondern sich 'vor Ort' (**situativ**) entfalten und organisieren zu lassen. Das, was in diesem Raum zur Sprache gebracht wird - insbesondere auch das, was sich spontan und unvorhergesehenermaßen zeigt -, kann aufgegriffen und thematisiert werden. Situativität und Kontextualität werden nicht ausgegrenzt, sondern gezielt eingesetzt und systematisch verfolgt (**Mitbewegung**).

Eine **erste Grundregel** für das TI lautet somit: Der **Sinn** und die **Logik des G** - bzw. von einzelnen Aspekten des Themas - soll nicht vorgegeben oder in eine vorbestimmte Logik gezwängt werden, sondern sich erst in der aktuellen, beschreibenden Auseinandersetzung mit dem G **entwickeln**. Aufgabe des I ist es, diese Auseinandersetzung des IP mit seinem Alltag zu fordern und zu fördern. Die Schwerpunkte, Erzählabfolgen oder Hierarchisierungen, die der IP von sich aus setzt, sind wesentlich, weil sie etwas über die persönliche Bedeutung, über die subjektive Wichtigkeit und Wertigkeit, Relevanz und Strukturiertheit eines G aussagen. So hat z.B. das, was in einem Interview zum Thema insgesamt oder zu einzelnen Teilaspekten zuerst angesprochen wird, meist eine bedeutsame Signifikanz.

Die Hauptfunktion des I im TI besteht also weniger darin, eine Abfolge (konkreter, einzelner) Fragen zu stellen, als vielmehr darin, durch das, was er macht - und oft genug auch durch das, was er nicht macht bzw. unterläßt - einen 'Raum' bzw. ein 'Vakuum' zu erzeugen, in den (das) hinein der IP produzieren kann und dabei i.S. einer '**Hebammen-Funktion**' entsprechende Hilfestellungen zu geben. Der I steht nicht als 'Alleinunterhalter', 'Gastgeber'

(mit entsprechenden Verpflichtungen) oder "Narrationsanimateur" in einer latenten oder gar permanenten Bring-Schuld; eher erzeugt der I durch seine Interventionen eine **lockende Diffusität**, die es dem G erlaubt, sich so zu explizieren, wie er im Alltag des IP ge- und erlebt wird.

'Fragen' oder Beschreibungsanregungen müssen deshalb nicht immer als komplette Sätze formuliert werden oder beim IP einen besonders 'klugen Eindruck' hinterlassen. Häufig kann man sich als I in seinen Formulierungen viel stärker zurücknehmen, als man dies insbesondere zu Beginn seiner Interviewertätigkeit tut. Oft reicht es, einen Satz oder eine Frage anzufangen, die man dann vielsagend offen läßt; oder man greift nur einen Begriff von dem auf, was der IP zuletzt gesagt hat.

Im Hinblick darauf vermieden werden sollten:

- Fragen, die man mit **Ja/Nein** oder ähnlich knapp mit Meinungen, Bewertungen oder Allgemeinplätzen beantworten kann. Mit dem TI sollte keine Frage-Antwort-Frage-Logik aufkommen. Der I sollte den Eindruck der IP, sie hätten mit dem Gesagten eine Frage *beantwortet*, unterlaufen. Der IP sollte sich zunehmend aufgefordert fühlen, sich selbst noch einmal mit dem bisher Gesagten auseinandersetzen zu können bzw. zu müssen.
- **Warum-Fragen**, da diese zu stark die reflektiven bzw. rationalisierenden Kompetenzen des IP ansprechen und ihn dazu bewegen *über* etwas zu sprechen bzw. sein Erleben und Verhalten selber zu erklären bzw. zu begründen. Warum-Fragen reproduzieren Klischees, Abstraktionen und einfache Zurechtmachungen. Und vor allem fordern sie zu kontraproduktiven *Verknappungen* auf: "Weil ..."
- **Mehrere Fragen** auf einmal: "Wie war der Kontakt zum Schuh-Verkäufer? War er Ihnen sympathisch? Ist der auf Sie zugegangen? Was haben Sie so geredet?"
- Fragen, die darüber hinaus **alternative Möglichkeiten vorgeben**: "Kaufen Sie Schuhe sofort, wenn sie abgenutzt sind, oder dauert es vielleicht doch schon mal eine Zeit an Überwindung?" - "Wie sieht es aus, wenn Sie Schuhe kaufen? Müssen Sie sich dann aufraffen oder überwinden? Oder ergibt es sich so einfach?"
- **Explikationen** oder **Zusammenfassungen** dessen, was IP gesagt oder angedeutet hat (Zum Thema 'High Heels' bemerkt der IP: "Das Bein sieht aus, als wenn es gestreckt wäre." I: "Die Beine wirken also länger dadurch!?" IP: "Ja!")

Insbesondere während der ersten **10-15 Minuten** des Interviews muß der I ggfs. einen Hauptaugenmerk darauf lenken, daß ein Interview-Raum 'einrichtet' wird, der im Hinblick auf Explikationsformen, Rollen- und Funktionsverteilungen bzw. Spielregeln der Logik eines Tiefeninterviews entspricht:

- Im anfänglichen Aushandeln der Frage, wer nun den aktiven Part übernimmt (und sich somit für den Fortgang der Dinge 'verantwortlich' fühlt), sollte der I sich diesen Part weder vom IP zuweisen lassen noch freiwillig übernehmen. Problem (Aufgabe) des I ist es, das Problem des IP, ins konkrete und ausführliche Beschreiben zu kommen, zum vorangigen Problem des IP werden zu lassen. Der Auftritt des I ist dabei häufig eher 'unprägnant', indem er Fragen oder Anmerkungen seinerseits in 'halben Sätzen' nur anreißt (und den IP somit zu Ergänzungen bzw. weiteren Ausführungen auffordert) oder auch nur einen vom IP benutzten Begriff fragmentarisch noch einmal in den Raum stellt (IP: "..., das kommt dann wieder zurück zu diesem recht traditionellen Denken, daß ich mich recht

oder meistens recht konservativ angezogen habe." Statt hier nun eine vollständige Frage zu formulieren - "Was heißt denn für Sie 'konservativ' in diesem Kontext?" - würde an dieser Stelle auch ein, vielleicht mit einem Stirnrunzeln garniertes, "konservativ?" reichen).

- Hinzu kommt, daß Interviewer-Fragen oder -bemerkungen, die zudem noch stilistisch anspruchsvoll oder gar 'gestelzt' formuliert sind ("Wie hat es sich Ihrer Ansicht nach entwickelt, daß sich Schuhe bei Männern derart egalisiert haben - wohingegen der Schuh bei Frauen fast schon als Persönlichkeitsmerkmal gilt?"), den IP eher in Formalisierungszwänge denn in Beschreibungsnotwendigkeiten versetzen.

Grundsätzlich sollte der I durch seine Interventionen Beschreibungen **eröffnen** (statt abzurunden), indem er an das soeben Ausgeführte anknüpft, das somit 'aus sich heraus' Material für Weiterführungen liefert - z.B. "Sie sprachen gerade von einem schlechten Gewissen, wenn Sie rauchen .." oder einfach nur "Schlechtes Gewissen ...?" Brüche, jähe Themenwechsel oder totale Neuausrichtungen sollten im Normalfall vermieden werden.

Gesprächsführung und Interventionen des I sind also darauf gerichtet, die Produktion von Beschreibungen während des TI in Gang zu bringen und 'im Fluß' zu halten, d.h. für einen **Produktions-** oder **Antwortdruck** zu sorgen. Dem IP sollte dabei durchgängig in moderater Weise das Gefühl vermittelt werden, den G noch nicht erschöpfend behandelt zu haben, indem der IP immer wieder angeregt wird, seine Ausführungen selber zu vertiefen und zu ergänzen.

Auch ein **Schweigen** des I erhöht den Produktionsdruck, indem der IP die Erfahrung macht, daß er sich durch Nichts-Sagen seinerseits eine meist als unangenehm erlebte Pause 'einhandelt'. ('Die beste Art, jemanden zum Reden zu bringen, ist Schweigen.') Bei derartigen Pausen sollte der I den IP ab und zu anschauen, damit dieser nicht in Tagträumereien abdriftet oder das Gefühl bekommt, das vorher Gesagte sei für den I nicht von Interesse.

Was den **Blickkontakt** im TI betrifft, gilt tendenziell, der IP sollte dann angeschaut werden, wenn man ihn zum Reden bzw. Beschreiben bewegen will - z.B. bei längerer Pause (um den sog. 'Antwortdruck' zu erhöhen). Wenn der IP erzählt, sollte man nicht *kontinuierlich* in Blickkontakt bleiben (da dies z.B. als Kontrolle, Zensur aufgefaßt werden kann). Aber auch hier muß darauf geachtet werden, daß man mit dem IP 'in Beziehung' bleibt. Nicht-Anschauen darf seitens des IP jedoch nicht als Desinteresse oder Langeweile aufgefaßt werden.

Im *Idealfall* stellt das TI einen sich selbst-verzweigenden und sich organisch vertiefenden Explikationsprozeß dar, der sich in Auseinandersetzung, im Gegen-Über mit dem eigenen Erleben und Verhalten im Kontext des G in seiner ihm eigenen Logik organisiert. I und IP richten sich dabei i.S. einer **gemeinsamen 'Forschungsreise'** auf den gelebten und erlebten Alltag des IP.

"Um Lebendes zu erforschen, muß man sich am Leben beteiligen." (V.v. WEIZSÄCKER)

"Wir lernen die Menschen nicht kennen, wenn sie zu uns kommen; wir müssen zu ihnen gehen, um zu erfahren, wie es mit ihnen steht." (J.W. GOETHE)

Eine diesbezügliche Grundannahme der Morphologischen Wirkungsforschung ist, daß der G selbst eine **immanente Tendenz** hat, sich zu explizieren ('Alles im Seelischen drängt auf Ausdruck') und somit in Form des gelebten Alltags als ständige Herausforderung in produktiver Differenz zum bislang Gesagten wirksam bleibt.

Die **Standard-Eröffnung** des TI lautet deshalb: "Was fällt Ihnen (spontan) zu ein?"

Die **grundsätzliche Entwicklungsrichtung** geht dabei vom Allgemeinen zum Speziellen. Ausgangspunkt sowohl für das gesamte TI wie auch für einzelne Unterthemen sind die großen, übergreifenden Zusammenhänge. D.h. die Eingangsfrage sollte *stets* eher unbestimmt, 'diffus', offen sein und möglichst unverfänglich - insbesondere zu Beginn des TI sollte der I 'Fragen' stellen, auf die der IP nicht mit Ablehnung oder Bewertung reagieren muß.

Eine **zweite Grundregel** des TI besagt: 'Alles', was dem IP durch den Kopf geht, kann (und soll) gesagt bzw. beschrieben werden - dies mit dem Ziel, auch auf diese Weise die **Vielfältigkeit** und **Komplexität** des G **jenseits der Alltagsgeschichten** in den Blick zu rücken. 'Alles kann gesagt werden' meint also auch und gerade:

- Sinnloses, Unpassendes (Der IP kann durchaus vom 'Hölzchen auf's Stöckchen' kommen - es sei denn, er nutzt diesen Freiraum, um sich vor der ausführlichen Beschreibung etwa heikler Stellen zu 'drücken'. Hier müßte dann gegenläufig interveniert werden, indem man den IP ausdrücklich auffordert, bei der Sache zu bleiben.)
- 'Unelaboriertes', Fragmentarisches (Der IP sollte nicht das Gefühl haben oder vermittelt bekommen, er habe sich 'druckreif' zu äußern.)
- Undurchdachtes (Das TI legt eben keinen Wert auf ausgefeilte, ausgewogene Geschichten oder solche, die im Alltagsverständnis plausibel, vernünftig bzw. sonstwie stimmig sind.)
- Verpöntes, Peinliches (Der I sollte dem IP ggfs. bei der Erfahrung behilflich sein, daß derartige Seiten notwendig zum G dazu gehören und daß eine Thematisierung meist nicht so gravierend ist, wie man es sich im Vorhinein vorstellen mag. Sonstige Techniken i.S. einer Entlastung s.u.)

D.h., auch wenn der IP über Themen, Aspekte spricht oder Geschichten erzählt, die auf den ersten Blick nichts mit dem G zu tun zu haben scheinen, sollte der I nicht abbrechen, sondern versuchen, den Bezug zum Thema - zunächst hypothetisch - herzustellen. Eine wesentliche Grundannahme hier lautet: Auch (scheinbar) Sinnloses, Unpassendes stehen in einem Zusammenhang mit dem G und sagen etwas über den G.

Erzählt der IP Geschichten, die nicht mehr unmittelbar erkennbar in Bezug zum Thema stehen, *kann* der I seinerseits am Ende dieser Phase eine **Anbindungsfrage** stellen: "Wir sprachen vorhin ja von ... Hat das, was Sie gerade beschrieben haben, damit etwas zu tun?" Der Sinn dieser Frage liegt darin festzustellen, ob dem IP selbst etwas zu einem möglichen Zusammenhang einfällt, der dann auch weiter ausgeführt werden kann.

Allerdings: Wenn der IP endlos ausschweift (z.B. 'Persönliches' oder zum wiederholten Male in der gleichen Art auf etwas zu sprechen kommt, empfiehlt sich die sog. **Rangier-Technik**: Der I knüpft an das Gesagte an und führt auf den G zurück. Oder der I nimmt das vermutete

Ende der jeweiligen Geschichte - unauffällig - vorweg und erspart sich auf diese Weise die Zwischenstufen.

Mit dem TI einen Raum zu eröffnen, in dem sich der G explizieren kann, bedeutet weiterhin, daß sich der G nicht nur in dem zeigt, was der IP *explizit* sagt - also in seinen verbalen Äußerungen -, sondern **in allem**, was im **Rahmen** bzw. im **Wirkungs-Raum** des TI geschieht. Phänomene sind somit auch

- Aussehen, Auftreten, Mimik, Gestik und Verhalten des IP (bei Home-Interviews auch Einrichtung und Lebensweise). Was wird *wie* gesagt? Was wird nicht thematisiert oder ausgeklammert?
- Neben-, Unter- und Zwischentöne, die bei den Beschreibungen des IP 'mitschwingen'
- besondere Vorkommnisse vor, während und nach dem Interview (Störungen)
- Atmosphärisches, Interviewverlauf, Interviewdynamik (z.B. plötzliches Verstummen, Redeschwall, Unruhe; Versuche, das Thema umzuzentrieren)
- Interaktion zwischen I und IP (verschiedene Formen des Agierens - z.B. den I einbeziehen wollen; ihn gewinnen wollen, sich streiten wollen, flirten)
- Anmutungen, Befindlichkeiten, Einfälle und besondere Vorkommnisse auf seiten des I.

Gerade unangenehme oder tabuisierte Seiten bzw. solche Aspekte, die (zunächst) schwer in Sprache zu fassen sind, zeigen sich im dramatischen Szenario der TI. Entsprechend müssen Rede und Szene immer zueinander in Beziehung gesetzt werden. Dieser **Kontext** ist oftmals wichtiger als der Text, d.h. als das, was der IP explizit sagt! (Auch Hemmungen, Widerstände, Unbehagen gehören notwendig zur Realität eines G - es wäre falsch, diese Widerstände z.B. durch Intervenieren zu verkürzen, vorschnell aus dem Weg zu räumen oder gar zu überdecken.)

Der Umstand, daß sich der G im TI auf allen Ebenen zeigt, hat i.S. einer **dritten Grundregel** zur Folge, **daß alle diese Phänomene konsequent auf den G bezogen bzw. als Explikationen des G behandelt werden**. Dazu ist es notwendig, bereits während des Interviews Hypothesen zu bilden. Dazu ist es weiterhin erforderlich, Anmutungen - etwa bezüglich der jeweiligen Interviewatmosphäre - nicht als 'Ein-Drücke' stehen zu lassen, sondern sie in Bewegung zu bringen, indem der I nach Zusammenhängen sucht und auf Anknüpfungen, Fortsetzungen bzw. Entwicklungen achtet.

Im Hinblick auf diese Vielschichtigkeit des Wirkungs-Raumes eines TI sollte der I also in der Lage sein, sich auch selber zu instrumentalisieren - d.h. das eigene Erleben zu einem Instrument zu machen, das den Forschungsprozeß weiterträgt. Das eigene Erleben während des TI ist dabei genauso Datum wie alles andere und nach Möglichkeit bereits während des TI näher zu qualifizieren: Wie wirkt Gesagtes, Mimik, Gestik, Atmosphäre (szenische Information) auf einen selbst? Was löst das an Bildern, Einfällen, Gefühlen aus?

Der I operiert im Interview auf bzw. 'zwischen' drei Ebenen und operiert dabei grundsätzlich in der Haltung einer "freischwebenden Aufmerksamkeit" (S. FREUD):

1. Er ist wie der IP ebenfalls *Medium* insofern, als daß sich auch über, mit und durch ihn der G expliziert.

2. Er ist *Sensorium* insofern, als daß er in wesentlich stärkerem Umfang als der IP aufgefordert ist, möglichst viel von dem 'mitzukriegen', was in den verschiedenen Explikationsbereichen passiert. Wie wirkt Gesagtes, Mimik, Gestik, Atmosphäre (szenische Information) auf ihn selbst? Was löst das an Bildern, Einfällen, Gefühlen aus? Was macht das mit ihm? Zu was fordert der IP ihn auf?
3. Er ist *Reflektorium* insofern - und das unterscheidet ihn am deutlichsten vom IP -, als daß er im Interview gemäß seinen theoretischen Vor-Urteilen deutet, Hypothesen bildet, analysiert und *gemäß dessen* seine Interventionen, Eingriffe und 'Fragen' handhabt.

2. Auch über die Notwendigkeit, mit dem Interviewen eine bestimmte Interview-'**Verfassung**' einzurichten, kann die Eigenart des TI weiter charakterisiert werden:

Das TI zielt zwar auf den Alltag der Verbraucher, ist aber keine Annäherung an alltägliche Kommunikationsformen, sondern eine '**künstliche** **Situation**', die mit einer **spezifischen Verfassung** eingerichtet wird. Das TI stellt eine 'Zwischenwelt' dar, die sich in wesentlichen Punkten von der Alltagswelt unterscheidet bzw. die von 'normalen' Gesprächen im Alltag abgerückt ist. (Im Hinblick auf diese Künstlichkeit ist das TI in gewissem Sinne durchaus vergleichbar einer Therapiesitzung - wobei der zentrale Unterschied jedoch darin besteht, daß mit dem TI kein Behandlungs-, sondern ein **Erkenntnisinteresse** verfolgt wird).

Abweichend vom Alltag ist beispielsweise, daß seitens des I nach Möglichkeit keinerlei Wertungen ins Spiel gebracht werden sollten bzw. daß der I sich in seinem Vorgehen **nicht** von - meist implizit wirksamen Alltags-Maßstäben leiten läßt. Grundsätzlich gilt: Der I sollte keine - direkte oder indirekte - **Kritik** oder **Bewertung** von Aussagen, Einfällen oder Beschreibungen des IP vornehmen. Kategorien wie

- richtig/falsch
- schön/häßlich
- angemessen/unangemessen
- moralisch/unmoralisch
- logisch/unlogisch

spielen in einer psychologischen Perspektive zunächst einmal keine Rolle und sollten im TI nicht wirksam werden - etwa, indem der I derartige Maßstäbe offen ins Spiel bringt bzw. sie seine Äußerungen oder die Art der Fragen (insgeheim) leiten und den IP davon abhalten, sich möglichst 'frei und ungezwungen' zu äußern. Die Grundregel, der IP darf 'alles' sagen - und zwar so, wie es sich aus seiner Sicht und in seinen Worten darstellt - erfordert vom I, seine persönlichen Sichtweisen, Vorlieben, Maßstäbe etc. im TI - im Unterschied zum Alltag - zurückzustellen.

Zwar ist es z.B. auch für das TI nicht unerheblich, ob ein IP 'wirklich' nur einmal pro Woche 'ein Gläschen trinkt' (wie er behauptet), entscheidend ist jedoch, daß selbst eine offenkundige 'Lüge' nicht einfach falsch ist, sondern **ein vollgültiges Phänomen** darstellt. Ein IP, der zunächst behauptet, im Fernsehen nur Nachrichten, Kulturmagazine und bestenfalls einmal einen 'guten' Spielfilm zu sehen, erzählt im psychologischen Sinne **nichts Falsches** - er sagt nur **nicht alles** (wenn sich im weiteren Verlauf des Interviews herausstellt, daß er im Anschluß an die "Tagesschau" noch die eine oder andere Sendung 'mitnimmt').

Auch andere Angaben zu potentiell verpönten oder tabuisierten Themen wie Drogen, Sexualität, Finanzen etc. sind - so sie im weiteren Verlauf des Interviews ergänzt oder korrigiert werden - nicht unter dem Gesichtspunkt 'wahr-unwahr' zu betrachten, sondern stellen stets ein Phänomen mit entsprechendem Sinn und Funktion dar. Das Herunterspielen des eigenen Fernsehkonsums auf *selektive* Nutzungsmuster ist *konstitutiv* mit bestimmten Motiven und Umgangsformen des TV-Konsums verbunden.

Grundsätzlich gilt - und auch darin unterscheidet sich das TI vom Alltag -, daß **Widersprüche** oder **Ambivalenzen** nicht i.S. einer (rationalen) Klärung vereindeutigt werden dürfen. Stattdessen müssen Widersprüche und Ambivalenzen i.S. einer Klärung von verschiedenen Facetten eines G sogar eigens herausgearbeitet werden. (Alles hat - mindestens - 2 Seiten.) Auf keinen Fall darf der I dem IP bei sachlichen Widersprüchen oder Ungereimtheiten das Gefühl geben, ihn 'ertappt' zu haben. Gibt jemand zunächst an, keinen Fernseher zu besitzen und hat dann 'auf einmal' doch einen, muß der I - sich - fragen, womit das zu tun haben könnte.

Bei 'wirklich' zu klärenden Ungereimtheiten sollte der I dem IP eine Möglichkeit anbieten, das zuvor Gesagte zu korrigieren:

- "Ich möchte sichergehen, daß ich Sie eben richtig verstanden habe ..."
- "Habe ich da einen Fehler gemacht? In meinen Aufzeichnungen habe ich notiert, daß ..."

"Die Erfindung einer 'wahren' Welt ist das bisher gefährlichste Attentat auf unser Leben."
(F. NIETZSCHE)

Gemäß der Logik der spezifischen Interview-Verfassung ('Alles kann zur Sprache kommen') darf beim IP ebenfalls nicht der Eindruck entstehen, **über-** oder **geprüft** (Ist das, was er sagt, richtig oder falsch, normal, abweichend oder gar 'krank'?) bzw. in einem solchen Sinne **getestet** zu werden. Interventionen oder Fragen, die das Interview unter einen *derartigen* Leistungsaspekt stellen ('Wissen Sie etwa nicht, was Pay-TV ist?' 'Sehr sorgfältig gehen Sie beim Putzen ja nicht gerade vor!?'), sollten - außer in Ausnahmen als Provokation eingesetzt - vermieden werden. D.h. wiederum nicht, daß der IP nicht spüren sollte, daß man 'etwas' von ihm erwartet und er sich beim Beschreiben 'Mühe' zu geben hat.

Entsprechend hat das TI schließlich keine 'erzieherischen' Ambitionen oder dient in sonstiger Weise einer Einflußnahme, die jenseits der Zielsetzungen des Interviews liegen: Der I darf den IP von nichts überzeugen wollen – z.B., wenn er selbst einen Werbespot gut findet und sich dann 'ärgert', wenn der IP diese Einschätzung nicht teilt - oder ihn sonstwie in eine Richtung lenken, die *der I* aus persönlichen Ambitionen heraus für 'wertvoll', erstrebenswert oder förderlich hält. (Wenn sich der IP jedoch z.B. bei einem Spot nur in Abwertungen ergeht, kann es erneut i.S. einer Provokation durchaus ergiebig sein, wenn der I den Spot seinerseits 'lobt', um den IP vielleicht auf diese Weise einmal in eine andere Richtung zu lenken.)

Ein TI stellt keine symmetrische Kommunikation dar, sondern ist seitens des I durch '**Neutralität**' und '**Enthaltbarkeit**' (Abstinenz) geprägt (Vermeidung eigener Gesprächsbeiträge, Stellungnahmen, Kommentare). Auch darin unterscheidet sich das TI von alltäglichen Gesprächsformen. Hier kann schon ein einleitender 'small talk' i.S. eines gegenseitigen Ken-

nenlernens dem TI eine (zu) alltägliche Ausrichtung geben und Verbindlichkeiten schaffen, die der Eigenart der TI zuwiderlaufen. Auch Fragen von seiten des IP sind nach Möglichkeit an den IP zurück zu richten.

Eine wesentliche Gemeinsamkeit zum Alltag ist allerdings zunächst darin zu sehen, daß bereits in den zahlreichen Gesprächsformen des Alltags Geschichten darüber erzählt werden, wie man z.B. ein bestimmtes Produkt verwendet, weshalb man jene Marke bevorzugt oder diese Sendung im Fernsehen nicht schätzt.

Das TI knüpft ausdrücklich an diese Geschichten an, geht darüber jedoch in seiner Ausrichtung auf ausführliche Beschreibungen - wie oben bereits ausgeführt - (weit) hinaus. Insbesondere Meinungen, Zurechtmachungen und Begründungen sind dabei nur insofern von Interesse, als daß zu klären ist, was dabei jeweils zurechtgemacht, rationalisiert oder in Form von Meinungen 'verknapp't wird.

Ansonsten ist das Erleben und Verhalten im Umgang mit Produkten, Marken oder Medien weit '**mehr und anders**', als wir es uns im Alltag bewußt machen. Die letztlich entscheidenden (Beweg-) Gründe, Motive oder Wirksamkeiten sind nicht die, die wir uns im Alltag selbst vor Augen führen. Selbstauskünfte i.S. von Meinungsbefragungen greifen deshalb zu kurz bzw. reproduzieren diese Alltags-Oberfläche nur - daran ändern auch große Fallzahlen nichts.

Statt einer Breite (im klassischen repräsentativen Sinne) geht das TI insofern in die Tiefe, als es die alltäglichen Erzählweisen durch seine permanenten Forderungen nach detaillierten Beschreibungen, durch eine Variation sogn. **Nach-Fragen** wie

- Was meinen Sie sonst noch dazu?
- Was können Sie sonst noch dazu sagen?
- Was fällt Ihnen sonst noch dazu ein?
- Wie kann ich das verstehen?
- Können Sie das noch einmal ausführen?
- Können Sie mir das noch etwas genauer beschreiben?
- Erzählen Sie ruhig weiter!

immer wieder stört. D.h. die Eigenart der Interviewverfassung ist also - wie auch die meisten Interviewtechniken - darauf angelegt, Explikationsformen **in einer produktiven Weise zu stören**, in der Absicht, auf diese Weise einen vertiefenden Einblick in Prozesse gewinnen zu können, die sonst unbemerkt ablaufen oder im Alltag nur in groben Zügen wahrgenommen werden. Diese Störung zielt auf die genaue Beschreibung eines im Alltag meist selbstverständlichen Funktionierens, indem sie die Alltagsgeschichten **dehnt** oder - wie ein Lichtstrahl in einem Prisma - '**bricht**'.

Grundsätzlich gilt, daß je länger und ausdrücklicher der I den IP dazu anhält, ausführlich und konkret zu beschreiben, desto mehr Facetten, Aspekte und andere Seiten des G kommen - gewissermaßen 'von selbst' - zum Ausdruck.

In diesem Sinne ist es durchaus angebracht, sich bestimmte Geschichten, Abläufe, Umgangs- bzw. Sichtweisen oder Themenaspekte im Verlaufe des Interviews auch **mehrmals**

beschreiben zu lassen (u.U., indem man als Interviewer 'so tut', als habe man darüber noch gar nicht gesprochen), um auf diese Weise Variationen, Umakzentuierungen oder neue Aspekte in Erfahrung bringen zu können. D.h. über derartige 'Wiederholungen' können auch z.B. eingefahrene Geschichts-Versionen noch einmal in Bewegung geraten, 'aufbrechen' und andere Perspektiven, weitere Phänomene oder Implikationen freisetzen.

"Haben Sie denn noch nie bemerkt, daß bei jedem Gedanken, wenn man ihn zu Ende denkt, das Gegenteil herauskommt." (H. IBSEN)

Im Hinblick auf die **Dehnung** bzw. **Brechung** der Geschichten des IP sollten folgende Aspekte berücksichtigt werden bzw. können verschiedene Interviewtechniken zur Anwendung kommen:

- Einfache Qualitäten wie 'lustig, schön, spannend, angenehm, toll, lecker etc. etc.' müssen **immer** ausführlich befragt werden. Das TI will die spezifische Bestimmung, den individuellen Charakter dieser Qualitäten bzw. des so Qualifizierten zerdehnend erfassen und einkreisen. (Der I sollte sich nie mit Allgemeinplätzen, üblichen Etikettierungen, Klischees, einfachen Statements, Meinungen oder Beurteilungen zufrieden geben - wenn der IP sich auf diese Weise äußert, muß die entsprechende 'Fest-Stellung' **stets** weiter befragt und gedehnt werden.)

Zu Beginn des TI sollte dem IP ggfs. kurz skizziert werden, daß es sich beim TI nicht um eine Meinungsbefragung handelt und daß der IP nicht - wie häufig im Alltag - möglichst knapp und eindeutig antworten soll. Dementsprechend muß – vor allem im Verlauf der ersten Phase - der I mit dem IP das zu fordernde Beschreiben immer wieder **einüben**, indem er sich mit knappen Antworten von Beginn an nicht zufrieden gibt.

- Auch bei "**Eigentlich** höre ich ja nur Radio" muß immer nachgefragt werden, um die relativierenden Einflußgrößen in Erfahrung zu bringen. Oft genügt es, 'Eigentlich!?' nur zu wiederholen, um den IP zu weiteren Beschreibungen zu veranlassen.

Hier gilt grundsätzlich, daß über die Beschreibung von **Ausnahmen** bzw. über die Schilderung von Verwendungen oder Situationen, die vom üblichen Verhalten abweichen, sehr viel über die Eigenart bzw. Bandbreite des G in Erfahrung gebracht werden kann. Dabei sollte der I davon ausgehen, daß es solche 'Ausnahmen' **immer** gibt. Statt also direkt zu fragen 'Gibt es Ausnahmen?' und der IP damit die Möglichkeit anzubieten, schlichterding mit 'Nein.' zu antworten, kann man diese Abweichungen gewissermaßen unterstellen: 'Und welche Milchprodukte verwenden Sie sonst noch?' (Der IP hatte in diesem Fall zuvor behauptet, nur Milch zu trinken.) Oder man fragt generell 'Und was gibt es sonst noch?' (Statt: 'Gibt es sonst noch etwas?' oder 'Verwenden Sie sonst noch Milchprodukte?') Hier sollte der I sich auch nicht scheuen, diese Frage *mehrfach* zu stellen.

- Wenn der IP davon spricht, etwas nur *manchmal* zu tun (Rauchen, Fernsehen), muß geklärt werden, welche Umstände, Ausgangslagen und Verfassungen eine solche Nutzung hat oder voraussetzt (bzw. welche Verfassung, welche Stimmung, welches Gefühl damit hergestellt wird).

- Umgekehrt sind auch bei **Gewohnheiten**, Routinehandlungen oder 'automatischem' Verhalten ("Morgens zünde ich mir immer automatisch eine Zigarette an.") genaue Beschreibungen zu fordern - insbesondere dann, wenn der I dieses Verhalten selbst gut kennt und es unmittelbar zu 'verstehen' meint (s.u.). Derartige 'Selbst-Verständlichkeiten' müssen immer aufgebrochen, d.h. im Kontext der jeweiligen Situation ausführlich beschrieben werden.
- Wenn der IP davon spricht, daß etwas **unmöglich** ist, er sich etwas auf gar keinen Fall vorstellen kann ("Rauchen? Nie!"), muß der I in Erfahrung bringen, was denn da so verunmöglichend wirkt. Als Hilfstechneik denkbar ist hier ein **Belasten** 'Unter welchen Umständen könnte es doch sein, daß Sie rauchen?' oder 'Wenn es statt sonstiger 'Hilfsmittel' wie Kaugummi o.ä. nur Zigaretten auf der Welt gäbe, was würden Sie dann machen?' bzw. umgekehrt eine **Entlastung** 'Wenn Zigaretten nun gar keine Schadstoffe enthalten würden ...'. Derart schroffe Abgrenzungen ("Niemals!") sind immer auch als Hinweis auf faszinierende Seite zu lesen, die jetzt oder zu einem späteren Zeitpunkt des TI in Erfahrung gebracht werden müssen.
- Bei **vergleichenden** Aussagen bzw. bei Schilderungen, in denen bestimmte Maße wirksam sind ('zuviel, zu weit, schlechter als, nicht so spannend wie...') ist immer zu klären, welches Maß hier jeweils zugrunde liegt.

Eine mögliche Hilfstechneik sind hier **Fiktionalisierungen**, mittels derer in der Logik eines **'Was wäre, wenn ...?'** geklärt werden kann, was passieren könnte, welches Maß verletzt würde, wenn etwas beispielsweise **zuviel** wird ('Was wäre, wenn in einem Kasten 30 Flaschen Bier wären?) Welche Konsequenzen drohen dann? ('Was wäre das Schlimmste, was bei NOTRUF gezeigt werden könnte. 'Wie sollte Milch auf gar keinen Fall verpackt sein?')

- **Vergleiche, Metaphern und Bilder**, die der IP von sich aus anbietet, müssen auf ihre implizite Logik hin befragt werden. Z.B. ist bei einer Aussage wie "Ich rauche affenartig" zu klären, wofür der 'Affe' steht (z.B. ein Affe als jemand, der keine 'anständige' Beziehung zur Umwelt hat). Hierüber könnte dann möglicherweise die Selbstbezogenheit des Rauchens zum Thema werden. Bei 'Rauchen ist wie Zeitungslesen' ist zu klären, was der Vergleichsmaßstab ist, indem der I sich den analogen Sachverhalt beschreiben läßt.
- Generell ermöglichen (auch fiktive) **Extremisierungen** einen besseren Einblick in Qualitäten und Verhältnisse, die ansonsten nur *keimhaft* angelegt und entsprechend schwer faßbar oder zugestehbar sind. Einen vergleichbaren Effekt erzielt der, wenn ein Aspekt fiktiv für das Ganze gesetzt wird:
 - 'Wie kann man sich eine Welt vorstellen, in der es nur (keine) Zigaretten gäbe? Wie sähe eine solche Wirklichkeit aus? Wie würde man da leben?' Oder: 'Was würde passieren, wenn man andauernd oder nie rauchen würde? Wo ist Rauchen unverzichtbar, wo undenkbar?'

D.h. der Umgang mit Zigaretten, der im Alltag eher den Stellenwert einer (unauffälligen) Nebenhandlung hat, wird dank solcher Extremisierungen einmal ins Zentrum der Betrachtung gerückt.

- 'Was wäre, wenn das Fernsehen *nur* Nachrichten bringen würde?'

Entsprechend wirken Fragen nach außergewöhnlichen, **zugespitzten** Situationen im Umgang mit dem G:

- 'Was wäre, wenn man permanent vor dem Fernseher sitzen würde?'
- 'Was wäre, wenn Sie statt der üblichen Parfüm-Dosis die halbe Flasche benutzen würden? Wie könnte dann ein Abend oder ein Rendezvous verlaufen?'
- Eine Variation dieser Technik ist die **Amplifizierung**:
 - 'Was ist das ... (Schönste, Schlimmste, Sympathischste) am G?'
 - 'Was das am wenigsten ...?'
- Eine weitere Möglichkeit besteht darin, den IP zu einer **Reihenbildung** aufzufordern, um zu erfahren, mit welchen Maßen der IP operiert und bewertet - z.B. empfindet es der IP beim Rauchen als ein 'angenehmes Gefühl', etwas in der Hand zu haben. Um nun in Erfahrung zu bringen, welchen Stellenwert eine Zigarette hier hat, welche Bedeutung diesem Gefühl zukommt, kann der I im Hinblick auf Situationen, Objekten oder Stimmungen fragen nach:
 - 'Was wäre vergleichbar?'
 - 'Was wäre Gegenteil?'
 - 'Was wäre noch schöner?'
 - 'Was wäre weniger schön?'

Angesichts der Notwendigkeit, die Ausführungen des IP grundsätzlich zu dehnen, kann eine wesentliche Schwierigkeit **für den I** allerdings darin bestehen, daß er sich dabei mit seinem **eigenen Alltags(selbst)verständnis** selbst im Wege steht.

Ein 'Mitbewegen' oder Verstehen(-Wollen) im Interview seitens des I sollte auf keinen Fall im Sinne eines sympathischen *Nachvollziehens* gehandhabt werden - etwa dergestalt, daß man das, was der IP gerade anspricht bzw. beschreibt, vor dem Hintergrund des eigenen Alltagsverständnisses 'nur zu gut versteht' (d.h. gewissermaßen unmittelbar begreift), weil man Ähnliches aus eigener Alltagserfahrung kennt und somit sofort *nachvollziehen* und *mitempfinden* kann.

Mit diesem Aspekt gerät ein weiterer wesentlicher **Unterschied** zwischen Interview-Verfassung und Alltagsgesprächen in den Blick: Gespräche der verschiedensten Art basieren im Alltag zu einem großen Teil auf derartigen Selbst-Verständlichkeiten. Während der I im TI grundsätzlich eher 'Ahnungslosigkeit' vorgibt ('Was ist an Fernsehmagazinen wie EXPLOSIV "sensationslüstern"? oder 'Wieso ist das Einkaufen auf einem Markt "viel schöner" als im Supermarkt?'), fragt man im Alltag tendenziell nur bei Neuem, Ungewöhnlichem oder Abweichendem *genauer* nach.

Insofern das TI konsequent auf Dehnungen ausgerichtet ist und ausführliche sowie konkrete Beschreibungen fordert, ist damit **auch für den I eine Störung** verbunden:

Die Störung für den I besteht eben darin, daß auch er sein Alltags-Vorverständnis zurückstellen sollte und ein (*psychologisches*) Verstehen erst in der Auseinandersetzung mit den im I beschriebenen Phänomenen entwickelt. Das TI zielt ausdrücklich - auch das wäre ein Aspekt von 'Tiefe' - auf ein Verstehen **jenseits von Alltagsplausibilitäten** bzw. alltäglicher (vorwissenschaftlicher) Erklärungsfiguren.

Auch unter dem Gesichtspunkt, das TI als eine '**gemeinsame Forschungsreise**' aufzufassen, basiert die Funktion des I dabei in weiten Teilen auf einer '**permanenten Konsensverweigerung**' bzw. einem '**systematischen Nicht-Verstehen**' - dies insbesondere gegenüber den zahlreichen Vertrautheiten & Selbst-Verständlichkeiten, die der I von seinem eigenen Alltag her auf das TI übertragen könnte; darüber hinaus jedoch gegenüber allen Phänomenen, die sich als 'normal' oder 'natürlich' geben.

Aus der Perspektive des TI meint 'natürlich' immer ein 'kultürlich', dem systematisch ein 'Wie-So?' entgegenhalten werden muß. Das TI will rekonstruieren, wie z.B. ein schlechtes Gewissen - das dem I beim Thema 'Fernsehen' unmittelbar einleuchten mag - oder andere Gefühle oder Verhaltensweisen *gemacht* sind, wie solche Phänomene zustande kommen (Phänomene als Produktionen bzw. Kultivierungsformen), wo sie herkommen und welche Verhältnisse und Tendenzen dabei eine Rolle spielen. D.h. das eigene Gefühl des I ('Kann ich gut verstehen') muß im Verlauf der weiteren Ausführungen des IP beschrieben und auseinander genommen werden.

Die Gemeinsamkeit der 'gemeinsamen Forschungsreise' besteht also nicht darin, daß sich I und IP wie im Alltag auf gleicher Ebene um ein Verstehen bemühen - **die Meinungen, Begründungen oder Zustimmungen des IP sind unmaßgeblich** -, sondern darin, daß der IP beschreibt, der I ihn dabei unterstützt und *auf der Grundlage dieser Beschreibungen* im Austausch mit theoretischen Vor-Urteilen und Hypothesen sein psychologisches Verstehen entwickelt.

Eine weitere zentrale **Grundregel** des TI lautet folglich: **Nichts ist selbstverständlich oder einfach** ('Fernsehen seh' ich *nur* zur Unterhaltung'). Auch - und manchmal gerade - in Plausibilitäten wie z.B. "Bei Mineralwasser ist es mir zu mühsam, einen Kasten zu schleppen, da ich nie mit dem Auto einkaufe. Ich kaufe immer nur Einzelflaschen." steckt immer 'mehr und anderes': Was ist der Sinn solcher Portionierungen? Welche weiteren Bedeutungen hat dieses Phänomen? Wozu paßt das? Welche Linie zieht sich hier durch? Wo verhält man sich beim Einkaufen gemäß einer anderen Logik?

Um zu verhindern, daß der I sich mit dem IP auf einer *alltäglichen* Verständnisebene einrichtet (ein Sog, der im Interview permanent 'lauert', da ein Nachgeben beiden Beteiligten verspricht, sich das ganze ein wenig einfacher machen zu können), sollte er es vermeiden:

- dem IP im Anschluß an dessen Ausführungen das eigene Verständnis i.S. einer Zusammenfassung zu spiegeln ("Eine Vielfalt in der Kleidung bedeutet für Sie also auch eine größere Vielfalt an Schuhen!?!")
- sich in Form von Fragen wie "Sie meinen also ...!?", "Sie sind also der Ansicht ...!?" oder "Wenn ich Sie richtig verstanden habe, ...!?" das eigene Verständnis vom IP bestätigen bzw. in Frage stellen zu lassen (Ausnahme: gezielte Vereinseitigungen oder Vereinfachungen als *Provokation*, über die der IP aufgefordert wird, das Gesagte selbst noch

einmal aufzubrechen). Die Richtigkeit von Deutungen bzw. Hypothesen muß über das Auftauchen von dazu passenden Phänomenen entwickelt werden. Jede Bemerkung seitens des I, auf die der IP mit einem "Ja, ja, ganz genau!" antwortet, ist tendenziell immer verdächtig. Der IP mag sich dabei zwar 'voll und ganz' verstanden fühlen und dies auch dem I zurückmelden, der I sollte diesen Verlockungen jedoch nach Möglichkeit widerstehen.

- das, was der IP gerade gesagt oder angedeutet hat, auszuführen oder zu explizieren - z.B. IP: "Mit hochhackigen Schuhen sieht das Bein so aus, als wenn es gestreckt wäre." I: "Die Beine wirken also länger dadurch!?" (IP: "Ja!"). Da Beschreibungen im TI alleinige Aufgabe des IP ist, besteht auch hier die Gefahr, daß der I derartige Ausführungen i.S. *seines* Alltagsverständnisses betreibt, zumal er dem IP gerade in dieser Hinsicht nichts ab- oder vorweg nehmen sollte.

(Hinzu kommt, daß Konnotationen und Nebenbedeutungen, die mit dem Begriff "gestreckt" - etwa in 'sexueller' Hinsicht - verbunden sein könnten, auf diese Weise banalisiert ["länger"] werden und ausgeblendet bleiben. Ein solches 'Abschneiden' durch ein möglicherweise alltagsnahes 'Verständnis' seitens I ist insbesondere dann fatal, wenn der IP durch die Wortwahl "gestreckt" versuchsweise (ob bewußt oder unbewußt) eine andere Seite von Schuhen ins Spiel bringen möchte, die über die schlichten Qualifizierungen wie 'preiswert, modisch, bequem' hinaus reicht, der I darauf jedoch nicht eingeht - evtl., weil ihm die Angelegenheit selbst ein wenig heikel zu werden droht -, und er deshalb wieder auf eine unverfängliche Alltagssebene zurück schwenkt.)

Angesichts der im I zutage geförderten Phänomene in ihrer Vielfalt, Komplexität und Widersprüchlichkeit kann dies häufig dazu führen, daß der I zunächst einmal bzw. phasenweise 'gar nichts mehr versteht', da er mit seinen Vor-Bildern von Schuhen, Einkaufen etc. in eine Krise gerät und erst über diesen (durchaus belastenden) Umweg zu einem 'neuen' und anderen Verständnis gelangen kann.

Solche Phasen des 'Nicht-Verstehens' sind somit ein notwendiger und überaus konstruktiver Zwischenschritt, da die Vielfalt der Phänomene mit all ihren Ungereimtheiten, Resten, Unsinnigem, Randständigen, Unbemerkttem (aus der Perspektive des Alltags) dazu auffordert, ein 'Neu-Verstehen' auf einer 'höheren' Ebene so zu organisieren, daß all diese Seiten in ein umfassendes Modell einbezogen werden können und ihr Sinn, ihre Funktion sowie ihre (Psycho-)Logik transparent werden.

Zusammenfassend ergeben sich über eine Charakterisierung der Interview-Verfassung - neben **Offenheit** und **Flexibilität** - zwei weitere Kennzeichen des TI:

- **Dehnung:** Meinungen, Verknappungen, Klischees, Selbstverständlichkeiten und Rationalisierungen, welche in der Alltagskommunikation überwiegen und in der Meinungsforschung häufig nur reproduziert werden, können hier 'hinter'- bzw. befragt ('gebrochen'), konkretisiert und ausführlich beschrieben werden (Zeitlupe, Mikroskop). Das, was der IP sagt, wird weder 'so' stehen gelassen oder gar einfach nur übernommen. Auf diese Weise ist das TI schließlich bemüht um eine:
- **Binnendifferenzierung:** Der G wird im TI von mehreren Seiten, unter verschiedenen Perspektiven betrachtet und nach mehreren Richtungen hin ausgelegt. Dabei ergeben

sich neue Facetten und andere Aspekte, die den G in seinen Bewegungen und Drehungen transparent und verständlich machen. In Zuge solcher Bewegungen kann dann auch Vages, Unangenehmes, Peinliches und Ambivalentes verbalisiert und Vor- wie Unbewußtes (s. Fehl-Leistungen, Randständiges, Lücken) erfaßt werden.

Beschreibungshilfen im Tiefeninterview & spezielle Fragetechniken

Im Sinne einer Übersicht sollen im Folgenden noch einmal sechs **Konkretisierungs-** und **Beschreibungsausrichtungen** vorgestellt werden, die dem IP ein 'Gegenüber' mit Bezugsrahmen und Maßstäben schaffen und ihm so Anhaltspunkte bieten, sich mit seinen Beschreibungen **'auf etwas'** zu richten. Dabei kommen auch weitere spezielle Fragetechniken zur Anwendung.

1. **Anbindung** an konkrete Alltags-Situationen und -Abläufe
2. **Dehnungen**
3. **Spiegelung** von Phänomenen außerhalb der erzählten Geschichten (**Deutungen**)
4. **Stützung**
5. **Verrückungen** in anderes Material (Perspektivenwechsel/'freie Assoziation')
6. **Übertragung** mittels Projektionen und Fiktionalisierungen

1. Anbindung an konkrete Alltags-Situationen und -Abläufe

Um zu vermeiden, daß der IP sich in Allgemeinplätzen oder abstrakten Ausführungen ergeht, sich mit knappen Statements begnügt bzw. über den G 'schwafelt' oder 'philosophiert', sollte der I das, was der IP jeweils gerade erzählt, in einem nächsten Schritt an **konkrete Alltagssituationen** anbinden. ('Wann haben Sie denn das letzte Mal ...?' 'Gibt es dafür ein konkretes Beispiel ...?' 'Können Sie sich an eine konkrete Situation erinnern?')

Im TI gefordert sind Beschreibungen von gelebten Alltagszusammenhängen, in denen man raucht, fernsieht, kocht oder putzt etc. Mittels einer Anknüpfung an solche 'Vor-Fälle' sollen ein **Rahmen** geschaffen und dem IP **Anhaltspunkte** geboten werden. Sie ermöglicht eine Ausrichtung und bietet dem IP ein anschauliches 'Gegenüber', auf das er sich mit seinen Beschreibungen beziehen kann.

Dabei wird der IP aufgefordert, sowohl die jeweiligen **Verhaltensweisen** in ihrem zeitlichen Ablauf detailliert zu schildern ('Wie haben Sie das Putzen vorbereitet?' 'Wann kam dieser Gedanke zum ersten Mal auf?' 'Wie sahen die einzelnen Schritte aus?') als auch die **Erlebensentwicklungen**, die in diesem Zusammenhang stattgefunden haben (Was ist ihm dabei so alles durch den Kopf gegangen? Was hat er gedacht, gefühlt? In welche Verfassungen oder Stimmungslagen ist er dabei geraten? Welche Tagträumereien, Phantasien, Erinnerungen kamen dabei auf? Wie hat er die jeweiligen Vorkommnisse wahrgenommen und erlebt?)

Diese Ausrichtung auf einen Kontext ermöglicht es dem IP ebenfalls, über Dinge oder Kleinigkeiten zu sprechen, die **unbemerkt ablaufen** und isoliert bzw. direkt nur schwer zu befragen wären. Auch allgemeine Qualifizierungen seitens der IP ("Rauchen ist beruhigend.") müssen auf ihre Grundlagen hin befragt werden:

- Wann greift der IP zur Zigarette?
- Was passiert in solchen Situationen?

- In welche Erlebensentwicklungen gerät er damit?
- Was ist der besondere Charakter der Beruhigung?

Eine Rekonstruktion des 'natürlichen' Ablaufs ist ferner sinnvoll bei der Befragung von *Quantitäten* wie täglichem Zigarettenkonsum oder Fernsehnutzung, weil eine isolierte Frage 'Was rauchen Sie denn so am Tag?' zwar durchaus interessante Selbsteinschätzungen liefern kann, jedoch mit der Gefahr von (Selbst-)Beschönigungen einhergeht (abgesehen davon, daß man solche Zahlen häufig selbst nicht weiß).

Diese Anbindung an konkrete Situationen und Erlebnisse hat als weitere Grundregel zu Folge, daß im TI immer **Abläufe** interviewt werden bzw. der I den IP auffordert, Entwicklungen zu beschreiben, um auf diese Weise einzelne Phänomene in einen Zusammenhang und in einen Verlauf einzubinden.

Es geht nicht um singuläre Fest-Stellungen, sondern um Prozesse, in denen einzelne Qualitäten erst ihre Funktion und ihre Bedeutung erhalten. Z.B. ist eine 'Ordnung' - auch in übertragenem Sinne - nur in dem Zusammenhang von Interesse, wenn vorher etwas unordentlich war oder ein Chaos drohte, daß mit bestimmten Sortierungsmaßnahmen in den Griff genommen werden soll.

Wesentlich ist also vor allem, auf durchgängige Qualitäten - in Entwicklung und Metamorphose - zu achten. Bei einem schnellen, hektischen Einkaufen wäre etwa in den Blick zu rücken, wo dieser Prozeß ins Stocken zu geraten droht oder welche Krisen durch Hektik überspielt oder vermieden werden sollen. Oder bei einem 'gezielten' Einkaufen ist danach zu 'fragen', wo dieses Muster 'unordentlich' zu werden droht - welche anderen Entwicklungskeime sind hier gegeben, 'warum' können diese nicht zugelassen werden, welches Schicksal hat das, wo zeigen sich Reste?

2. Dehnungen

Wie bereits mehrfach betont, besteht die Hauptfunktion des I im TI weniger darin, (einzelheitliche) Fragen zu stellen, als vielmehr darin, Hilfestellungen zu geben. Oft reicht es, einen Satz oder eine Frage anzufangen, die man dann vielsagend offen läßt; oder der I greift nur einen Begriff oder Aspekt von dem auf, was der IP im Zuge seiner vorherigen Ausführungen erzählt hat, um diesen i.S. einer **Dehnung** an den IP mit der Aufforderung zurückzugeben, hier ausführlicher zu beschreiben.

D.h. durch Interventionen sollte in der Regel an das gerade Gesagte angeknüpft werden, das somit ebenfalls **Material** und **Anhaltspunkte für weitere Ausführungen** liefert - z.B. 'Sie sprachen gerade von einem schlechten Gewissen, wenn Sie rauchen ..' (oder einfach nur 'Schlechtes Gewissen ...?'). Alle wesentlichen Qualifizierungen, Verdichtungen und erste Markierungen des IP sollten auf diese Weise weiter befragt werden.

An das jeweils gerade Gesagte anzuknüpfen, birgt allerdings die Gefahr in sich, daß der I insbesondere bei längeren Ausführungen des IP immer nur auf einen der oder den letztgenannten Aspekt(e) zu sprechen kommt und den IP auffordert, (nur) hierzu noch mehr zu sa-

gen. Themen oder Facetten des G, die *früher* zur Sprache kamen, werden dann u.U. nicht weiter verfolgt; im Extrem können sich I und IP sogar insgeheim darauf 'einigen', zunächst Erwähntes 'außen vor' zu lassen. Eine solche Gesprächs-Logik kann dann der Abwehr von bestimmten - zumal heiklen oder unbewußten - Seiten des G dienen, die vorher zwar 'andeutungsweise' zum Ausdruck gebracht worden sind - aber eben auf diese Weise unthematisiert bleiben. Der IP sollte sich deshalb vor allem bei längeren Ausführungen des I **Notizen** (bzgl. Auffälligem, Verdichtungen, Randständigem) machen, um darauf bei Gelegenheit noch einmal zu sprechen zu kommen ["Sie sprachen eben von].)

- Gewissermaßen in einer umgekehrten Logik *können* auch (provokativ) kurze Zusammenfassungen provokante Vereinseitigungen, oder gezielt falsche Vereinheitlichungen oder sogar gezielte Suggestionen Ergänzungen, Kehrseiten, Erweiterungen freisetzen, indem sie den IP aus der Reserve locken. 'Sie rauchen MARLBORO also nur, weil sie Ihnen schmeckt?!' Oder: 'Fernsehen dient bei Ihnen also ausschließlich der Information!?' **Provokante** Fragen sind möglich bei Pausen oder Stockungen, wenn das damit einhergehende 'Sich-Ärgern' des IP als ein probater 'Katalysator' wirkt - z.B.
 - 'Können Sie dazu wirklich nichts sagen?'
 - 'Fällt Ihnen dazu wirklich nichts ein?'
 - 'Kann es sein, daß Sie dazu keine Meinung haben!?''

Derartige Provokationen sollten die Interview-Verfassung jedoch nicht dauerhaft in Richtung Machtkampf, Besserwissen, Recht-Haben o.ä. verschieben. Provokationen dynamisieren das Interview - eine Konsequenz, die man als I auch selbst aushalten können muß.

- Manchmal macht es auch Sinn bzw. hilft es bei **Engpässen** weiter, wenn man das Gesagte einfach einmal umdreht oder das Gegenteil von dem, wie es der IP gerade erzählt hat, unterstellt bzw. so tut als hätte man das Gegenteil von dem, wie es erzählt worden ist, verstanden und in der Logik der Unterstellung weiter fragt. Ein solcher 'Trick' ist insbesondere dann sinnvoll, wenn hartnäckig oder vorwiegend Klischees erzählt werden. Wenn der IP dennoch auf bestimmte Vereinseitigungen beharrt, diese gleichsam absolut setzt ("Der einzige Grund beim Rauchen ist die beruhigende Wirkung!"), kann man durch Konfrontation mit dem Gegenteil diese Einseitigkeit belasten und das Thema in neuen Umsatz bringen - z.B. 'Was halten Sie denn von Leuten, die Rauchen als Anregung erleben?'

3. Spiegelung von Phänomenen außerhalb der erzählten Geschichten (Deutungen)

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, Bezugspunkte zu schaffen oder das I bei Pausen oder Stockungen auch wieder dadurch in Gang bringen, indem der I jenseits der erzählten Geschichten auf Phänomene verweist, die innerhalb des Wirkungsraumes des TI vorkommen. So kann der I das Verhalten oder die Mimik des IP **spiegeln** ('Sie wirken jetzt sehr nachdenklich, bedrückt ...' 'Sie schweigen, lächeln ...' 'Sie wirken gerade recht erheitert ...')

'Sie stellen es jetzt so dar, als ob ...' 'Es scheint jetzt sehr schwer zu sein ...') oder kurz die jeweilige Atmosphäre im TI schildern ('Wir kommen gerade nicht so recht weiter ...' 'Wir kommen immer wieder auf dieselben Aspekte zu sprechen ...')

Der I kann - allerdings eher in Ausnahmefällen - dem IP auch dadurch ein Angebot machen, indem er auf eigene Stimmungen, Einfälle oder Befindlichkeiten eingeht ('Ich hatte gerade den Eindruck ...' 'Mir geht seit einiger Zeit ... durch den Kopf.' 'Ich habe eben an ... gedacht.') Letzteres sollte aber nicht dazu führen, daß der I nun von sich zu erzählen beginnt und das TI auf diese Weise in eine alltägliche Gesprächsverfassung überführt. Entscheidend ist, auch auf diese Weise Anhaltspunkte ins Spiel zu bringen, die der IP dann aufgreifen und weiter ausführen kann.

Vor allem im Hinblick auf unbewußte Qualitäten, Bedeutungen oder Wirksamkeiten, sollte der I davon ausgehen, daß diese sich jenseits der 'offiziellen' Geschichten, zunächst in Gestalt von Untertönen, beiläufigen Bemerkungen, Atmosphärischem, außergewöhnliche Zwischenfällen oder Fehlleistungen zeigen. Indem der I dieses – im Sinne von **Deutungen** - anspricht, schafft er auch darüber für den I eine Anbindung, auf die der I dann weiter eingehen kann.

Gerade im Hinblick auf Deutungen ist allerdings zu beachten, daß es hier darauf ankommt, ob der IP damit in dem Sinne etwas anfangen kann, daß er diese als *Angebot* aufgreift. Im negativen Falle, sollte der Interviewer nicht versuchen, seinen IP von der Richtigkeit seine Deutung überzeugen zu wollen oder sich hier gar auf Diskussionen einzulassen. Die Stimmigkeit bzw. 'Sinnigkeit' von Deutung erweist sich darüber, ob sie Anlaß zu weiteren Beschreibungen oder Einfällen geben und den Produktionsfluß in Gang halten bzw. neu beleben.

4. Stützung

Sofern der G es erlaubt, sollte man (zunächst nach **ungestütztem** Befragen) versuchen, Sachverhalte im TI **aktuell zu beleben**, indem man die im jeweiligen Untersuchungszusammenhang relevanten Objekte präsentiert und den IP auffordert, sein Erleben in der konkreten Auseinandersetzung mit dem Objekt zu beschreiben.

- Vorlage von Verpackungen oder Anzeigen, Scribbles o.ä. (bei Anzeigen geschieht dies meist 3-phasig: kurze Präsentation, längere Präsentation, Dauerpräsentation mit je anschließender Befragung, s. dazu im Anhang))
- Stützung mit Fernsehzeitschriften, um die Fernsehnutzung der letzten Woche zu rekonstruieren etc.

Ferner besteht hier die Möglichkeit von Verköstigungen (mit paralleler Befragung/'Lautes Denken') oder der I bittet den IP eine Verpackung in die Hand zu nehmen, sich eine Zigarette anzuzünden ('Wie erlebt man das jetzt, nachdem man solange über das Rauchen nur geredet hat?'). Schließlich kann der I den IP - insbesondere bei Home-Interviews - auffordern, ihm das, wovon gerade die Rede war, zu zeigen oder vorzumachen.

Erlebnisse und Erfahrungen, die vorher aus dem Gedächtnis beschrieben wurden, können auf diese Weise mit Erfahrungen in der aktuellen Konfrontation in Austausch gebracht werden. Die Differenz zwischen Erfahrungsgeschichte und der aktuell erlebten Erfahrung ergibt Aufschlüsse über die Logik von Zurechtmachungen und Bearbeitungsformen.

Bei der Präsentation von Objekten während des TI sollte der I darauf achten, was der IP damit als erstes macht - z.B. unmerkliches Wegzucken, obwohl er sich ansonsten lobend äußert -, da auch das Hinweise auf die Hierarchisierung von Valenzen und Bedeutungsaspekten gibt. Auch während der weiteren Ausführungen sollte er immer im Blick behalten, was der IP wann mit Objekten macht und damit in Beziehung setzen, in welchem Verhältnis das Verhalten jeweils zum Gesagten steht. Gegebenenfalls kann dem IP auch hier, nachdem er zunächst beschrieben hat, Mimik und Gestik **gespiegelt** werden, um so auf Ambivalenzen oder 'Neben'bedeutungen zu sprechen zu kommen.

Direkte Fragen nach bestimmten Sachverhalten ('Was halten Sie von diesem Schraubverschluß für Bierflaschen?') bergen die Gefahr von Rationalisierungen ("Praktisch!"). Deshalb empfiehlt sich immer ein *indirektes Vorgehen* - z.B. läßt man den IP je eine Flasche mit Kronkorken und eine mit Schraubverschluß öffnen und befragt im Anschluß sein unterschiedliches Erleben.

5. Verrückungen in anderes Material (Analogiebildung/Perspektivenwechsel/'freie Assoziation')

Grundsätzlich ist die Aufforderung zur Bildung von **Analogien** eine gute Möglichkeit, Aspekte, die im *direkten* Zugriff nicht faßbar sind, auf diesem **Umweg** bzw. in einer solchen **Verrückung** erzählbar zu machen. D.h. Analogiebildungen machen insbesondere Selbstverständlichkeiten, Gewohnheiten und allzu Vertrautes:

- *fremd*, und ermöglichen es dem IP, eine hilfreiche Distanz einzunehmen, und gestatten zudem
- einen *Transfer* in Bereiche, in dem der IP wahrscheinlich über vertrautere und reichere Ausdrucksmöglichkeiten verfügt - 'Was wäre der Fernseher für ein Mensch?', 'Welches Land oder Region wäre die Marke XY?' - und bieten somit zusätzliche Anhaltspunkte und Material.

Zu Bildung von Analogien sollte man den IP *bei jedem Thema* (bzw. wesentlichen Aspekte des Themas) auch zusätzlich, d.h. aktiv auffordern:

- 'Stellen Sie sich vor MARLBORO wäre ein Tier, welches wäre das dann?'
- Was wären der G oder Aspekte des G als Tier, Pflanze, Mensch, Speise, Landschaft, Familienmitglied ...?

Allgemein gilt für Einteilungen oder Kategorisierungen, daß sie **nicht** an das TI bzw. an den IP **herangetragen**, sondern aus der Sicht des IP entwickelt werden. Z.B. beim Einkauf von Kaffee macht es meist wenig Sinn, vorab festzulegen, wie weit man diesen Bereich faßt (nur Bohnenkaffee oder auch Instant bzw. Espresso), sondern man sollte im TI darauf achten,

wie der Verbraucher aus seiner Sicht diesen Produktbereich definiert, eingrenzt bzw. unterteilt. Derartige Einteilungen sollen eben nicht von der Hersteller- oder der Produktbeschaffenseite her vorgegeben und übernommen werden, sondern sich aus der Perspektive des Umgangs ergeben. Eben darin liegt die psychologische Sicht; solche Einteilungen oder Kategorisierungen gehören zu den Ergebnissen einer Analyse - und nicht zur Ausgangslage, die man z.B. aus Sicht des Kunden ungefragt übernehmen kann.

Ein anderes Beispiel: Will man z.B. den Kauf von 'Fertig-Desserts' untersuchen, sollte man sich zunächst bei Vorgabe dieses Stichwortes von den IP schildern, beschreiben lassen, wie eng oder weit sie diesen Bereich fassen, bzw. was sie allgemein unter 'Fertig-Dessert' verstehen. Der umgekehrte Weg - z.B. bereitgestellte Produkte sortieren zu lassen - verleitet viel stärker zu Rationalisierungen bzw. zum Gebrauch von z.B. durch die Werbung vorgefertigter Klischees und Ordnungen, die sich weniger aus dem persönlichen Umgang ergeben als vielmehr auf Selbstverständlichkeiten und 'Common-Sense' beruhen.

Weitere Analogiebildungs-Fragen:

- 'Was ist die MARLBORO-Werbung für eine Welt?'
- 'Stellen Sie sich vor, Sie wären mit dem MARLBORO-Cowboy verheiratet. Wie sähe diese Ehe aus?'
- Oder z.B. bei Figuren auf Print-Anzeigen: 'Wie sähe das Drehbuch zu einem Film aus, in dem diese Figuren die Hauptrolle spielen?'

Im Weiteren sollten diese Analogien, Verwandtschaftsbeziehungen und Ähnlichkeiten immer ausführlich beschrieben und befragt werden, um herauszufinden, was denn z.B. 'elefantenhafte', 'opel-mäßige' oder 'tannenbaum-artige' an einem Produkt oder Image ausmacht, welche Eigenart des Produktes die Wahl der Analogie bestimmte und was das Gemeinsame bei den unterschiedlichen Vergleichen ist.

Für sich genommen oder nur als Auflistung dargeboten ('Als Tier ist das Produkt XY ein ..., als Pflanze ein ...' etc.) - wie bei einigen Präsentationsformen qualitativer Forschung durchaus üblich - besagen derartige Analogien reichlich wenig bzw. überlassen es dem Adressaten, sich darauf einen Reim zu machen.

Sinnvoll sind auch folgende Aufforderungen: Wie würde man die Anzeige für ein bestimmtes Produkt selber gestalten? Was wäre, wenn man selbst Ingenieur, Regisseur, Hersteller von XY wäre? Woran erinnert einen z.B. der Produkt- oder Firmenname? Welcher Name würde gar nicht dazu passen? Auch bestimmte Anmutungen kann man sich dann im Rahmen einer Geschichte auserzählen lassen.

- Und schließlich die sog. 'fiktive **Markenbiographie**': Der IP wird aufgefordert, den Lebenslauf eines Unternehmens oder einer Marke von Geburt bis heute zu schildern (insbesondere Brüche, Krisen, entscheidende Wendepunkte, markante Phasen - bis hin zu einer Zukunftsprognose).
- Oder man stelle sich - insbesondere dann, wenn es um einen Vergleich oder eine Abgrenzung von zwei bzw. mehreren Produkten oder Marken geht - diese ebenfalls als Personen vor: Was würden die zusammen unternehmen, was auf keinen Fall? Wie würden sie miteinander umgehen? Welche Art von Beziehung hätte sie miteinander?

Hier sind auch **nonverbale Techniken** und **Aufgaben** denkbar, die aber immer 'nur' als Hilfestellung für eine Ausdrucksbildung handzuhaben wären und deren Ergebnisse nicht 'für sich' sprechen. In diesem Sinne kann man Produkte oder Marken

- in Tieren zeichnen lassen
- ein Markensoziogramm erstellen (Beziehungen - wie Liebe, Haß, Gleichgültigkeit - zwischen Marken oder Produkten werden mittels verschiedener Pfeile dargestellt und dann exploriert)
- Erlebnis-Collagen anfertigen lassen (Zeitschriftenbilder und ähnliches Material werden benutzt, um Image-Welten oder Produkterfahrungen zum Ausdruck zu bringen).
- Oder man fordert den IP zu szenischen oder pantomimischen Darstellungen (Psychodramen) auf
- bzw. läßt Zuordnungen von Materialien zu einem Produkt oder zu einer Marke herstellen.

Abgesehen davon, daß man derartige Inszenierungen immer in Abwägung zum (Zeit-) Aufwand zur Anwendung bringen sollte, hat die Andersartigkeit des Materials - statt gewohnter und gekonnter Geschichten sind andere Formen gefragt (d.h. sprachliche Normierungen und Konventionen werden zurückgedrängt) - den Vorteil, daß auf diese Weise Explikationsformen verrückt und erweitert werden und daß **Implikationen** bzw. **unbewußte Bilder** die Ausdrucks-Regie übernehmen können. Wichtig ist jedoch auch hier, daß dieses Material im Anschluß dann noch einmal exploriert wird (und der I sich bei der Auswertung nicht nur von seinen eigenen Eindrücken leiten läßt. Es geht dabei nicht um eine Eindrucks-Übertragung, sondern um eine Ausdrucks-Analyse. Eindruck muß nicht gleich Ausdruck sein!).

Insbesondere bei der Klärung von eingeschliffenen und insofern meist unbeachteten *Gewohnheiten* oder Routinehandlungen kann es weiterhin hilfreich sein, sich in einem ersten Schritt **Abweichungen**, **Variationen** und **ungewöhnliche Inszenierungen** beschreiben zu lassen, da diese zunächst leichter zugänglich sein dürften, um sich dann in einem zweiten Anlauf noch einmal mit dem Selbstverständlichen zu beschäftigen.

Verrückungen sind also prinzipiell immer dann hilfreich, wenn man allzu eingefahrene Geschichten aufbrechen möchte. Eine Variation der Analogie-Bildung ist die Frage nach *Ähnlichem* (vergleichbare Situationen und Erfahrungen - aber auch: gegenteilige Situationen):

- 'Womit läßt sich eine Marke, ein Produkt oder bestimmte Aspekte des Umgangs mit XY am ehesten vergleichen?'
- 'Was haben X und Y denn gemeinsam?' ('Wo sind Unterschiede?')
- 'Was wäre, wenn es Packungen gäbe, in denen halb MARLBORO, halb WEST wäre?'
- 'Wo ist der ideale Platz, X hinzustellen, anzubieten oder zu verwenden?' ('Wo am wenigsten?')
- 'In welche Situation, Stimmung, zu wem paßt X gut?' ('Und wozu gar nicht?')

Eine weitere Variation ist schließlich die Frage nach (infantilen bzw. primären) **Grundordnungen**, die dabei helfen kann, im Alltag nicht realisierte Bedeutungsaspekte zu thematisieren oder einmal einen **'kindlichen' Blick** auf den G zu richten, um auf diese Weise rationalistische 'Erwachsenen'ansichten aufzubrechen und verborgene - aber dennoch auch beim Erwachsenen wirksame - Implikationen in den Blick zu rücken:

- 'Wo gibt es keine Zigaretten: Im Himmel oder in der Hölle?'

- 'Wäre X eher gut oder böse?'
- 'Ist X eher Vater oder Mutter?'
- 'Wie war das 1. Mal? Was sind die frühesten Erinnerungen an ein Produkt, eine Marke oder ein Medium?'

Ähnlich '**regressiv**' kann wirken, bei einzelnen Aspekten des G oder während geeigneter Phasen im Interview einen **Perspektiven-Wechsel** vorzunehmen, indem man den IP auffordert, bestimmte Sachverhalte in der Logik eines (Grund-)Schulaufsatzes zu schildern - z.B. 'Eine Einkaufsstüte erzählt ...' oder 'Aus dem Leben eines Aschenbechers'. Der Sinn einer solchen Umzentrierung liegt auch hier darin, eingeübte Sicht- und Erzählweisen einmal verlassen zu können bzw. die Dinge in einem spielerischen Umgang anders zu Sprache zu bringen als dies in der Erwachsenen-Form möglich ist.

Ein solcher Perspektiven-Wechsel ist auch dann hilfreich, wenn man etwas über die **Wirkungs-Bilder** in Erfahrung bringen will, die IP mit bestimmten Produkten verbinden, auf direktem Wege aber nur schwer in Worte fassen können. So kann man z.B. den IP auffordern, sich einmal in die Rolle des Produkts zu imaginieren: 'Stellen Sie vor, Sie wären jetzt das Salatöl. Was machen Sie, wenn Sie über den Salat gegossen werden oder man ein Steak in Ihnen brät?'

Eine weitere Technik in diesem Zusammenhang ist die sogenannte **Marsmenschenfrage**: 'Stellen Sie sich vor, zu uns käme ein Außerirdischer vom Mars, wo es XY folglich nicht gibt oder wo man XY-Beziehung, Begriffe etc. nicht kennt. Versetzen Sie sich einmal in diese Rolle; was würde dieser Marsmensch hier sehen oder was müßten Sie ihm sagen, um ihm zu erklären, was XY ist. Oder: Wie könnte dieser Marsmensch seinen Kollegen beschreiben, was XY ist?'

Insbesondere bei Stockungen, Widerständen etc. ist es auch möglich, '**frei assoziieren** zu lassen: 'Was geht Ihnen denn gerade durch den Kopf', 'Was fällt Ihnen zu X (oder zu einzelnen, bedeutungsvollen Begriffen) **spontan** ein?' Hier wäre *ebenfalls* möglich, auf Mimik, Atmosphäre oder das eigene Erleben anzuspielen, **laut denken** zu lassen oder bestimmte Vorgaben zu geben und auf **schnelle** (d.h. un-überlegte) Antworten zu drängen. Je nachdem sollte man dem IP signalisieren, daß man weiß, daß es sich hier um heikle Sachverhalte handelt.

'**Freie** Assoziation' bedeutet also, daß man den IP ausdrücklich dazu auffordert, zu einzelnen Begriffen, Aspekten oder Themen all das zu sagen, was ihm dabei an Anmutungen, Einfällen, Fragmenten oder Gedankensplittern in den Sinn kommt - unabhängig davon, ob ihm diese Einfälle passend, sinnlos, peinlich o.ä. erscheinen. D.h. hier sind gerade keine bewußt *zusammenhängenden* und somit leichter zu kontrollierende Beschreibungen oder Überlegungen gefragt. Der Sinn einer solchen Übung liegt zum einen erneut darin, die normalen Geschichtenbildungen des IP aufzubrechen - z.B. an Stellen, wo sehr eingefahrene oder rationalisierende Geschichten erzählt werden; zum anderen können auf diese Weise Passagen 'überbrückt' werden, an denen dem IP eben nichts mehr einfällt. Freie Assoziationen suchen den Widerstand zu senken - der u.a. darin zum Ausdruck kommt, daß nur glatte und nicht weiter zu dehnende oder zu variierende Geschichten produziert werden bzw. die Ausdrucksbildung bei Stockungen stillgelegt wird -, indem sie gewohnte ('bewußte') Zu-

sammenhänge aufheben bzw. zerstören und so die Bildung von anderen (unbewußten) Zusammenhängen ermöglichen.

Der Begriff '*freie*' Assoziation ist dabei insofern irreführend, als daß solche Einfälle natürlich nicht beliebig (frei) sind, sondern durchaus in einem allerdings noch zu rekonstruierenden Sinnzusammenhang stehen. Das, was auf den ersten Blick fragmentarisch und sinnlos erscheint, ist durch ein 'geheimes' Band verbunden, das in ähnlicher Weise wie bei sog. Fehlleistungen mittels Deutung und Analyse erschlossen werden kann.

6. Übertragung mittels Projektionen und Fiktionalisierungen

Wie bereits erwähnt kann man insbesondere peinliche Sachverhalte oder Aspekte, die nicht ins Selbstbild des IP passen, u.U. auch dadurch ansprechen, indem man sie in (provokanter, ansonsten aber zunächst unauffälligen) Weise *unterstellt*:

- Statt also zu fragen 'Haben Sie jemals ...?': 'Wann haben Sie zum ersten Mal ...?'
- 'Wie hoch sind denn ihre Monatsraten?' (Statt: 'Bevorzugen Sie Bar- oder Ratenzahlung?')

Suggestive Fragen sollten demgegenüber i.d. Regel vermieden werden (abgesehen davon, wenn sie als gezielte Provokationen eingesetzt werden), da sie eine bestimmte Antwort bzw. Antwortrichtung nahelegen - z.B. "Messen Sie das Kaffeepulver ab, wenn Sie Kaffee zubereiten?" oder schlimmer "Sie messen das Pulver ab, wenn ...?" Hier besteht die Gefahr, daß insbesondere labile, bequeme oder erschöpfte IP sich dem I nur anschließen oder auf Kontra gehen. Außerdem produzieren suggestive Fragen häufig einfache Antworten: Der IP bestätigt nur das, was der I bereits gesagt hat.

Ausnahme: Wenn im TI peinliche oder aus anderen Gründen nicht ansprechbare Sachverhalte unthematisiert bleiben, die in anderen Interviews aber bereits (und vor allem: häufiger) vorgekommen sind, sollte der I diesen Aspekt von sich ansprechen und auf entlastende Weise thematisieren - z.B.:

"Andere haben über X das und das gesagt." (Im Ausnahmefall auch unter Einbezug eigener Erlebnisse des I: "Bei mir ist das so und so.") Hier sollte man zunächst abwarten bzw. das aufgreifen, was gesagt oder agiert wird, und erst dann nachfragen: "Und wie sehen Sie das?"

Wichtig ist dann jedoch ebenfalls, daß der IP das derart Vorgegebene nicht nur bestätigt ("Sehe ich auch so." "Habe ich auch schon einmal erlebt."), sondern seine individuelle Sicht bzw. Umgangsweise im Hinblick auf den suggestiv eingeführten Aspekt ausführlich beschreibt.

Diese Beschreibungen des IP müssen deutlich machen, daß er nicht nur etwas 'nachplappert' (und froh darüber ist, sich auf diese Weise doch noch um den Sachverhalt vorbeimogeln zu können), sondern daß der IP *eigene* Erfahrungen und Sichtweisen schildert.

In Zusammenhängen schwer verbalisierbarer, peinlicher oder tabuisierter Sachverhalte sind jedoch vor allem auch **verallgemeinernde Fragen** hilfreich wie 'Was tun wohl andere Leute, wenn sie fernsehen?' oder **projektive Fragen**:

- 'Wie erleben andere den MARLBORO-Cowboy?'
- 'Was schätzt denn der Ketten-Raucher am Rauchen?'
- 'Was könnte denn für andere an Pornos interessant sein?'
- 'Was könnte andere am Fernsehen reizen?'
- 'Wie kocht wohl der besonders kultivierte (oder gegenteilig: 'schlampige') Verbraucher Kaffee?'

Projektive Fragen ergeben sich auch aus vermeintlichen Vermutungen des IP über andere - z.B. 'Solche Sendungen wie NOTRUF gucken ja nur XY Leute.' Auch hier muß nachgefragt werden: 'Was sind das denn für Leute? Wie erleben die diese Sendung?'

Weitere Techniken im Sinne von **Entlastungen** bei Unangenehmem, Peinlichem, Schwer-Verbalisierbarem sind:

- 'Nun gibt es ja Leute, die beim Fernsehen auch essen ...'
- 'Essen beim Fernsehen hat doch auch was sehr Gemütliches.'
- die Verwendung von milderem Ausdrücken - z.B. von 'Erziehungsmethoden' statt: Bestrafung
- 'Was gefällt Ihnen am besten an X?' Und dann erst: 'Und was weniger?' - wenn man für den IP vermeiden will, z.B. unfair oder voreingenommen zu sein.
- 'Kennen Sie zufällig XY?' Statt Leistungsdruck: 'Kennen Sie ..?' Hier sollte man aber nicht suggerieren, als ob der IP um diese Dinge wissen müßte.

Verallgemeinernde und projektive Fragen entlasten insbesondere bei peinlichen Sachverhalten oder Aspekten, die nicht zum Selbstbild der IP passen (selbst erlebt oder auch nur nicht erzählen wollen, oder weil der IP meint, I damit zu schockieren etc.). Die persönliche Zuständigkeit und Verantwortlichkeit kann so herabgesetzt werden und dem IP fällt es leichter, über eigene Erlebnisse und Erfahrungen zu sprechen, wenn er nicht als Urheber oder Autor dasteht. D.h. die anderen dienen als Sprachrohr von Empfindungs- und Bedeutungskomplexen, die man (sich selbst) nicht eingesteht.

Auch jedwede Form von **Fiktionalisierungen** - sich bestimmte Situationen, Verhaltensweisen oder Konstellationen, die nicht der eigenen Lebenspraxis entsprechen oder in wesentlichen Punkten davon abweichen ('Was wäre, wenn ...?'), einmal imaginär *vorzustellen*, bieten Anhaltspunkte und erlauben es, diese dann beschreibend auszumalen. (Oder: 'Wie hätte RTL in der Steinzeit ausgesehen, wie im Mittelalter [i.S. von: Was hätten die damals gemacht?] - oder was wird der Sender im Jahr 2200 machen?')

In ähnlicher Weise kann man bei Angaben des IP wie 'Speiseöl muß für mich immer eine nußbraune Farbe haben'. den IP auffordern, sich einmal vorzustellen, wie es wäre, wenn das Öl eine hellbraune, dunkelbraune, beige, orangene bis hin zu einer grünen Farbe hätte - um die mit dem Aussehen verbundenen Qualitäten einmal '**auszuloten**'. (Analog: 'Welche Abbildungen passen zu einem EURO-Geldschein, welche nicht?' 'Was wäre, wenn darauf Gesichter, Architektur, Autos, Pflanzen, Obst oder Gemüse zu sehen wären?') Weitere Fragemöglichkeiten in diesem Sinne:

- 'Welche Situation wäre am (un-)passendsten für den Verzehr von Pudding?'
- 'Beschreiben Sie mir doch mal so eine richtige 'Pudding-Familie'.'
- 'Wie sähe eine Welt aus, in der es nur Pudding gäbe?'
- 'Was wäre der Pudding für ein Mensch? Wie würde dieser dann selber Pudding essen?'
- 'Beschreiben Sie doch mal einen Raum, eine Situation, die optimal zu Pudding paßt.'
- 'Wie sähe all das für Quark, Joghurt oder Milchreis aus?'

Entlastend wirken auch **Depersonalisierungen**, wenn Themen zur Sprache kommen, die nur schwer zu beschreiben sind: 'Sie glauben ja nicht, wie vielen anderen das ähnlich geht.' Hier wirkt erleichternd, wenn man erfährt, daß man mit seiner Sichtweise, Vorlieben etc. nicht alleine dasteht. Wenn der IP von sich aus in einer projektiven Logik beschreibt ('Viele rauchen ja, um ihre Aggressivität abzufackeln.'), kann man im Anschluß versuchen, diesen Aspekt auf den IP zu beziehen: 'Wie sieht das denn bei Ihnen aus?' Insbesondere ein *heftiges* "Nein!" an dieser Stelle ist jedoch kein Zeichen dafür, daß dieser Sachverhalt für den IP keine Rolle spielt.

Wenn der jeweilige Aspekt im Interview trotz allem nicht thematisierbar ist:

- kann man versuchen, diesen Sachverhalt später - in einem anderen Zusammenhang - noch mal anzusprechen,
- sollte man auf evtl. Fehlleistungen aufmerksam machen bzw.
- darauf achten, ob diese Seite sich auf einer anderen Ebene (in Atmosphäre, Mimik, Gestik, Analogien, andere Geschichten) zeigt.
- Schließlich kann der I versuchen, den Widerstand durch 'freie' Einfälle (s.o.) zu reduzieren.

Verneinungen/Negierungen verdienen – insbesondere, wenn heftig vorgebracht – grundsätzlich Beachtung. Weder Verneinung noch Bejahung dürfen für sich genommen bzw. übernommen werden. Wenn z.B. ein Spot abgelehnt wird, heißt das nicht, daß er nicht wirkt (und umgekehrt). Sich heftig gegen bestimmte Fernsehsendungen auszusprechen heißt nicht, daß diese nicht doch als attraktiv erlebt werden.

Verneinungen können somit den Widerstand der IP gegen besondere Faszinationen zum Ausdruck bringen (z.B. die Befürchtung, sich vom Fernsehen oder Rauchen ganz vereinnahmen zu lassen). Hinzu kommt das generell eher schlechte Image von Werbung oder Fernsehen, hinter das man sich gerne zurückzieht. Verneinungen sollten in solchen Zusammenhängen immer als Hinweis verstanden werden, daß einen das Verlockende, Verheißende von z.B. Werbung gepackt hat bzw. potentiell packen könnte (sonst brauchte man sich eben nicht davon abzugrenzen).

Vehemente Verneinungen, heftiges Schimpfen, Kritisieren oder Gegenreden (auch: Weglegen oder Wegrücken von vorgelegten Objekten, Anzeigen o.ä.) - besonders dann, wenn diese *im Negativ* auch noch ausgeschmückt werden - sind eher als Hinweis auf das Gegenteil aufzufassen. Das gilt besonders dann, wenn in Verneinungen etwas angesprochen wird, was vorher noch nicht Thema war - z.B. "Ich würde nie auf den Gedanken kommen, den MARLBORO-Cowboy sexuell attraktiv zu finden." Bei solchen Formen von Abwehr gilt grundsätzlich das Motto

"Die schärfsten Kritiker der Elche waren früher selber welche." (R. GERNHARD)

Bei Stockungen, spröden und zähen Phasen im Interview oder bei IP, die grundsätzlich dazu neigen, nur knapp zu antworten bzw. gar nicht erst ins Beschreiben kommen, reicht es nicht aus, den Erzählfluß mittels der oben angeführten Techniken nur (wieder) in Gang zu bringen. Vielmehr muß sich der I immer auch darüber Gedanken machen, 'warum' es zu solchen Abwehrformen kommt: Was ist hier jeweils peinlich oder unangenehm? Welche Seiten des G dürfen nicht in den Blick geraten? Welche Ängste spielen hier eine Rolle?

D.h. erst in Zusammenhang mit diesen Überlegungen und Hypothesen ist der Einsatz solcher Techniken sinnvoll, die auch hier nicht 'blind' oder in einer starren 'Wenn-Dann'-Logik angewandt werden sollten. Der I ist über den Verlauf des ganzen Interviews gefordert, sich zu vergegenwärtigen, wie er den IP jeweils erlebt:

Wo und wie bedrängt einen der IP, wo widersetzt er sich? Wo sucht er den I zu verwickeln, zu attackieren oder zum Verbündeten zu machen? Wo versucht der IP, die Interview-Situation umzukehren und aus dem I den Befragten zu machen? - all diese Situationen muß der I als Indiz dafür wahrnehmen können, daß der IP an derartigen Punkten besonders betroffen ist und daß es dann notwendig ist, diesen Themenaspekt durchzuarbeiten.

Zum Abschluß noch zwei Aspekte:

b) Die *Dauer* eines TI hängt nicht von der Meinung des IP ab, nun allmählich genug gesagt zu haben, oder von seiner 'Lust', sondern vom Forschungsinteresse. Erst wenn man sich ein hinreichend vielschichtiges Bild von einem Sachverhalt hat machen können - unter Maßgabe der Perspektive oder des Ausschnitts, der in diesem TI möglich war -, wenn also ausreichend Material (sprich: Beschreibungen) produziert worden ist, um die relevanten Beziehungszusammenhänge rekonstruieren zu können, ist ein TI zu Ende.

Als Maß läßt sich auch das eigene Erleben hinzuziehen: Wenn man Eindruck hat, es kommt nichts mehr, sollte man - als Faustregel - noch eine halbe Stunde weiter interviewen.

Schlußfrage bei jedem TI ist, ob der IP etwas ausgelassen oder noch etwas Wichtiges nachzutragen hat: Hat man etwas Wesentliches vergessen? Ist man auf bestimmte Aspekte nicht oder zu knapp eingegangen. Auch möglich ist: Wie fand der IP das Interview? Sieht er die Sache nun mit anderen Augen? Oder man kann am Ende noch einmal zentrale Aspekte des Themas oder des Interviewverlaufs ansprechen und auf diese Weise überprüfen, ob gemachte Aussagen noch einmal relativiert, umzentriert oder ergänzt werden.

3-phasiges Vorgehen bei der Exploration von Werbemitteln

Da ein **3-phasiges Vorgehen** im TI insbesondere bei Werbewirkungstests zur Anwendung kommt, sollen diese Schritte mit ihren jeweiligen Erhebungsschwerpunkten im Folgenden noch ein wenig ausführlicher skizziert werden:

Dieses Vorgehen basiert auf der Erfahrung, daß viele IP zunächst versichern, Werbung sei nicht in der Lage, sie zu beeinflussen, um sich dann in weiteren kritischen Ausführungen zu ergehen. Was man im TI also zu Beginn zu hören bekommt, sind Gegenbewegungen, die u.a. den Sinn haben, dem I zu demonstrieren, daß man ein 'mündig-kritischer' Verbraucher ist, sich gegen Werbung zu wehren weiß und auf derartige Verführungen kaum hereinfällt. Läßt man nun jedoch im I den IP so lange berichten, was sie alles zu bemängeln haben und was ihnen zu einzelnen Elementen des Werbemittels 'dagegen' eingefallen ist, bis die IP quasi 'ihr Pulver verschossen haben', kippt der Stil ihrer Ausführungen häufig von einem Moment zum anderen in sein Gegenteil: Nun wird plötzlich erzählt, was an der Werbung verlockt und beeindruckt hat. Bei diesen nun ins Spiel kommenden 'Dafürs' ist allerdings zu bedenken, daß es sich hier oftmals um schwer verbalisierbare Vorgänge handelt, bei denen viel Unbewußtes eine Rolle spielt.

Das 3-phasige Vorgehen berücksichtigt die Eigentümlichkeit, zunächst das Dagegen und dann das Pro zu berichten, indem es die Rekonstruktion der kompletten Scherenstruktur in mehreren Schritten betreibt. Zu Beginn erhalten die IP die Gelegenheit, ihre Gegenbewegungen auszuerzählen, die für das Funktionieren einer Werbebotschaft ja von großer Bedeutung sind. In einem zweiten Durchgang kommen dann die erlebten Verlockungen zu Sprache. Die Wendung zu den Verlockungen kann in Fällen besonders heftiger Abwehr dadurch erleichtert werden, daß man den IP darauf aufmerksam macht, seiner Kritik müsse doch ein anderer Eindruck vorangegangen sein, etwas, auf bzw. gegen das sich die Kritik richtete. - Was hat man vorher gesehen oder erlebt, daß man sich daraufhin zu wehren begann? - In einer dritten Phase wird schließlich versucht, das Miteinander von Verlockungen und Gegenbewegungen in den Blick zu nehmen.

1. Phase: Kurzzeit-Darbietung des Werbemittels bzw. erstmaliges Zeigen eines Spots
Schwerpunkt: Gegenbewegungen, Kritik
Befragung zu Erlebnsvorgängen während der Rezeption
Welche Werbebotschaften wurden wahrgenommen und 'verstanden' und wie wurden diese bewertet?
2. Phase: Erneute Kurzzeit-Darbietung des Werbemittels bzw. 2. Darbietung des Spots
Schwerpunkt: Erlebte Verlockungen
Erneute Befragung zu allen Erlebnsvorgängen während der Rezeption
Welche weiteren Kommunikationsinhalte wurden jetzt bemerkt, welche Details, und wie haben sich welche Eindrücke und Bewertungen verändert?
3. Phase: Dauerdarbietung des Werbemittels bzw. nochmaliges Zeigen des Spots
Schwerpunkt: Zusammenwirken von Verlockungen und Gegenbewegungen. Wie gestaltete sich der Rezeptionsverlauf in seinem Nacheinander?
Erneute Befragung zu allen Erlebnsvorgängen während der Rezeption
Welche Kommunikationsinhalte wurden erst jetzt bemerkt, welche weiteren Details? Wie haben sich Eindrücke und Bewertungen insgesamt verändert?
Abschließendes Verständnis der Werbebotschaft und Schluß-Bewertungen

Ziel des TI ist es auch hier, die in Sekunden ablaufenden Rezeptionsvorgänge verfahrenstechnisch so zu zerdehnen, daß ein Einblick in die immanente Strukturierung der Erlebens-

entwicklung möglich wird. Dabei sind Phase 2 und 3 keine 'künstliche' Zutat (i.S. von verzerrend), welche die 'natürlich' ablaufenden Rezeptionsverhältnisse verfälschen könnten, sondern dienen der näheren Erfassung dessen, was bereits beim ersten Sehen ablief. Dabei ist davon auszugehen, daß alle Eindrücke, Erlebnisqualitäten oder Bewertungen, die 'erst' in Phase 2 oder 3 expliziert wurden, bereits bei der ersten Betrachtung wirksam waren.