

Deutschsprachige Literaturliste von Büchern, die qualitative Marktforscher interessieren könnten

*(ohne Artikel in Zeitschriften oder online (z.B. FQS), nur deutschsprachig)
(fett geschriebene Titel erscheinen AKQua besonders wichtig)*

Ayaß, Ruth / Bergmann, Jörg (2006):

Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek.

Buber, Renate / Holzmüller, Hartmut (Hrsg.) (2007):

Qualitative Marktforschung. Theorie, Methode, Analyse. Wiesbaden.

Brüsemeister, Thomas (2000):

Qualitative Forschung. Ein Überblick. Wiesbaden.

Bubik, Roland (1996):

Geschichte der Marketing-Theorie. Historische Einführung in die Marketing-Lehre. Frankfurt/Main.

Bergler, Georg (1959):

Die Entwicklung der Verbrauchsforschung in Deutschland und die Gesellschaft für Konsumforschung bis zum Jahre 1945. Kallmünz.

Dammer, Ingo / Szymkowiak, Frank (1998):

Die Gruppendiskussion in der Marktforschung. Opladen, Wiesbaden.

Dichter, Ernest (1961):

Strategie im Reich der Wünsche. Düsseldorf.

Dichter, Ernest (1981):

Das große Buch der Kaufmotive. Düsseldorf.

Engels, Friedrich (1845/1970):

Die Lage der arbeitenden Klasse in England. In: Marx, Karl / Engels, Friedrich: Werke. Band 2. Berlin. S. 225–506.

Fantapié Altobelli, Claudia (2007):

Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Stuttgart.

Flick, Uwe / von Kardorff, Ernst / Keupp, Heiner / von Rosenstiel, Lutz / Wolff, Stephan (Hrsg.) (1991):

Handbuch Qualitativer Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. München.

Flick, Uwe (1995):

Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reinbek bei Hamburg.

Flick, Uwe (2002):

Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. 2. Auflage. Reinbek bei Hamburg.

Flick, Uwe / von Kardoff, Ernst / Steinke, Ines (2005):

Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 4. Auflage. Reinbek bei Hamburg.

Franke, Dieter / Scharioth, Joachim (Hrsg.) (1990):
40 Jahre Markt- und Sozialforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Standortbestimmung. München.

Felser, Georg (2001):
Werbe- und Konsumentenpsychologie. Stuttgart.

Foscht, Thomas / Swoboda, Bernhard (2004):
Käuferverhalten: Grundlagen-Perspektiven-Anwendungen. Wiesbaden.

Garz, Detlef / Kraimer, Klaus (1991):
Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen. Opladen.

Grünwald, Stephan (2006):
Deutschland auf der Couch. Frankfurt/Main.

Gläser, Jochen / Laudel, Grit (2004):
Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden.

Gutjahr, Gert (1985):
Psychologie des Interviews. Heidelberg.

Helfferich, Cornelia (2005):
Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. 2. Auflage. Wiesbaden.

Hellmann, Kai-Uwe (2003):
Soziologie der Marke. Frankfurt/Main.

Hellmann, Kai-Uwe / Pichler, Rüdiger (Hrsg.) (2005):
Ausweitung der Markenzone. Interdisziplinäre Zugänge zur Erforschung des Markenwesens. Wiesbaden.

Hellmann, Kai-Uwe / Schrage, Dominik (Hrsg.) (2005):
Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping. Wiesbaden.

Herrmann, Andreas / Homburg, Christian (2000) (Hrsg.):
Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. Wiesbaden.

Hopf, Christel / Weingarten, Elmar (Hrsg.):
Qualitative Sozialforschung. Stuttgart

Heinze, Thomas (1995):
Qualitative Sozialforschung. 3., überarb. Auflage. Opladen.

Institut zur Förderung öffentlicher Angelegenheiten:
Empirische Sozialforschung: Meinungs- und Marktforschung. Methoden und Probleme.
Frankfurt/Main.

Jahoda, Marie / Lazarsfeld, Paul F. / Zeisel, Hans (1933/1994):
Die Arbeitslosen von Marienthal. 11. Auflage. Frankfurt/Main.

Jüttemann, Gerd (Hrsg.):
Qualitative Forschung in der Psychologie. Weinheim

Kapferer, Clodwig (1994):
Zur Geschichte der deutschen Marktforschung. Hamburg.

Kepper, Gabriela (1994):
Qualitative Marktforschung: Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien.
Wiesbaden.

Kepper, Gabriela (1996):
Qualitative Marktforschung: Methoden, Einsatzmöglichkeiten und Beurteilungskriterien.
2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden.

Ketelsen-Sontag, Hannelore (1988):
Empirische Sozialforschung im Marketing. Theorie und Praxis in der Marktforschung. Spardorf.

Kleining, Gerhard (1994):
Qualitativ-heuristische Sozialforschung. Schriften zu Theorie und Praxis. Hamburg.

Kleining, Gerhard (1995):
Lehrbuch entdeckende Sozialforschung. Band 1: Von der Hermeneutik zur qualitativen
Heuristik. Weinheim.

Kühn, Thomas (2005):
Grundströmungen und Entwicklungslinien qualitativer Forschung. Planung & Analyse
Wissen. Frankfurt/Main.

Kuckartz, Udo (2005):
Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten. Wiesbaden.

Lamnek, Siegfried (2005):
Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Basel.

Lamnek, Siegfried (1998):
Gruppendiskussion. Theorie und Praxis. Weinheim.

Loos, Peter / Schäffer, Burkhard (2001):
Das Gruppendiskussionsverfahren. Qualitative Sozialforschung. Band 5. Opladen.

Mayring, Philipp (2002):
Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken.
5. Auflage. Weinheim, Basel.

Melchers, Christoph / Ziems, Dirk (2001):
Morphologische Marktpsychologie. Köln.

Münsterberg, Hugo (1912/1977):
Psychologie und Wirtschaftsleben. Ein Beitrag zur angewandten Experimental-Psychologie.
Leipzig.

Malinowski, Bronislaw (1929/1999):
Argonauten des westlichen Pazifiks. 2. Auflage. Frankfurt/Main.

Mikos, Lothar / Wegener, Claudia (2005) (Hrsg.):
Qualitative Medienforschung. Konstanz.

**Naderer, Gabriele / Balzer, Eva (Hrsg.) (2007):
Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen, Methoden und
Anwendungen. Wiesbaden.**

Pollock, Friedrich (1955):
Gruppenexperiment. Frankfurt/Main.

Packard, Vance (1957):
Die geheimen Verführer. Düsseldorf.

Reinhardt, Dirk (1993):
Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland. Berlin.

von Rosenstiel, Lutz / Neumann, Peter (1982):
Einführung in die Markt- und Werbepsychologie. Darmstadt.

**Rogers, Carl (2005):
Die klientenzentrierte Gesprächspsychotherapie. Frankfurt/Main.**

Raab, Gerhard / Unger, Fritz (2005):
Marktpsychologie. Wiesbaden.

**Salcher, Ernst F. (1995):
Psychologische Marktforschung. 2. Auflage. Berlin, New York.**

Sahner, Heinz (2002):
Fünfzig Jahre nach Weinheim. Empirische Markt- und Sozialforschung gestern, heute, morgen.
Wissenschaftliche Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V.
(ASI) vom 25.–26. Oktober 2001 in Weinheim. Baden-Baden.

**Schub von Bossiazky, Gerhard (1992):
Psychologische Marketingforschung. München.**

Stephan, Erhard (1961):
Methoden der Motivforschung. Befragung und projektive Verfahren. München.

Spöhring, Walter (1989):
Qualitative Sozialforschung. Stuttgart.

Walter, Rolf (Hrsg.):
Geschichte des Konsums. Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und
Wirtschaftsgeschichte, 23.–26. April 2003 in Greifswald. Vierteljahrschrift für Sozial- und
Wirtschaftsgeschichte (VSWG). Beihefte. Band 175. Stuttgart

Westerheide, Jens (2003):
Die Internationalisierung der Institutsmarktforschung. Motive, Determinanten, Entwicklungsmuster
und Entscheidungstatbestände aus der Perspektive eines internationalen strategischen Marketing.
Bremen (Dissertation).

Witzel, Andreas (1982):
Verfahren der qualitativen Sozialforschung. Frankfurt/Main.

Wolff, Stephan / Puchta, Claudia (2007):
Realitäten zur Ansicht – Gruppendiskussionen als Orte der Datenproduktion. Stuttgart.