



**Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.**

Arbeitskreis Qualitative Marktforschung

- Qualitative Marktforschung ist ein kraftvolles, aber zugleich feinfühliges Instrument, mit dessen Hilfe Erleben, Fühlen und Handeln von Menschen erforscht und analysiert werden können. Qualitative Forschungsmethoden schaffen Erkenntnisgewinne, die für wirtschaftliche, soziale und psychologische Fragestellungen unabdingbar sind.
- Im Bereich der Marktforschung ist die qualitative Marktforschung ein boomender Zweig; als solcher ist er jedoch noch wenig organisiert und daher wenig transparent.



Hintergrund

- Hier setzt der neu gegründete „BVM-Arbeitskreis Qualitative Marktforschung“ an. Seine Hauptaufgabe ist es, die Interessen all derer, die beruflich mit qualitativer Marktforschung verbunden sind, zu formulieren, zu bündeln und zu vertreten, seien es betriebliche Marktforscher, Forschungsinstitute, Studios, Freiberufler oder Akademiker.
- Dieses Engagement dient dem Ziel, die Weiterentwicklung der Branche insgesamt voranzutreiben.

- **Der Arbeitskreis möchte zum Dreh- und Angelpunkt des Geschehens in der Branche werden, zum Referenzpunkt für qualitative Marktforschung (sowohl inhaltlich als evtl. auch organisatorisch). Er verfolgt folgende Ziele:**

- **Standortbestimmung betreiben**
 - für das Selbstverständnis der qualitativen Forscher
 - um die Außendarstellung zu stärken. Prägen des Images der qualitativen Marktforschung und Signale an den Markt senden.

- **Aufbau einer systematischen Kommunikations- und Diskussionskultur**
 - Kontinuierliche kritische Diskussion über Theorie, Methoden und deren Anwendungen
 - Erhöhung der Transparenz nach innen und außen
 - Networking unter Kollegen

- **Schaffung, Weiterentwicklung und Sicherung professioneller Standards**
 - Entwicklung von Qualitätsstandards und Richtlinien
 - Berufsbild



Ziele

- **Förderung der Aus- und Weiterbildung**
 - Konzipieren und Ausrichten von Konferenzen, Fachtagungen und Seminaren zum Thema (Zusammenarbeit mit dem BVM-Gremium Aus- und Weiterbildung).

- **Zusammenarbeit mit den nationalen und internationalen qualitativen Marktforschungsverbänden**



Perspektiven 2006

Der Arbeitskreis setzt sich für 2006 zwei Haupt-Ziele

- **Innere Konsolidierung**
- **Bekanntmachung nach außen**



Handbuch / Net 2006

Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten der Einträge

| | 2006 | 2005 |
|------------------------------|------|------|
| Firmeneinträge gesamt | 536 | 521 |
| mit Firmenlogos | 283 | 266 |
| ohne Firmenlogos | 253 | 255 |
| Anzeigen | 14 | 10 |

Übersicht über die verschiedenen Möglichkeiten der Einträge

| | 2006 | 2005 |
|----------------------------------|------|------|
| Volleintrag | 187 | 161 |
| davon mit Logo | 97 | 65 |
| Erweiterter Grundeintrag | 28 | 25 |
| URL Verlinkung | 126 | 114 |
| Kostenfreier Grundeintrag | 318 | 336 |

Übersicht über die Einträge verschiedener Dienstleister

| | 2006 |
|--------------------|------|
| Forschungsinstitut | 298 |
| Feldorganisation | 60 |
| Berater | 33 |
| Studios | 121 |
| andere | 24 |