

# Inhaltsverzeichnis

## Teil A: Qualitative Marktforschung - Einführung und Überblick

<i>Eva Balzer, Gabriele Naderer</i> Standortbestimmung einer Branche im Umbruch .....	3
<i>Brigitte Holzhauser, Gabriele Naderer</i> Das Image der qualitativen Marktforschung .....	13
<i>Gabriele Naderer</i> Standortbestimmung aus theoretischer Perspektive .....	25
<i>Eva Balzer</i> Standortbestimmung aus historischer Perspektive .....	41

## Teil B: Wissenschaftliche Disziplinen und theoretische Grundlagen

<i>Gert Gutjahr</i> Psychodynamik: Wirkung unbewusster Prozesse .....	69
<i>Jens Lönneker</i> Morphologie: Die Wirkung von Qualitäten – Gestalten im Wandel .....	83
<i>Marina Klusendick</i> Kognitionspsychologie: Einblicke in mentale Prozesse .....	111
<i>Thomas Kühn, Kay-Volker Koschel</i> Soziologie: Forschen im gesellschaftlichen Kontext .....	127
<i>Petra Mathews, Edeltraud Kaltenbach</i> Ethnographie: Auf den Spuren des täglichen Verhaltens .....	147
<i>Claudia Puchta, Olaf Rüsing</i> Linguistik: Über das „Wie“ im Diskurs .....	163
<i>Christine Woesler de Panafieu</i> Semiologie: Die Bedeutung der Zeichen erkennen .....	177

## Teil C: Forschungsprozess und Methodenkonzepte

<i>Gerhard Kleining</i> Der qualitative Forschungsprozess .....	197
<i>Margrit Schreier</i> Qualitative Stichprobenkonzepte .....	241
<i>Günter Mey, Katja Mruck</i> Qualitative Interviews .....	257
<i>Renate Blank</i> Gruppendiskussionsverfahren .....	289
<i>Karsten Müller, Julia David, Tammo Straatmann</i> Qualitative Beobachtungsverfahren .....	313
<i>Rolf Kirchmair</i> Indirekte psychologische Methoden .....	345
<i>Gert Gutjahr, Gabriele Naderer</i> Implizite Methoden .....	367
<i>Timo Gnams, Bernad Batinic</i> Qualitative Online-Forschung .....	385
<i>Gabriele Naderer</i> Auswertung & Analyse qualitativer Daten .....	405

## Teil D: Anwendungsfelder

<i>Helmut Schlicksupp, Natacha Dagneaud, Christine Garnier-Coester</i> Innovationsforschung: Produktinnovation durch Kreativität .....	437
<i>Dieter Pflaum</i> Kommunalforschung: Ein noch unentdecktes Forschungsfeld .....	459

*Franz Liebel*  
Motivforschung: Eine kognitionspsychologische Perspektive ..... 473

*Henry Kreikenbom, Maxi Stapelfeld*  
Politikforschung: Steigende Nachfrage in Zeiten gesellschaftlichen Wandels ..... 491

*Gábor M. Hahn*  
Usability-Forschung: Nutzerfreundlichkeit – eine methodische Herausforderung ... 505

*Jörg Maas*  
Werbewirkungsforschung: Diagnose komplexer Wirkungszusammenhänge ..... 519

*Maryse Mappes, Manfred Zerzer*  
Zielgruppe Kinder: Verstehen der kindlichen Wahrnehmungs-  
und Denkstrukturen ..... 537

*Stephan Polomski*  
Zielgruppe Mitarbeiter: Unternehmenserfolg durch Motivation ..... 553

*Pero Mičić*  
Zukunftsmanagement: Mythos und Wirklichkeit ..... 575

## **Teil E: Branchenspezifische Anforderungen**

*Uta Spiegel*  
Die Automobilbranche: Mit dem Kunden im Fokus Produktinnovationen  
entwickeln ..... 591

*Werner Kaiser*  
Fast Moving Consumer Goods: Zwischen Artefakt und Consumer Insight ..... 605

*Florian Bauer, Verena Kanther*  
Die Dienstleistungsbranche: Nicht greifbare Prozesse verstehen ..... 617

*Jutta Rietschel*  
Der Handel: Kundenforschung und Shopper Insights ..... 631

*Anja Schweitzer, Michael Siewert*  
Der Pharmamarkt: Forschen in Extremen ..... 645

## **Teil F: Internationale qualitative Marktforschung**

*Richard Gehling*  
Theoretische Forschungsperspektive: global vs. lokal ..... 657

*Alexandra Miller*  
Praktische Durchführung: zentral vs. dezentral ..... 669

**Stichwortverzeichnis** ..... 685

**Personenregister** ..... 689