

Handbuch der Marktforschung

Herausgegeben vom
VMÖ • Verband der Marktforscher Österreichs

Redaktion:
Lieselotte Stalzer, Christian Führer, Nora Seils

2. Auflage

Wien 2007

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

facultas.wuv

INHALTSVERZEICHNIS

1. Vorwort.....	5
2. Historisches zur Marktforschung.....	7
Jo Adelbrecht: Der „Dritte Mann“ als „Interrogator“ - 50 Jahre Feldforschung in Österreich.....	7
Rudolf Bretschneider: Entwicklung der quantitativen Forschung.....	13
Christian Führer: Ernest Dichter-Zum 100. Geburtstag des Vaters der Motivforschung.....	18
Roland Girtler: Das Abenteuer der Feldforschung teilnehmende Beobachtung und „ero-episches Gespräch“.....	24
Wolfgang Rüdiger: Von Pionieren und Gärtnern 30 Jahre Finanzmarktforschung in Österreich.....	30
3. Fachbeiträge zur Markt- und Meinungsforschung.....	33
Helmut Almhofer: Mystery Shopping - "just in time" Information mit den Augen des Kunden.....	33
Bertram Barth: Der „emotionale Konsument“: Brauchen wir eine ganz andere Marktforschung?..	39
Bernad Batinic: Marketing Intelligence - eine Chance für die klassische Marktforschung.....	44
Claus Braunecker: Alles Marktforschung. Das multifunktionale Rollenbild vieler Marktforscher.....	48
Beatrix Brauner: f.. iDie Rolle der qualitativen Marktforschung im Innovationsprozess - Trends und Entwicklungen.....	55
Roland Burkart: j £ Ein Methodenmix zur Evaluation von Public Relations.....	61
fc Gert Feistritzer, Angelika Kofier: !"^Marktforschung versus Sozialforschung?.....	69

Klaus Fessel: Die Werbebeobachtung in Österreich.....	74
Gereon Friederes, Wolfgang Rejzlik: Markenführung.....	79
Felicitas Girisch: Informationsbrokering - mehr als nur Clippings!.....	88
Thorsten Grimmer: Promotionen auf dem Prüfstand - Der Promotion Planner.....	93
Susanne Hackl-Grümm: Farbaura und ColorCode. Ihre Macht über den Menschen und ihre Entschlüsselung!.....	99
Peter Hajek: Politik und Meinungsforschung: Zahlenlieferant oder Berater?.....	104
Andrea Grimm, Sophie Karmasin, Siegrun Klug: Markt- und Konsumentenforschung im frühen Innovationsprozess der „INNOVATIONSPRAXIS" -eine Kooperation von Karmasin Motivforschung & dem FH Campus Wieselburg.....	108
Corinna Häsele, Vasiliki Karagiannidis: Messen sind ein Marketing-Klassiker mit Tradition UND Zukunft!.....	114
Roswitha Hasslinger: Testimonials in der Werbung.....	121
Jörg Otto Hedwig, Harald Markut: * Qualitätssicherung bei Online-Panels.....	127
Werner Hemsing: Online-Erhebungen im Wandel.....	133
Felix Josef: Kundenzufriedenheit und Betriebsergebnis.....;	138
Martin Kratky: Wo bitte geht es hier zur Dialoggruppe? Warum moderne Public Relations auf Marktforschung nicht verzichten sollte.....	142
Andreas Kreutzer: Die Grenzen der Marktforschung.....	149
Emanuel Maxi: Mobile Market Research - Marktforschung mit dem Handy.....^?.....	153

Katja Meier-Pesti, Elvira Petsch: „Hat mein Unternehmen Kultur?“ Unternehmens-kultur als Thema der Organisationsforschung.....	162
Andreas Nachbagauer: Mitarbeiterbefragungen.....	168
Ronald Newerkla: Methodische Kreativität statt naiver Befragung.....	176
Almut Pflüger: „Marktforschung Spezial“: Rechtsforschung in der Praxis.....	181
Harald Pitters: Eurobarometer: Ein Beispiel international komparativer Meinungsforschung.....	187
Tobias Schediwy: Verbraucherpanels: Den Konsumenten im Focus.....	194
Günter Schweiger, Wolfgang Mayerhofer: Beitrag der Marktforschung für das Marketing.....	200
Ursula Seethaler: Corporate Websites aus rezeptionsanalytischer Sicht: Ein qualitativer Untersuchungsansatz.....	206
Holger Sicking: Preisforschung.....	211
Udo Wagner, Heribert Reisinger: Einsatzmöglichkeiten für statistische Methoden in der Marktforschung.....	217
Werner Weißmann: Online-Gruppendiskussionen - qualitative Forschung im virtuellen Raum.....	228
4. Fachbeiträge zur Medienforschung.....	233
Hannes Dünser: Österreichische Webanalyse.....	233
Christof Gilly: Österreichische Auflagenkontrolle.....	238
Petra Roschitz: Die Media-Analyse - Kontinuität und Entwicklung.....	242
Alke Sulimma, Hedwig Zehetner: Teletest: Fernsehreichweiten-Erhebung in Österreich.....	248

Petra Golja, Sigrid Svitek, Doris Ragette: Radioforschung in Österreich.....	254
5. Marktforschung Insights.....	271
Lieselotte Stalzer: Kann man Marktforschung lernen?.....	271
Sabine Hopf: InsideVMO.....	277
Erich Wiegand: Die Norm ISO 20252'„Markt-, Meinungs- und Sozialforschung - Begriffe und Dienstleistungsanforderungen": Forschungsqualität und Selbstregulierung.....	280
Bertram Barth, Andrea Mislik: Qualität in der MAFO.....	284
6. Sponsoren.....	289
7. Institutsprofile Österreichischer Marktforschungsinstitute.,	293
8. Lexikon der Marktfoschung.....	307