

Planung und Umsetzung einer Fokusgruppe

Handreichung des Zentrum für Logistik

Februar 2026



Zentrum für Legistik

Nachhaltige methodische Befähigung

Das Zentrum für Legistik befähigt Legistinnen und Legisten methodisch für die **wirksame Rechtsetzung**.

Die vorliegende Handreiche werden Methoden und deren Umsetzungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt, die im Rahmen der **Regelungsbegleitung von Rechtsetzungsreferaten** angewandt werden.



Bundesministerium
für Digitales und
Staatsmodernisierung

Digital
Service

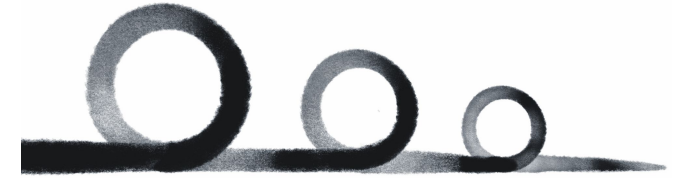
Regelungsbegleitungen sind ein **Unterstützungsangebot im Rahmen des Zentrums für Legistik**, um Umsetzungsprozesse zu verstehen und Anforderungen an praxisnahe und bürokratiearme Regelungen umzusetzen.

Das ZfL ist ein zentraler Baustein aus dem Handlungsfeld II „Bessere Rechtsetzung“ der **Modernisierungsagenda des Bundes**.

Inhalte

- Intro
- Das kleine 1x1 der Fokusgruppe
 - Vorbereitung
 - Durchführung
 - Nachbereitung

Schrittweise vom Konzept zur Verordnung



Statt Paragraphen isoliert zu formulieren und erst nach Inkrafttreten auf Praxistauglichkeit zu prüfen, nutzt dieser Ansatz **kontinuierliche Feedbackschleifen**.

Im Zentrum steht die **iterative Validierung**: Regelungsentwürfe werden bereits während der Entstehung in Fokusgruppen mit Betroffenen aus der Anwendung, IT-Entwicklung sowie Juristinnen und Juristen „Stresstests“ unterzogen.

So werden Potenziale und Risiken frühzeitig erkannt, und der Verordnungsentwurf schrittweise optimiert.

Bewährte Methoden

- **Rapid Prototyping:** Einfache Entwürfe oder Diagramme der regulatorischen Prozesse erstellen, bevor sie geschrieben werden.
- **Interdisziplinäre Reviews:** Fachkundige aus anderen Bereichen (Recht, IT, Betrieb) einladen, um das Konzept aus verschiedenen Blickwinkeln zu testen.
- **Retro:** Den Prozess reflektieren: *Was war geplant? Was haben wir gelernt? Was ändern wir?*

Was ist eine Fokusgruppe?

In der Nutzforschung beschreibt der Begriff Fokusgruppe eine **moderierte Gruppendiskussion**, bei der meist 5 bis 10 Teilnehmer gezielt zu ihren Einstellungen, Überzeugungen und Erfahrungen mit einem Produkt oder Konzept befragt werden.

Anders als beim Einzelinterview wird hier die **Gruppendynamik genutzt**, um tieferliegende Meinungsbilder, Erfahrungsschätze und soziale Interaktionen sichtbar zu machen.

Wichtig: Eine Fokusgruppe ist kein Usability-Test.

Risiko: Groupthink – die Teilnehmenden beeinflussen sich gegenseitig.



Merkmale

- **Qualitative Methode:** Es geht nicht um statistische Repräsentativität, sondern um das Verständnis von Motiven und Barrieren.
- **Moderation:** Die Moderationsrolle leitet das Gespräch, achtet darauf, dass alle zu Wort kommen, und hakt bei widersprüchlichen Aussagen nach.
- **Interaktion:** Teilnehmende reagieren auf die Argumente der anderen. Oft entstehen dadurch neue Erkenntnisse.

Das kleine 1x1 der Fokusgruppe

Vorbereitung



- Ziele und Hypothesen
- Setting und Stichprobe
- Das Test-Artefakt

Das Ziel setzen

Das Ziel beschreibt den Zweck der Sitzung. Es beginnt meist mit Verben wie „Evaluieren“, „Verstehen“ oder „Priorisieren“.

Schlechte Zieldefinition:

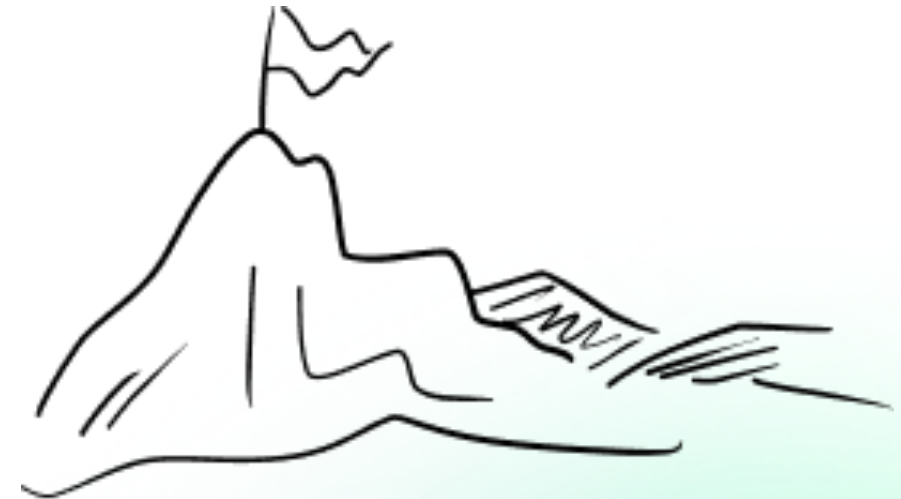
„Wir reden über den elektronischen Frachtbrief.“

Gute Zieldefinition:

„Wir möchten ermitteln, was der optimale Grades an regulatorischer Bestimmtheit der Verordnungsbestandteile ist.“

Checkliste

- Welche Entscheidung soll basierend auf den Ergebnissen getroffen werden?
- Welches spezifische Aspekte der Verordnung/des Konzepts stehen im Fokus?



Hypothesen: Testbare Vermutungen

Hypothesen sind das Herzstück der Vorbereitung. Du behauptest etwas, von dem du glaubst, dass es wahr ist, und nutzt die Fokusgruppe, um es zu bestätigen oder zu widerlegen.

Checkliste

Struktur

- Ist Deine Hypothese eine Aussage, keine Frage?** (Statt „Akzeptieren Nutzende die ... ?“ -> „Nutzende lehnen die ... ab, weil...“)
- Ist sie einfach formuliert?** Vermeide Schachtelsätze; eine Hypothese sollte nur *einen* Kernaspekt testen.

Validierbarkeit

- Ist sie falsifizierbar?** Kann die Fokusgruppe klar sagen: „Nein, das stimmt so nicht“?
- Fokussiert sie auf Verhalten oder Einstellung?** (Z. B. „Entwickler priorisieren Zeitersparnis vor Feature-Vollständigkeit“).
- Ist sie messbar?** Kannst du nach der Sitzung entscheiden, ob die Hypothese bestätigt, widerlegt oder modifiziert wurde?

Die Stichprobe

Die Auswahl der Teilnehmenden entscheidet über die Validität deiner Hypothesen.

Eine Fokusgruppe ist kein statistischer Querschnitt, sondern eine **gezielte Auswahl von fachlichen Perspektiven**.

Checkliste

- Homogenität vs. Heterogenität:** Sind die Teilnehmenden ähnlich genug, um eine gemeinsame Sprache zu finden (z.B. alles Logistiker), aber unterschiedlich genug für spannende Diskussionen (z.B. Fahrdienst vs. Spedition vs. Entwicklung)?
- Rekrutierungskriterien:** Passt das Profil exakt zu deinen Hypothesen (z.B. Entscheidungsträger für IT-Budgets vs. operative Nutzer)?
- Gruppengröße:** Hast du **5 bis 10 Personen**? (Weniger gefährdet die Dynamik, mehr macht die Moderation unkontrollierbar).
- No-Show-Rate:** Hast du 1–2 Personen zusätzlich eingeladen, um kurzfristige Absagen abzufangen?

Das Setting: Online

Das Umfeld schafft die Atmosphäre. Ob digital oder physisch. Das Setting muss einen sicheren Raum für ehrliches Feedback bieten.

Rollen im Team (2-3 Personen)

- **Moderation:** Durch den Ablauf führen
- **Beobachten:** Mitschreiben und Gruppendynamik beobachten
- **Chat-Moderation:** Chat im Blick haben und Links/Dokumente teilen
- **Technical Hosting:** Technik-Probleme der Teilnehmenden im Blick haben

Checkliste

- ❑ **Plattform-Check:** Ist das Tool (Teams, Zoom, Webex) für alle Teilnehmenden ohne Software-Installation zugänglich?
- ❑ **Interaktion:** Können Teilnehmende ohne Account mitschreiben (Gast-Link oder via Chat)?
- ❑ **Screen-Sharing:** Liegt alles bereit zum schnellen Wechsel?
- ❑ **Tool-Setup bei Bedarf:** Ist ein Board (Miro, Mural, Conceptboard) vorbereitet?
- ❑ **Kamera-Gebot:** Hast du in der Einladung freundlich um eine „Camera-On“-Policy gebeten?
- ❑ **Mute-Management:** Sind alle Mikrofone standardmäßig stumm, um Echo zu vermeiden, aber „offen“ genug für spontane Einwürfe?
- ❑ **Backchannel:** Habt ihr einen separaten Chat (WhatsApp/Slack) zum internen Problemlösen?
- ❑ **Energie-Management:** Werden Pausen gebraucht bzw. gibt es Zeit für spontane Auszeiten?

Das Testartefakt

Ein Test-Artefakt ist kein fertiges Ergebnis, sondern ein gezieltes **Werkzeug zur Erkenntnisgewinnung**. Es macht unser Konzept greifbar und kommunizierbar.

Statt die Teilnehmenden zu fragen, was sie sich *vorstellen* könnten, konfrontieren wir sie mit einer **bewussten Repräsentation einer möglichen Realität**.

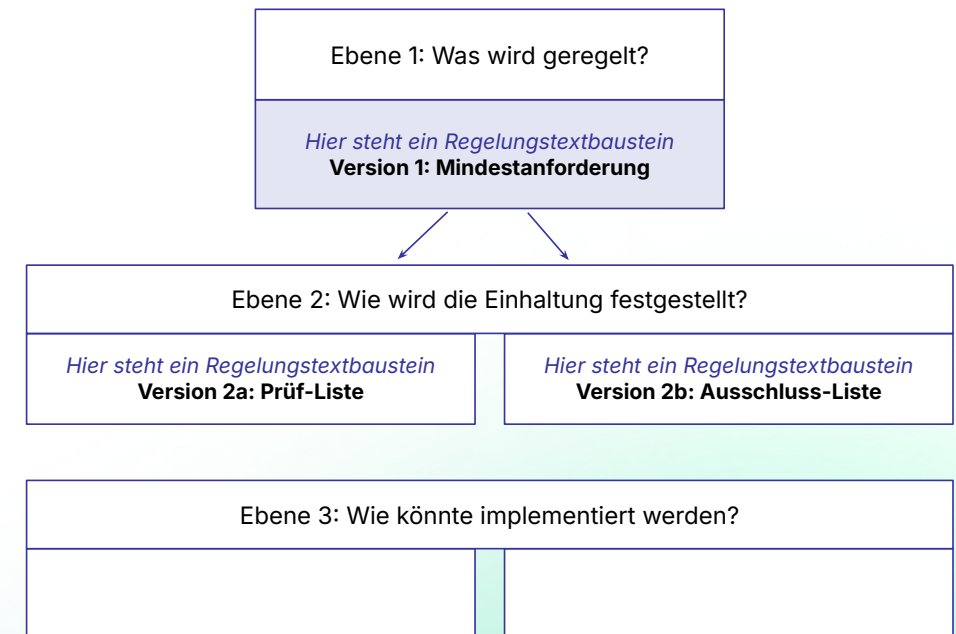
Praxisbezug:

In unserem Fall waren die Test-Artefakte Visualisierungen, welche schematisch 5 Text-Bausteine zu einem Regelungsaspekt (“Willenserklärung”) auf 3 Ebenen der Regelungstiefe darstellen. Es könnten auch ein Prozessschema, ein Entwurf der Vermutungsliste oder ein technisches Datenmodell sein.

Checkliste

- ❑ **Low-Fidelity:** Wirkt es zu „fertig“? (Teilnehmende trauen sich bei perfekten Ausarbeitungen seltener, fundamentale Kritik zu üben).
- ❑ **Fokus:** Testet das Artefakt wirklich nur *eine* Hypothese oder überfordert es durch zu viele Themen gleichzeitig?

Beispiel Testartefakt



Das kleine 1x1 der Fokusgruppe

Durchführung



- Der Prozess:
 - Ankommen und Priming
 - Das moderierte Gespräch
 - Abschluss

Der Rahmen: Ankommen, Priming und Abschluss

Bevor es inhaltlich tief geht, werden die Teilnehmenden mental abgeholt. Wir klären den **Rahmen** (Dauer, Ziel, Vertraulichkeit) und führen eine **Vorstellungsrunde** durch, die nicht nur den Namen, sondern den Bezug zum Thema (z. B. Logistik-Hintergrund) abfragt.

Je nach Zeitfenster hilft eine **Check-In-Frage** (zu Stimmung oder Erwartungen), um die Situation aufzulockern und einen Eindruck der aktuellen Befindlichkeiten zu bekommen.

Ebenso wichtig wie der Einstieg, ist der Abschluss der Runde, z. B. über eine **Check-Out-Frage** (“In einem Satz...”, “Wenn Sie eine einzige Sache benennen müssten...”, “Erklären Sie einer Kollegin mit eigenen Worten...”).

Warum ist das wichtig?

- **Psychologische Sicherheit:** Nur wer sich wohlfühlt, traut sich, auch kritische oder „unfertige“ Gedanken zu äußern.
- **Aktivierung (Priming):** Durch gezielte Einstiegsfragen rücken wir das Thema ins Bewusstsein und „löschen“ den Stress des vorherigen Arbeitstags.

Das moderierte Gespräch

Die Moderation führt durch das Gespräch anhand **vorstrukturierter Leitfragen**, bleibt aber flexibel. Statt Ja/Nein-Fragen werden offene Impulse gesetzt („Wie bewerten Sie...“, „Was wäre, wenn...“). Wichtig ist hier die **ausgleichende Steuerung der Gruppendynamik**: Dominante Gesprächsteilnehmende werden sanft gebremst, ruhige Teilnehmende gezielt angesprochen.

Warum ist das wichtig?

- **Interaktion statt Interview**: Der Mehrwert entsteht, wenn Teilnehmende sich gegenseitig ergänzen oder widersprechen.
- **Neutralität**: Die Rolle der Moderation besteht nicht darin ein Konzept zu verkaufen. Nur durch eine neutrale Haltung erfahren wir die echten Schmerzpunkte.

Checkliste

- ❑ **Allparteilichkeit**: Verhalte ich mich neutral?
- ❑ Aushalten von **Stille**: Gebe ich den Teilnehmenden Zeit zum Nachdenken (mind. 5–10 Sekunden), bevor ich die Frage noch einmal anders formuliere?

Gesprächsführung & Dynamik

- ❑ **Dominanz-Management**: Werden Vielredende sanft unterbrochen („Danke, Herr X – Frau Y, wie ist Ihre Perspektive dazu?“)?
- ❑ **Inklusion**: Wurden alle Teilnehmenden mindestens einmal aktiv einbezogen?
- ❑ Vermeidung von Konsens-Zwang: Habe ich explizit nach **Gegenmeinungen** gefragt („Gibt es jemanden, der das ganz anders sieht?“)?

Das moderierte Gespräch

Fragetechnik

- ❑ **Keine Suggestivfragen:** Frage ich offen („Wie bewerten Sie...?“) statt wertend („Finden Sie nicht auch, dass...?“)?
- ❑ **Konkretisierung:** Werden vage Aussagen („Das ist zu komplex“) durch **Beispiele** greifbar gemacht („An welcher Stelle im Prozess würde diese Komplexität Sie konkret behindern?“)?
- ❑ **Zusammenfassungen:** Spiegle ich zwischendurch das Gehörte zurück („Habe ich Sie richtig verstanden, dass ...“)?

Methodische Kniffe

- ❑ **Themen-Parkplatz:** Habe ich Punkte, die vom Ziel abweichen, auf einem „Parkplatz“ (Flipchart/Digitales Board) gesichert, um den Fokus zu halten?
- ❑ **Time-Boxing:** Liegen wir im Zeitplan für die verschiedenen Kapitel? (ggf. Timer stellen)
- ❑ **Abschluss:** Bevor du die Gruppe entlässt, stelle immer diese eine Frage: *„Gibt es etwas, das wir heute noch gar nicht besprochen haben, das Ihnen aber im Kontext der neuen Verordnung unter den Nägeln brennt?“*

Beispielfragen

Allgemeine Fragen

“Gehen Sie jetzt mal von sich selbst und Ihrer **Arbeitsrealität** aus: Welche der Formulierungen ist für Sie am praktikabelsten? Was sind Vorteile und Nachteile? Und **warum?**”

Steuernde Fragen zu Handlungsfähigkeit + Rechtssicherheit

1. “Auf Basis welcher Variante können Sie Anforderungen / Briefings für Ihre Entwicklungsteams schreiben?”
2. “Welche der Varianten reicht für die Bewertung der Rechtsabteilung bzw. vor Gericht?”

Steuernde Fragen zu Zukunftsoffenheit + Aufwand

1. “Angenommen, in zwei Jahren etabliert sich ein neuer Verschlüsselungsstandard oder eine effizientere Methode zur Authentifizierung. Wieviel Freiraum lässt diese Verordnung für neue Lösungen?”
2. “Wie befähigt sehen Sie kleine Startup oder Nischenanbieter, eine rechtssichere Lösung zu bauen? Wo sehen Sie beispielsweise Markteintrittsbarrieren?”

Das kleine 1x1 der Fokusgruppe

Nachbereitung



- Aufbereitung
- Mustererkennung
- Synthese

Aufbereitung der Mitschrift für die Inhaltsanalyse

Unmittelbar nach der Sitzung (oder am nächsten Tag) wird das Rohmaterial (Notizen, Aufnahmen) gesichtet.

Für die Auswertung der Fokusgruppen-Mitschrift erfolgt eine strukturierte qualitative **Inhaltsanalyse**. Ziel ist es, subjektive Expertenmeinungen in belastbare Gestaltungsempfehlungen zu überführen.

Ggf. können die Mitschriften dafür einmal **kopiert** werden, damit man sie bearbeiten und reduzieren kann (und die Originalmitschrift erhalten bleibt).

Methodische Kniffe

- ❑ **Fokussierung auf das Wesentliche:** Nicht alle Aussagen müssen ausgewertet werden – der Fokus sollte auf Bewertungen der Artefakte und der Identifikation von „Pain Points“ liegen. Irrelevantes kann für die Auswertung ausgelassen werden.
- ❑ **Anonymisierung:** Die Zuordnung der Aussagen sollte nicht zu Personen erfolgen, ggf. zu den Rollen (z. B. „Teilnehmer Tech“, „Teilnehmer Legal“), um die Perspektivenvielfalt zu wahren.

Strukturierung und Mustererkennung

Wir strukturieren und kodieren die Aussagen, indem wir sie nach Mustern verschiedenen **Kategorien** (Clustern) zuordnen.

In der Analyse kann die **Mustererkennung** unter folgenden Fragestellungen erleichtert werden:

- ❑ Welche Themen wurden besonders häufig oder besonders emotional diskutiert? (**Frequenz & Intensität**)
- ❑ Wo herrschte Einigkeit über alle hinweg? Wo gab es unauflösbare Zielkonflikte? Gab es auffällige „Ausreißer“? (**Konsens-Check**)

Methodische Kniffe

- ❑ **Deduktiv / induktiv Kategorien finden:** Die Namen der Kategorien (bzw. Cluster) können sich aus den Hauptthemen bzw. Fragen der Untersuchung ableiten ODER auch neu im Gespräch entstanden sein.
- ❑ **Identifikation von „Anker-Zitaten“:** Eine Auswahl von guten Zitaten für die Kategorien hilft, Probleme oder Lösungen prägnant auf den Punkt zu bringen (auch Paraphrasen sind möglich).

Synthese: Von Beobachtungen zu Erkenntnissen

Im letzten Schritt der Nachbereitung findet die Synthese der Erkenntnisse statt. Was hilft bei der **Ergebniszusammenfassung** ist die Überprüfung bzw. Interpretation, ob bzw. wie die zentralen **Forschungsfragen** und **Hypothesen** beantwortet werden konnten.

Im Anschluss werden diese **Erkenntnisse** in konkrete Handlungsempfehlungen übersetzt (z. B. „Textbaustein X muss technologisch offener formuliert werden“). Statt „Teilnehmer X sagte...“ sind wir nun bei **Insights** wie „Die Teilnehmenden forderten mehrheitlich...“ angekommen – Die Synthese verwandelt vage Gesprächseindrücke in klare Empfehlungen für das Projekt.

Methodische Kniffe

- ❑ **Objektivierung:** Wir trennen Einzelmeinungen von allgemeingültigen Trends (Gruppenkonsens).
- ❑ **Blinde Flecken klar benennen:** Oft schafft man in einer Untersuchung nicht alle Themen und Perspektiven abschließend zu erörtern – dies ist transparent zu machen (z. B. wenn nicht alle Meinungen zu einem Punkt gleichermaßen berücksichtigt werden konnten).

Beispiele für die Erkenntnis-Zusammenfassung

Praxisbezug

Beweiskraft ggü. Kontrollinstanz

Erkenntnisse	Paraphrasen
Die Logistiker:innen befinden sich in der Situation, dass gerade bei elektronischen Lösungen sehr dogmatisch kontrolliert wird.	<i>"Ich möchte gegenüber Kontrollinstanzen sagen 'Das ist die Regelung!'"</i>
Es geht den Betroffenen nicht nur um ein "akzeptiertes Format vor Gericht", sondern vor allem um Klarheit gegenüber Kontrollinstanzen .	

Nächste Schritte:

Die **Praxis der Kontrollinstanz** ist nicht Teil der näheren Betrachtung gewesen und könnte eine weitere Zielgruppe weiterer Tests sein.

Denkbar sind **anschließende Fachgespräche** mit Vertreter:innen von Bundesamt für Logistik und Mobilität

Ziel: öffentlich-rechtliche Dimension und Hintergrund der kritischen Kontrolle aus der Perspektive der Kontrollinstanz verstehen und (Welche Zweckentfremdung findet durch das BALM statt? Wie können wir Anschlussfähigkeit der Verordnung erhöhen?)

Kategorie

Zusammengefasste
Erkenntnisse

Zitate

Handlungsempfehlungen



Bundesministerium
für Digitales und
Staatsmodernisierung



Vielen Dank!

DigitalService

digitalservice.bund.de
Prinzessinnenstraße 8-14
10969 Berlin

Zentrum
für Logistik

ZfL Team beim DigitalService
zfl@digitalservice.bund.de

#WirMachen
www.bmds.bund.de