



MEINUNGSAbend

10.09.2009
Alexander Mauß

Gliederung



1. **zur Person**
2. Rolle von Meinungsforschung
3. Qualitative Meinungsforschung (z.B. Gruppendiskussionen)

Alexander Mauß, Mauss Research



- Gründer Mauss Research, seit Januar 2008
Schwerpunkt Qualitative Forschung
- Projektleiter Politikforschung bei TNS Infratest
September 2001 bis Dezember 2007:
- Betreuung eines Projektes zur Wählermobilisierung für die SPD
bei der baden-württembergischen Landtagswahl 2001
- Analyst Cooper & Secrest – politisches
Meinungsforschungsinstitut, Alexandria, VA (2000)
- Project Director Laszlo & Associates – Betreuung ausländischer
Wahlkämpfe, Washington, DC (1999)

3

Gliederung



1. zur Person
2. **Rolle von Meinungsforschung**
3. Qualitative Meinungsforschung (z.B.
Gruppendiskussionen)

4

Rolle von Meinungsforschung



Hilfsmittel, um beschränkte Ressourcen so effizient und effektiv wie möglich einzusetzen

- Informationsgewinnung über Meinungen und Einstellungen der Bevölkerung / ausgewählter Zielgruppen
- Erkennen eigener Stärken und Schwächen
- Identifikation und besseres Verständnis von einzelnen Zielgruppen
- Überprüfung und Optimierung der eigenen Kommunikation
- Testen von Werbematerialien
- Generierung von Aufmerksamkeit

6

Gliederung



1. zur Person
2. Rolle von Meinungsforschung
3. **Qualitative Meinungsforschung (z.B. Gruppendiskussionen)**

7

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Grundlagen

- Diskussionsrunden mit 6 bis 9 Teilnehmern.
- Die Diskussionsteilnehmer werden nach bestimmten Quotenvorgaben, z.B. Alter, Geschlecht und inhaltlichen Kriterien rekrutiert.
- Es gibt keinen standardisierten Fragebogen sondern lediglich einen Leitfaden, in dem die einzelnen Themenblöcke aufgeführt sind.
- Die Gespräche dauern 1 ½ bis 2 Stunden und werden auf Tonband und Video aufgezeichnet.
- Im Gegensatz zu quantitativen Studien sind bei der qualitativen Forschung die Ergebnisse nicht repräsentativ für eine größere Grundgesamtheit.

8

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Vorteile

- Gewinnung differenzierter Einblicke in die unterschiedlicher Sichtweisen zu einem Thema.
- Motive und Meinungen der Teilnehmer werden erkennbar.
- Argumentationslinien verschiedener Akteure können angestoßen und diskutiert werden.
- Qualitative Studien werden oft im Vorfeld von repräsentativen Erhebungen eingesetzt, um die Erkenntnisse in die Fragebogengestaltung einfließen zu lassen.

9

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Durchführung / Herangehensweise



Konzeption

- Erkenntnisinteresse
- Zielgruppe



Vorbereitung

- Erstellung Leitfaden
- Rekrutierung



Durchführung

- Moderation
- Auswertung

10

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Konzeption

- Was will ich herausfinden?
- Sollen Materialien überprüft werden?
- Welche Personengruppen sollen eingeladen werden?
- In welchen Städten sollen die Gruppendiskussionen durchgeführt werden?

11

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Erstellung des Leitfadens

- Vorstellungsrunde (sehr wichtig als vertrauensbildende Maßnahme für die Teilnehmer, die sich nicht untereinander kennen)
- Möglichst breiter Einstieg in das Thema. Leute sollen auch etwas zu sagen haben (ansonsten Gefahr, dass manche Teilnehmer nicht mitdiskutieren)
- ggf. Materialien von den Teilnehmern bewerten lassen (erst schriftlich, dann Diskussion)
- ggf. Empfehlung der Teilnehmer an den Auftraggeber

12

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Auswertung

- Die Diskussion wird auf Tonband bzw. Video aufgenommen; diese Aufnahmen werden transkribiert (Volltranskription)
- Eine tabellarische Auswertung nicht sinnvoll, da es keine standardisierten Antwortvorgaben gibt
- In einem Präsentationsbericht werden Zitate der Teilnehmer aufgenommen, um den Kunden ein möglichst authentisches Bild zu liefern.
- Es besteht die Gefahr, sich zu stark von Eindrücken aus einer einzigen Gruppendiskussion leiten zu lassen (möglichst mehrere Gruppen durchführen)

13

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Durchführung



14

Qualitative Forschung - Gruppendiskussionen



Anwendungsmöglichkeiten

- Qualitative Forschung wird häufig zur Vorbereitung einer Repräsentativerhebung durchgeführt (Gewinnung wichtiger Informationen für den Fragebogen)
- Qualitative Forschung liefert aber auch - losgelöst von einer Repräsentativerhebung - wichtige Erkenntnisse; speziell wenn das Verständnis komplexer Sachverhalte im Vordergrund steht (warum)
- Mit qualitativer Forschung kann die Wirkung von Kommunikation (-skonzepten) bereits im Vorfeld der eigentlichen Kampagne überprüft werden. Sie hilft, Stärken und Schwächen der jeweiligen Argumentationslinien aufzuzeigen.
- Gruppendiskussionen können (eingeschränkt) zum Test von Werbematerialien eingesetzt werden.

16



Fragen / Kommentare

Alexander Mauß

Mauss Research
- Forschung und Beratung -
Brunnenstraße 3
10119 Berlin

fon: +49 30 69204016-0

fax: +49 30 69204016-9

amauss@mauss-research.de