

## Feltnoter

Feltnoter indeholder dit umiddelbare indtryk og refleksioner fra besøget hos en informant. Det er vigtigt, at du får skrevet disse indtryk ned umiddelbart efter besøget, mens du har dem frisk i hukommelsen.

Feltnoterne skal balanceres mellem at være tilpasset den enkelte interviewers subjektive oplevelse af det enkelte interview, men også til en vis grad være sammenlignelig med de andre feltnoter fra andre interview.

Derfor skrives feltnoterne som (løst) følgende denne skabelon:

**Baggrund:** Navn, alder, beskæftigelse etc.

- Hanne, 35 år, konsulent, bor 150 m fra Superbrugsen, Nørrebro, bor alene, er meget ude at rejse, vil have indkøbet hurtigt overstået

### 3-5 mest interessante og relevante temaer i en kort oversigtsliste

- Bekvemmelighed (høj pris for varer, men god oplevelse at handle ind).
- En vare er ikke kun et fysisk produkt, men også en oplevelse.
- Til dels uplanlagt indkøb (husker, hvad hun har i køleskabet).
- Tilbudsvarer fungerer som vejledning.

### En dybere beskrivelse af temaerne. Brug mange citater – sæt dem altid i "citations-tegn"

- Bekvemmelighed – nemmest at handle i Superbrugsen, betaler bevidst en høj pris for sine varer for at undgå skrigende børn, lang afstand til dagligvaremarkedet og evt. kø i Netto - men det er god oplevelse at handle ind. "Den omkostning det ville være rent tidsmæssigt at tage rundt til alle mulige supermarkeder, den er bare vigtigere for mig end det, jeg eventuelt måtte spare på noget mad" "Det skal bare gå hurtigt.."
- En vare er ikke kun et fysisk produkt, men også en oplevelse: forestilling om at varerne også er af bedre kvalitet i Superbrugsen end i Aldi fx kan supermarkeder forbedre kundernes oplevelse af at handle ind og herigennem erhverve kunder?
- Planlægger ikke sine indkøb på forhånd via huskeseddel, men har alligevel styr på sine indkøb, og hvad hun har i køleskabet (hun falder ikke for fristelser): "Jeg har pålæg, ost, brød, yoghurt og musli, og jeg har mælk til kaffen, jeg har grøntsager, og jeg har ris, det jeg mangler er kød"
- Tilbudsvarer (fx, vin der er 100 kroner billigere end normalt) kan fungere som vejledning for, at kunden køber varen "Jamen, hvis man kan spare 100 kroner på en flaske vin, der normalt koster 200 kroner, så tænker jeg, at det må være en god vin.. Og så vælger jeg ofte at købe den".