
INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort.....	3
Abbildungsverzeichnis.....	9
1 Einleitung	11
2 Theoretische Ansätze und Richtungen der qualitativen Forschung	13
3 Forschungslogischer Ablauf qualitativer empirischer Untersuchungen	17
4 Methodologische Regeln der qualitativen Forschung	21
5 Gütekriterien und Forschungsethik in der qualitativen Forschung	29
5.1 Gütekriterien im Kontext der klassischen Qualitätssicherung	30
5.2 Gütekriterien im Kontext der qualitativen Forschung	38
5.3 Forschungsethik in der qualitativen Forschung	42
6 Techniken der qualitativen Sozialforschung	47
6.1 Erzählanalytische Verfahren.....	47
6.1.1 Arten und Formen offener Interviews	48
6.1.2 Allgemeine Planungspunkte bei qualitativen Interviews.....	52
6.1.3 Durchführung von narrativen Interviews.....	54
6.1.4 Durchführung von Leitfadeninterview mit Experten.....	57
6.1.4.1 Experten	57
6.1.4.2 Formen von Experteninterviews	59
6.1.4.3 Planung und Vorbereitung von Experteninterviews	60
6.1.4.4 Interviewführung	65
6.1.5 Gruppendiskussion	69
6.1.6 Aufbereitung, Auswertung und Analyse qualitativer Daten	73
6.1.6.1 Datenaufbereitung - Transkription	74
6.1.6.2 Auswertung und Analyse	81
6.1.6.3 Interpretativ-reduktive Verfahren	82
6.1.6.4 Interpretativ-explikative Verfahren	92

6.1.7	Computerunterstützte Datenanalyse	93
6.1.8	Vor- und Nachteile der offenen Gesprächstechnik und der Umgang mit Problemfällen.....	93
6.2	Beobachtungsverfahren	98
6.2.1	Formen von Beobachtungen.....	98
6.2.2	Elemente einer Beobachtung.....	100
6.2.3	Die Beobachtung als soziale Situation.....	101
6.2.4	Unstrukturierte teilnehmende Beobachtung.....	102
6.2.4.1	Vorbereitung und Datenerhebung	102
6.2.4.2	Datenauswertung	107
7	Techniken der qualitativen Marktforschung	109
7.1	Qualitatives Interview	112
7.2	Focus Groups	114
7.2.1	T-Groups.....	116
7.2.2	War Games.....	118
7.2.3	Online Focus Groups	120
7.2.4	Bulletin Board Diskussion	121
7.3	Techniken der Kreativgruppe	122
7.3.1	Assoziationsfragen, Satzergänzung, Geschichten abschließen, Bildergänzung.....	124
7.3.2	Zeichnung	126
7.3.3	Collagen.....	127
7.3.4	Aufstellungen von Markenwelten	128
7.4	Shadowing - teilnehmende Beobachtung.....	130
8	Der Forschungsbericht in der „offenen“ Feldforschung	135
9	Beurteilungskriterien zur Bewertung qualitativer Forschungsarbeiten	137
9.1	Bewertungskriterien	137
9.2	Checkliste	141
10	Qualitative vs. Quantitative Forschung	155
10.1	Charakteristische Merkmale in einer Gegenüberstellung.....	155
10.2	Kritik an der Methode der qualitativen Forschung.....	162
10.3	Was qualitative Forschung nicht ist.....	163

10.4	Konsequenzen einer Diskussion „qualitative vs. quantitative Forschungsmethode“	166
10.5	Triangulation - Mixed Methods	172
10.5.1	Triangulation	172
10.5.1.1	Methoden-Triangulation	173
10.5.1.2	Daten-Triangulation	174
10.5.2	Mixed Methods	175
10.5.3	Beispiele für Triangulationen und Verfahren in der Marktforschung	175
10.5.3.1	Beispielhafte Studien	176
10.5.3.2	Ethnography	177
10.5.3.3	Positano*	178
10.5.3.4	Guided Tours	181
10.5.3.5	Genius	181
11	Literaturverzeichnis	183