

## Marktforschung 2.0: FGM stärkt Instrumente qualitativer Marktforschung

06.08.2010, 15:08 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *FGM Forschungsgruppe Medien GmbH*

Presseagentur: *VOCARIS GbR*

---



Sandra Schütze, Senior Research Consultant bei der FGM

Die FGM Forschungsgruppe Medien GmbH stärkt ihr Produktportfolio im Bereich der qualitativen Marktforschung. Zum Einen stehen in den Geschäftsräumen der Leipziger Marktforscher nun eigene Räumlichkeiten für Gruppendiskussionen zur Verfügung. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich Onlineforschung. Die FGM reagiert damit auf die veränderte Mediennutzung der Konsumenten und auf neue Anforderungen ihrer Kunden.

Leipzig, 05.08.2010. Als erstes Marktforschungsunternehmen in Mitteldeutschland bietet die FGM Forschungsgruppe Medien GmbH Online-Diskussionen in Blogs und Foren an. Je nach Kundenbedürfnis können Befragte nun punktgenau nach ihrem Wohnort ausgewählt und beispielsweise unkompliziert auch Menschen im ländlichen Raum befragt werden. „Selbst beruflich stark eingebundene Fach- und Führungskräfte sind über die qualitative Onlineforschung leichter als über andere Methoden zu erreichen“, beschreibt Senior Research Consultant Sandra Schütze ihre guten Erfahrungen mit den Instrumenten Forum und Blog. Eine weitere Stärke liegt in der alltagsnahen Dokumentation des Kunden- bzw. Nutzungsverhaltens. Einsatzgebiete können beispielsweise Produkt- und Konzepttests sein oder die Nutzung als Co-Creation-Plattform.

Raum für kreative, umfassende Antworten: Möglichkeiten von Online-Diskussionen

Die Komplexität und Dynamik des Web 2.0 gibt Marktforschern interessante neue Möglichkeiten. Sandra Schütze: „Die Anonymität des Netzes sorgt für mehr Offenheit gerade bei sehr persönlichen Themen. Etwaige soziale Berührungängste und individuelle Hemmschwellen unter den Studienteilnehmern sind dadurch weniger spürbar.“ Vor allem auch für Mehrthemenbefragungen eignen sich Foren und Blogs hervorragend: Während klassische face-to-face Gruppendiskussionen nur ca. 2 Stunden dauern, können online über einen langen Zeitraum von rund 2 bis 4 Wochen auch sehr breite Themenspektren diskutiert werden. Die Befragten haben mehr Zeit zum Nachdenken und Reflektieren und nehmen anderen Teilnehmern dabei keine „Redezeit“ weg.

Auf Tuchfühlung mit der Zielgruppe: Live-Gruppendiskussionen bei der FGM

Für Gruppendiskussionen stellt die FGM ab sofort einen eigenen Raum zur Verfügung. Die Gespräche leitet ein speziell ausgebildeter und psychologisch geschulter Moderator. Mit Hilfe moderner HD Videoübertragungs- und -aufzeichnungstechnik verfolgen Kunden das Geschehen in einem blick- und schalldichten Nebenraum oder per Videosignal von jedem beliebigen Ort aus. Vorteil: Spontane Reaktionen der Beobachter werden von den Diskussionsteilnehmern nicht wahrgenommen und können damit das Geschehen nicht beeinflussen. FGM-Projektleiterin Sandra Schütze: „Gruppendiskussionen machen nach unseren Erfahrungen Sinn, wenn Ursachen für ein bestimmtes Verhalten, eine bestimmte Entwicklung aufgedeckt werden sollen, bei denen spezielle Zielgruppen im Mittelpunkt stehen. Durch die Synergieeffekte und gegenseitigen Impulse in der Gruppe kann ein Meinungsspektrum generiert werden, welches umfassende Antworten auf die Frage nach dem Warum liefert.“

## **Portrait**

Die FGM Forschungsgruppe Medien GmbH ist ein Full-Service-Marktforschungsunternehmen mit Sitz in Leipzig, das für namhafte Kunden aus verschiedenen Branchen Produkte und Dienstleistungen anbietet, wenn es um die Maximierung unternehmerischen Erfolgs geht. Das Unternehmen ist besonders spezialisiert auf kontinuierliche Werbeträgerforschung im Bereich Hörfunk, Print und Online.

Drei spezialisierte Arbeitsbereiche verschmelzen bei der Betreuung eines Marktforschungsprojekts zu einer effektiven Einheit.

Die Mitarbeiter der Abteilung Research entwickeln individuelle Strategien und Konzepte, die es ermöglichen, immer einen Schritt voraus zu sein. Der Bereich Data-Support steuert Studien von der Fragebogenprogrammierung über die Stichprobenziehung und Feldkoordination bis hin zur Datenaufbereitung. Die Feldeinheit Data-Collection garantiert eine gleichbleibend hohe Qualität der erhobenen Daten.

Die FGM Forschungsgruppe Medien GmbH beschäftigt ein Team aus kompetenten, wissenschaftlich ausgebildeten, spezialisierten Mitarbeitern und nutzt neueste Technik.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/454760/Marktforschung-2-0-FGM-staerkt-Instrumente-qualitativer-Marktforschung.html>