



Reif für die Forschung

Interviews via Webcam im Praxis-Check

Die Online-Technik ist mittlerweile gut genug, um mit Webcams qualitative Einzelinterviews durchzuführen. **Evgeny Zlatkovsky** zeigt dies mit einer Fallstudie.

Onlineforschung ist auf dem Vormarsch. Allerdings handelt es sich dabei fast ausschließlich um quantitative Forschung. Die Rolle der qualitativen Methoden hingegen fällt in der Onlineforschung noch sehr bescheiden aus.

Grund dafür ist die lange Zeit eingeschränkte technische Machbarkeit: Zu geringe Bandbreiten und eine komplizierte Abwicklung machten aus Interviews, die mit Webcams durchgeführt wurden, einen Hindernis-Parcours. Doch das hat sich in den letzten ein bis zwei Jahren, mit dem Boom der DSL-Flatrates und dem rasanten Aufstieg von Skype zum globalen Kommunikationsmittel (circa 500 Millionen Downloads weltweit), gründlich geändert. Grund genug für DocCheck – eigentlich spezialisiert auf quantitative, panelbasierte Onlineforschung im Medizin-Sektor – zu untersuchen, ob das Webcam-Interview als Marktforschungsmethode die nötige Marktreife erlangt hat.

Ärzte stehen via Skype und Webcam Rede und Antwort

Die Webcam-Interviews wurden als Vorstufe zu einem „normalen“ quantitativen

Kundenprojekt durchgeführt. So konnte nicht nur das Verfahren an sich getestet werden, sondern auch dessen Akzeptanz durch den Kunden unter realen Bedingungen.

Die Zielgruppe dieser Befragung bildeten niedergelassene Ärzte aus dem DocCheck-Panel. Die Stichprobenbildung erfolgte randomisiert, die Teilnehmer wurden aktiv via E-Mail rekrutiert. Insgesamt wurden fünf qualitative Interviews à 30 Minuten mit synchroner Bild- und Tonübertragung durchgeführt. Die Interviews wurden digital per Plugin und parallel durch ein Kamerteam der DocCheck TV GmbH aufgezeichnet.

Besonderes Augenmerk lag auf folgenden technischen Fragestellungen:

- **Bandbreite:** Dieses Problem ist in der angestammten B-to-B-Zielgruppe weit weniger relevant als bei Endverbrauchern – bis zu 80 Prozent der Ärzte des Panels verfügen über einen Highspeed-Zugang.
- **Software:** Die Interviews wurden mit Hilfe der kostenlosen Skype-Software durchgeführt (www.skype.de). Diese zeichnet sich durch eine einfache Installation aus, die durch eine extra Anleitung und eine technische Hotline von DocCheck unterstützt wurde. Die Tatsache, dass Skype über den Rahmen des Interviews hinaus genutzt werden kann, hat sich positiv auf die Teilnahmebereitschaft und Nachhaltigkeit des Engagements ausgewirkt.

- **Hardware:** Um sicher zu gehen, dass die Interviews nicht an der Technik scheitern, wurde das nötige Equipment (Headset und Webcam) den Teilnehmern – sofern gewünscht – zur Verfügung gestellt. Dies hatte einen offensichtlich positiven Einfluss auf die Qualität der Übertragung.

Die wichtigste Erkenntnis aus diesen fünf Interviews ist, dass die Technik – vor Kurzem war sie noch nicht ausgereift genug – mittlerweile die Webcam-Interviews in vernünftiger Qualität erlaubt.

Die wichtigste Rolle spielt dabei Skype. Die Software hat sich als praktikabel in der Vorphase (Download, Installation, Einrichtung) und als stabil bei der Übertragung erwiesen. Der Ton war zu jeder Zeit ausreichend klar. Bei der Bildübertragung hingegen hat die Bandbreite auf der Seite der Interviewten nicht immer ausgereicht: So waren Bild und Ton gelegentlich asynchron. Die Bandbreite für die parallele Bild- und Tonübertragung sollte mindestens zwei MB betragen. Selbst bei dieser Geschwindigkeit ist jedoch das gelegentliche Ruckeln nicht zu vermeiden. Von einer Verbindung unter zwei MB oder über WLAN ist entschieden abzuraten.

Die Zielgruppe (zumindest im B-to-B-Umfeld) scheint eine technische Reife erlangt zu haben, die für solche Projekte notwendig ist: Kein einziger der fünf Teilnehmer meldete nennenswerte Schwierigkeiten – und das über alle Altersstufen hinweg.

Eine weitere wichtige Erkenntnis betrifft die Gesprächsführung. Es hat sich gezeigt, dass die Teilnehmer nach einer kurzen Eingewöhnungsphase (erster visueller Kontakt, Platzierung der Kamera) sich schnell „in ihrem Element“ fühlten und ungezwungen reden konnten. Nach den ersten Gesprächsminuten war der befremdliche Einfluss des Mediums überwunden, bei den Interviewten stellte sich eine natürliche Atmosphäre ein und sie konnten sich auf die Inhalte konzentrieren.

Die Kommunikation verlief flüssig und mit der natürlichen Mimik und Gestik. Die Reaktionen waren adäquat, wurden jedoch manchmal durch auftretende Zeitverzögerungen etwas verstellt. Die Fragen wurden ausführlich beantwortet, mit Gegenfragen, Denkpausen, Füllwörtern und anderen üblichen Redeelementen. Als Moderator muss man darauf achten, sein Gegenüber nicht auf dem Bildschirm anzuschauen - wozu jeder erst einmal selbstverständlich tendiert -, sondern stringent in die Kamera zu blicken. Das stellt zumindest einen einseitigen Blickkontakt her.

Mimik und Gestik können genau beobachtet werden

Die hoch auflösenden Webcams und die hohen Übertragungsraten lassen nonverbale Signale - selbst die feine Gesichtsmimik - gut erkennen und einen klaren Eindruck vom Interviewten gewinnen, etwa über sein Engagement, seine Einstellung zum Gesprächsthema und seine Aufrichtigkeit beim Antworten.



Webcam-Interview in lockerer Atmosphäre

Eine weitere Erkenntnis betrifft die Akzeptanz der Methode. Die Webcam-Interviews scheinen derzeit die Stelle einzunehmen, die die quantitative Onlinenforschung vor fünf bis sieben Jahren innehatte: noch nicht ganz frei von Fehlern und optimal in der Leistung, aber durchweg faszinierend. Alle fünf Teilnehmer fanden das Interview interessant und wollen an weiteren Webcam-Projekten teilnehmen. Einer der Befragten hat das so ausgedrückt: „... ich bin eigentlich ganz positiv überrascht. Es hat mir Spaß gemacht! Telefonische Befragungen lehne ich grundsätzlich ab ... und das hat mir heute gut gefallen.“

Auch der Kunde war sehr zufrieden und hat insbesondere die Authentizität des Umfelds und die natürlichen Reaktionen der Probanden gelobt. Ein weiteres Webcam-Projekt ist derzeit in Vorbereitung.

Zusammenfassend kann man schlussfolgern, dass die Technik, die lange Zeit

ein großes Hindernis für die qualitativen Online-Interviews darstellte, die notwendige Reife erlangt hat. Eine entscheidende Rolle spielen hierbei Skype und stetig wachsende Bandbreiten. Das Verfahren eines qualitativen Einzelinterviews hat damit die nötigen Voraussetzungen, um von einer methodischen Ausarbeitung zu einem marktfähigen Produkt zu werden. ■



Evgeny Zlatkovsky leitet seit 2004 die Marktforschung bei DocCheck Medical Services GmbH. DocCheck verfügt über die größten Mediziner-Panels in Deutschland und konzentriert sich auf die Pharma-Marktforschung. Zlatkovsky ist Soziologe und hat zuvor einige Jahre als Institutsmarktforscher gearbeitet.
research.doccheck.de