

Bericht von der 1. IG-Quali-Weiterbildungssession in Vitznau am 10./11. September 2010



Susan Shaw
Marktforschung Tamedia AG,
Zürich

Mit der Zusage des vsms-Vorstandes, eine Interessengemeinschaft für qualitative Marktforschung zu unterstützen, wurde im Sommer 2008 die IG Quali Marktforschung Schweiz ins Leben gerufen. Mit den Zielen vor Augen, eine Plattform für den fachlichen Austausch unter Berufskollegen und -kolleginnen zu bilden und damit die Bekanntmachung und Akzeptanz des Branchenzweiges qualitative Marktforschung auch in der Schweiz zu fördern, startete diese unabhängige Interessengemeinschaft.

In der IG Quali Marktforschung Schweiz sind kleine und mittelgrosse Institute ebenso vertreten wie die grossen Schweizer Marktforschungsinstitute. Aber auch Betriebsmarktforscher, freie Mitarbeiter, Forschungseinrichtungen und andere an diesem Branchenzweig in der Schweiz interessierte Personen und Betriebe aus verschiedenen Regionen sind mit von der Partie.

Dreimal jährlich treffen sich die Mitglieder der IG Quali Marktforschung Schweiz in den Räumlichkeiten der beteiligten Institute. Diese offiziellen Treffen finden jeweils zu einem spezifischen Leitgedanken statt (z. B. Auftritt der IG Quali Marktforschung Schweiz oder Qualitätsstandards der qualitativen Marktforschung). Ausserdem stellen die verschiedenen Arbeitsgruppen ihre Projekte und Ideen vor, die sie in der Zwi-

schenzeit erarbeitet hatten. Zurzeit sind folgende Arbeitsgruppen aktiv:

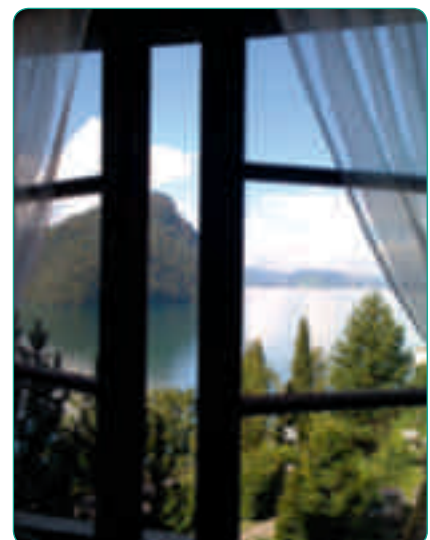
- AG Kommunikation
- AG Methoden
- AG Networking
- AG Tag der Marktforschung
- AG Aus- und Weiterbildung

Die AG Aus- und Weiterbildung will die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für qualitative Marktforscher in der Schweiz verbessern. Nachdem es anfänglich vorwiegend um eine Bedürfnisabklärung ging, hat diese Arbeitsgruppe im Herbst 2010 ein Konzept zur gegenseitigen Weiterbildung umgesetzt: die IG-Quali-Weiterbildungssession. Im Hotel Flora Alpina, im idyllisch gelegenen Vitznau, fanden die Quali-Forscher und -Forscherinnen den angemessenen Rahmen für eineinhalb Tage Gedankenaus-

tausch, Lernen, Experimentieren, Fragen, Zweifeln, Diskutieren und vorzügliches Essen. So viel vorneweg, der Anlass war ein voller Erfolg.

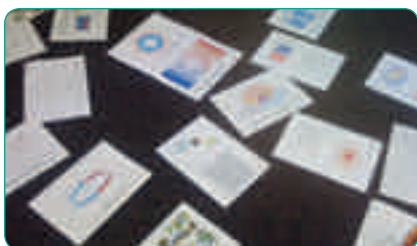
Gegenseitige Weiterbildung ist der Fokus dieser Weiterbildungssessions. Von allen Teilnehmenden wurde erwartet, dass sie sich zu einem spezifischen Thema vorbereiten, sei es durch Aufbereitung von Praxiserfahrung oder von theoretischen Hintergründen. Dieses Wissen wurde dann in der Weiterbildungssession weitergegeben. So kam man in den Genuss von zwei Tagen praxisnaher Weiterbildung zu Selbstkosten, mit intensiven Diskussionen und Erfahrungsaustausch unter Fachpersonen.

Das eineinhalbtägige Programm war breit gefächert und der Zeitplan straff, letzt-



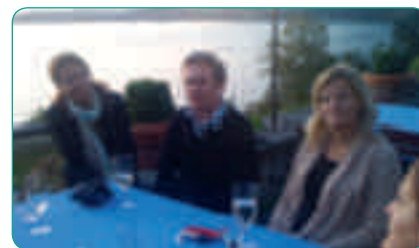
endlich mussten aus Zeitgründen zwei Themenblöcke aufgeschoben werden. Folgende Themen wurden präsentiert, diskutiert und auch trainiert:

- Nadja Mueller Schmid eröffnete die Weiterbildungssession mit dem Thema «Alternative Vorstellungsrunden» (dies im lauschigen Kräutergärtchen an der warmen Herbstsonne). Dieser sehr detaillierte Aspekt liess uns zwei Stunden diskutieren. Nachdem wir uns selbst mithilfe einer gängigen Methode, der «EmotionCards», näher vorgestellt hatten, zeigte uns Nadja Mueller Schmid weitere Methoden, um Teilnehmer und Teilnehmerinnen einer Gruppendiskussion aufzuwärmen, um sie auf das Thema einzustimmen und ein Gruppengefühl herzustellen.
- Danach brachte uns Michael Kummle verschiedene «Projektive Techniken» näher, wobei sich eine Diskussion um die Definition und Abgrenzung von «projektiv» entfachte. Das Positive an der Session war unter anderem, dass solche Diskussionen nicht aus Zeitgründen abgeklemt werden mussten, sondern ihren vollen Lauf nehmen konnten.
- Kurz vor dem Abendessen berichtete Milena Russ von ihren Erfahrungen mit «Moderation und Auswertung eines Onlineforums». Wegen der relativ geringen



Erfahrungen mit dieser Methode unter den Anwesenden war dieser Beitrag insbesondere nützlich, um Möglichkeiten, Fallstricke sowie Grenzen dieser Methode kennenzulernen.

- Den Samstagvormittag begann Birgit Nagengast mit dem vielversprechenden Thema «Psychodramatische Methoden». Auch bei diesem Beitrag stand das Lernen im Vordergrund, da niemand Erfahrungen mit dieser Methode hatte. Birgit Nagengast versetzte uns denn auch gleich in einen kurzen «Psychodramatischen Workshop» über Hotelzufriedenheit, in dem wir insbesondere das Rollenspiel am eigenen Leib erfahren konnten.
- Beim anschliessenden Beitrag von Andrea Mock über «Visuelle Aufbereitung von Quali-Ergebnissen» wurden wieder heftig Erfahrungen ausgetauscht. Die auf Bitte von Andrea Mock mitgebrachten Beispiele von Visualisierungen wurden kommentiert, gelobt und auch kritisiert. Hier zeigte sich vor allem die grosse Herausforderung der Quali-Forschung, sich auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kunden einzulassen und das richtige Mass an grafischen Elementen zu finden.
- Im Experiment von Matthias Vonwil und Susan Shaw, das am Samstagnachmittag stattgefunden hatte, wur-



den die Effekte von verschiedenen Moderationsmethoden ermittelt und diskutiert, indem diese live ausprobiert wurden (z. B. Auswirkungen des Verdeckens bzw. Offenlegens der Marke bei einer Befragung).

Qualitative Forschung kann man sich nicht nur aus dem Lehrbuch aneignen, qualitative Forschung muss erfahren werden. Die erste Weiterbildungssession hat genau dieses Ziel erreicht: Alle Teilnehmer und Teilnehmerinnen nahmen neue Erkenntnisse in ihren Arbeitsalltag mit. Daher war dieser erste Anlass für die Mitglieder der IG Quali eine Bereicherung und hat das Bedürfnis nach Erfahrungsaustausch abgedeckt und den Wunsch nach einer Weiterführung der IG-Quali-Weiterbildungssessions geweckt. Die Vorbereitungen sind im Gange: Im Herbst 2011 treffen sich Quali-Forscher und -Forscherinnen wieder zur gegenseitigen Weiterbildung in Vitznau.

Dies ist ein praktisches Beispiel aus der AG Aus- und Weiterbildung, das zeigt, wie die Mitglieder der IG Quali Marktforschung Schweiz gemeinsam weiterkommen. Haben wir Sie neugierig gemacht? Über neue Mitglieder freuen wir uns. Anmeldung unter www.xing.com/group-23532.711ab5



Fotos: Matthias Vonwil, GfK Switzerland AG, und Birgit Nagengast, bluesearch GmbH