



Fortbildungsseminar

Qualitative Forschung für politische Institutionen und Verbände - Mit Gruppendiskussionen Zielgruppen besser verstehen und Kommunikationshürden überwinden.

In der Meinungsforschung wird zwischen quantitativer und qualitativer Forschung unterschieden. Im Gegensatz zur häufig eingesetzten Repräsentativerhebung ist die qualitative Meinungsforschung vielen unbekannt. Dabei sind Gruppendiskussionen durch den Argumentationsaustausch zwischen den Teilnehmern – der über „einfache“ Ja-/Nein-Antwortkategorien hinausgeht – besonders gut geeignet, um den Meinungsbildungsprozess möglichst realitätsgetreu abzubilden.

Gruppendiskussionen sind eine der wichtigsten Methoden, um Meinungen und Einschätzungen einer Zielgruppe zu einem Thema zu erhalten und die Reaktion dieser Gruppe auf neue Kommunikationsvorschläge zu prüfen. Gruppendiskussionsergebnisse bieten unverzichtbare inhaltliche Hilfestellungen, um die eigene Kommunikation zielgruppengerecht ausrichten zu können.

Inhalte

Vortrag 1: „Praktische Grundlagen“ – Gruppendiskussionen als Forschungsinstrument

- Einführung in die quantitative und qualitative Forschung
- Anwendungsgebiete, z.B. Konzeption von Kampagnen (Wahlkämpfe, Gesetzesvorhaben) oder Wahrnehmung von Mitgliedsorganisationen

Vortrag 2: „Gruppendiskussionen anwenden“ – Ablauf eines typischen Gruppendiskussionsprojektes

- Festlegung der Zielgruppen, Entwicklung des Gesprächsleitfadens
- Auswertung und Interpretation
- Praxistipps zur Umsetzung

Workshop: „Planung eines Gruppendiskussionsprojektes“ – von der Forschungsfrage zum Diskussionsleitfaden

Optional: Diskussion bestehender Materialien | Erfahrungsaustausch

Ihr Nutzen

In diesem Seminar erhalten Sie die notwendigen Grundlagen, damit Sie bei Ihren Projekten über den Einsatz und Mehrwert von Gruppendiskussionen entscheiden können.

Teilnehmerkreis

Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Meinungsforschung, politische Planung sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Berater von Public Affairs Agenturen

Seminarleiter

Alexander Mauß, Marktforscher BVM. Inhaber von Mauss Research und langjähriger Projektleiter bei renommierten Instituten im In- und Ausland (Cooper & Secrest Associates, TNS Infratest Sozialforschung).

Seminardauer

Ein Tag (09:00-17:00 Uhr)

Variante 1: Organisationsintern

Bis zu 8 Teilnehmer
Durchführung in Berlin
Komplettpreis € 1.190,--
(zzgl. MwSt.)
Termine nach Vereinbarung

Variante 2: Allgemein

4 - 8 Teilnehmer
Durchführung in Berlin
Teilnahmegebühr: 300 € /
Person (zzgl. MwSt.)
Termine:
- Freitag, 08.06.2012
- Freitag, 02.11.2012

Mauss Research
Forschung und Beratung
Brunnenstraße 3
10119 Berlin

Fon: +49 30 6920 4016 0
Fax: +49 30 6920 4016 9
www.mauss-research.de
info@mauss-research.de

Alexander Mauß
USt-IdNr.: DE257538877
GLS Bank Bochum
Konto-Nr.: 4014510801
Bankleitzahl: 430 609 67