

Das Konsumententagebuch als Erhebungsinstrument – eine Reflektion über Potentiale und Grenzen

Wittwer, A.¹, [Kröger, M.](#)¹, Pape, J.¹

Keywords: Tagebuchmethode, Kundenstudie, unverpackt

Abstract: Especially in sustainability research, singular, retrospective consumer surveys often face the same problem: Claimed sustainable consumption habits and real consumption habits differ because people tend to overestimate the share of organic or sustainable products they buy. To examine real consumption habits and routines, other research methods are needed. One example is the diary method, which asks survey participants to protocol their daily life instead of just talking about it. This method has been used for a study on customers of zero-waste-stores in Germany. The article discusses potentials and advantages of the method – for example large, fact-based datasets generated by few participants – as well as challenges and boundaries – such as the effort necessary to gain reliable data.

Einleitung und Zielsetzung

Angesichts der zunehmenden Plastikproblematik entwickelt sich der Verzicht auf Plastikprodukte und Verpackungen im Alltag zu einem Nachhaltigkeitstrend. Zunehmend reagieren sowohl spezialisierte „unverpackt-Läden“ als auch klassische Bio-Läden auf diesen Trend und bieten Produkte zur eigenen Abfüllung an. Aktuelle Befragungen zeigen, dass diese Art des Einkaufens auf große Zustimmung in der Bevölkerung stößt (PwC 2018). In solchen Erhebungen neigen Personen allerdings dazu, eigene Einkaufsgewohnheiten positiver wiederzugeben, als sie in der Realität sind. Diese Art der Befragung erfasst darum oftmals eher allgemeine Zustimmungen, nicht tatsächliche Konsumpraktiken (Steinemann et. al 2015). Um das Alltagshandeln von Kunden zu untersuchen, müssen daher andere Forschungsmethoden genutzt werden. Im Rahmen des BÖLN-Projekts „Der verpackungsfreie Supermarkt“ wurde die Tagebuchmethode angewendet. Der Beitrag stellt das Vorgehen vor und erörtert Potenziale und Grenzen der Methode.

Grundsätzliches zur Tagebuchmethode

Tagebücher werden bisher vor allem in der Psychologie sowie in der Zeit- und Gesundheitsforschung genutzt, aber auch im Bereich der Konsumforschung gibt es Beispiele für ihre Anwendung (etwa GfK Panel) (Smith et. al 2003, Niessen & Hamm 2006). Tagebücher haben klare Vorteile gegenüber klassischen, einmaligen Befragungen: Teilnehmer müssen keine Zeitperioden oder Häufigkeiten schätzen und nicht retrospektiv Bewertungen wiedergeben, sondern erfassen durch regelmäßiges Protokollieren zuverlässige Angaben. So werden auch

¹ Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Schicklerstraße 5, 16225, Eberswalde, Deutschland, melanie.kroeger@hnee.de, www.hnee.de

außergewöhnliche Ereignisse oder Unterbrechungen von gewohnten Mustern sichtbar. Deshalb ist die Methode besonders dann gut geeignet, wenn routinierte Abläufe differenziert erfasst werden sollen.

Aus der Literatur (u.a. Bolger et al. 2003; Smith et al. 2003) zum Einsatz der Methode in wissenschaftlichen Studien lassen sich Hinweise entnehmen, die für die hier vorgestellte Studie berücksichtigt wurden: Die Dauer einer Erhebung kann zwischen wenigen Tagen und mehreren Monaten variieren. Je nach Erhebungszeitraum besteht eine Herausforderung darin, das sorgfältige und kontinuierliche Ausfüllen der Tagebücher zu gewährleisten. Incentives und regelmäßige Erinnerungen während der Erhebung können hier unterstützen. Das Ausfüllen der Tagebücher selbst kann entweder mit Stift und Papier oder elektronisch (per App oder mit webbasierten Tools) erfolgen. In jedem Fall ist eine umfassende Erläuterung der Erhebungsinstrumente für die Teilnehmer notwendig, da Rückfragen im Moment des Tagebuchschreibens nicht möglich sind. Fehlende oder unbrauchbare Tagebucheinträge erschweren bzw. verhindern die Auswertung und Vergleichbarkeit. Auch Verzerrungen durch Reaktanz – also Verhaltensänderungen, die erst durch die Studie selbst ausgelöst werden – sowie eine zu routinierte Beantwortung des Fragebogens können durch gute Instruktion und Fragebogengestaltung vorgebeugt werden.

Die Tagebuchmethode als Instrument zur Erforschung des unverpackten Einkaufens

Unter Berücksichtigung dieser Vorüberlegungen wurde im Rahmen des o.g. Forschungsprojekts eine Kundenstudie durchgeführt. In dieser Studie erfassten 48 Teilnehmer über einen Zeitraum von drei Wochen alle Lebensmitteleinkäufe mit Hilfe teilstandardisierter Tagebuchblätter („event-contingent study“, Bolger et al. 2003). Die Daten wurden mit Hilfe der Software SPSS ausgewertet. Für die Protokollierung wurde ein zweistufiges Verfahren genutzt.

Tabelle: Methodisches Vorgehen für die Kundenstudie

(1) Einmalig auszufüllender Erhebungsbogen (Vorab-Befragung)	In zwei unverpackt-Läden wurden Fragebögen ausgelegt, in denen Kunden Angaben zu soziodemographischen Daten, der Einkaufshäufigkeit in verschiedenen Einkaufsstätten sowie zu ihrer Teilnahmebereitschaft an der Tagebuchstudie machten.
(2) Einmalig auszufüllender Fragebogen für jede Einkaufsstätte	Es wurden u.a. quantitative und qualitative Daten zur Zufriedenheit mit dem Angebot und zu Gründen für die Wahl der Einkaufsstätte erhoben..
(3) Regelmäßig auszufüllender Erhebungsbogen	Für jeden durchgeführten Lebensmitteleinkauf wurde ein Fragebogen ausgefüllt (inkl. Kassenbon). So wurden die gekauften Produkte, ihre Preise und z.B. Informationen zur Planung des Einkaufs und zur Nutzung von Behältern erhoben.

Aus denjenigen Personen, die sich für eine Teilnahme an der weitergehenden Tagebuchstudie bereit erklärten (1) wurden in soziodemographischer Hinsicht

möglichst heterogene Teilnehmer ausgewählt. Ihnen wurden die für den weiteren Studienverlauf notwendigen Fragebögen (2) und (3) in ausgedruckter Form zugesandt und der Ablauf und die Nutzung der Tagebuchblätter in telefonischen Einzelgesprächen („Briefings“ von je 20 bis 30 Minuten Dauer) erläutert. Das sorgfältige und kontinuierliche Ausfüllen der Bögen wurde durch die Zahlung eines Incentives in Höhe von 50€ und der Teilnahme an einer Verlosung sowie die regelmäßige Kontaktierung der Teilnehmer während der Erhebung sichergestellt. Es wurde außerdem darauf geachtet, dass das Ausfüllen jeweils nicht mehr als 10 Minuten in Anspruch nahm und sich der Aufwand für die Teilnehmer in Grenzen hielt (siehe auch Bolger et al. 2003; Smith et al 2003).

Ergebnisse

Der Rücklauf der Bögen war hoch: Mit wenigen Ausnahmen wurden alle Bögen vollständig und bis zum Ende des Erhebungszeitraums ausgefüllt und zurückgesendet. Im Ergebnis konnte so von den nur 48 Teilnehmern ein großer Datensatz – 575 Einkäufen, 4.452 gekaufte Produkte im Wert von 11.234 € – erstellt werden. Im Ergebnis konnten erstmals und exemplarisch reale, also nicht durch Erinnerungslücken verzerrte, konkrete und sehr differenzierte Einkaufsmuster und -gewohnheiten abgebildet und so unterschiedliche Typen von unverpackt-Kunden (Kröger et al. 2018) identifiziert werden, die weder mit einer klassischen Kundenbefragung, noch mit qualitativen Interviews hätten erfasst werden können. Die Stärke der Studie liegt in der Kombination quantitativer und qualitativer Daten, die über einen längeren Zeitraum hinweg von einer gleichbleibenden Gruppe heterogener Kunden erfasst wurden.

Für die Erhebung der Einkaufsroutinen von unverpackt-Kund*innen erwies sich die Tagebuchmethode somit als gut geeignet. Gleichwohl wurden Herausforderungen und Grenzen der Methode deutlich. Die Erhebung war deutlich aufwändiger als klassische Befragungen oder Interviews. Für einen hohen Rücklauf und verwertbare Daten war ein großer Aufwand – individuelle Instruktion der Teilnehmer, regelmäßige Erinnerungen, Bereitstellung von Incentives – notwendig, was die Kapazitäten vieler praxisnaher Forschungsprojekte möglicherweise übersteigt. Bei weniger engagierten Teilnehmern sind geringere Rückläufe und höhere Ausfallquoten zu erwarten. Die Datenerfassung über Pen&Paper war zwar für die Teilnehmer einfach und barrierearm, erforderte aber im Nachgang einen hohen Ressourcenaufwand, da alle Daten – auch alle Produkte auf den Kassensbons – digitalisiert werden mussten. Negative Effekte, die mit der Methode verbunden werden – Reaktanz und soziale Erwünschtheit (Bolger et al. 2003) – können auch in dieser Studie nicht ausgeschlossen werden. Es wurde versucht, diese durch sehr sorgfältige Instruktion über Ziel und Zweck der Studie und die Notwendigkeit „wahrheitsgemäßer“ Auskunft zu minimieren. Darüber hinaus wurden hinsichtlich der Art und des Detailgrads der erfassten Daten Grenzen deutlich: Auch, wenn Routinen zuverlässiger erfasst werden als bei einmaligen Befragungen, sind bestimmte Details, die aus sozialwissenschaftlicher Perspektive relevant sind –

beispielsweise der genaue Ablauf eines Einkaufs oder die jeweilige Motivation dahinter – nur sehr bedingt über standardisierte Tagebücher zu erheben. Zudem kann immer nur ein Ausschnitt – hier der Zeitraum von drei Wochen – abgebildet werden. Um diese Lücken zu schließen, wurden die Ergebnisse im weiteren Verlauf zusätzlich durch qualitative Interviews ergänzt. Dieser Methodenmix erlaubt umfassenden Einblick in die Einkaufsgewohnheiten von Kunden.

Zusammenfassung

Die Erforschung nachhaltiger Konsumpraktiken stellt eine Herausforderung dar. Retrospektive Befragungen bilden häufig nur allgemeine Zustimmungen oder die soziale Erwünschtheit von Themen ab, sind aber wenig aussagekräftig hinsichtlich des tatsächlichen Alltagshandelns der Befragten. Durch die Tagebuchmethode, bei der bestimmte Routinen über einen längeren Zeitraum hinweg protokolliert werden, können Daten auch zu komplexen Alltagsvorgängen erfasst werden. Durch das gewählte Vorgehen in der hier vorgestellten Studie konnte so beispielsweise ermittelt werden, wie häufig tatsächlich in welcher Einkaufsstätte eingekauft wird, wie hoch die jeweiligen Bons sind und wie sich die Warenkörbe zusammensetzen. Wie die Studie zeigt, bietet die Methode damit viel Potenzial für die Nachhaltigkeits- und Konsumentenforschung. Die genannten Vorteile überwiegen die vorhandenen Nachteile bei Weitem: Sie ist in der Konzeption, Durchführung und Auswertung zwar aufwändiger als klassische Befragungen und setzt ausreichend zeitliche und finanzielle Ressourcen voraus, ihre Ergebnisse sind aber deutlich gehaltvoller.

Danksagung

Wir danken den Teilnehmern der Tagebuchstudie, dem BÖLN sowie unseren Praxispartnern.

Literatur

- Bolger, N. et al. (2003) Diary Methods: Capturing Life as it is Lived. In: Annual Review of Psychology, Vol. 54, 579-616.
- Kröger, M. et. al (2018): Unverpackt Einkaufen: Mit neuen Routinen aus der Nische? In: Ökologisch Wirtschaften, 4.2018, 46-50 (im Druck).
- Niessen, J. & Hamm, U. (2006) Verknüpfung von Daten des tatsächlichen Kaufverhaltens mit Befragungsergebnissen über das bekundete Käuferverhalten und Einstellungen von Verbrauchern. Universität Kassel
- PwC (2018): Verpackungen im Fokus. Die Rolle von Circular Economy auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit.
- Smith, A. et. al (2003): Retail loyalty schemes: results from a consumer diary study. In: Journal of Retailing and Consumer Services, 10/2, 109-119.
- Steinemann, M. et. al (2015) Marktbeobachtung Nachhaltiger Konsum: Entwicklung eines Instrumentes zur Langzeit-Erfassung von Marktanteilen, Trends und Treibern nachhaltigen Konsums. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt 02/2015.