



Qualitative Online-Marktforschung: Jetzt erst recht!



Kathrin Schaarschmidt
Senior Research Manager



Katrin Frankenbach
Senior Research Manager



Face-2-Face-Forschung ist ein wichtiger Teil der qualitativen Forschung



Aufgrund der Corona Pandemie nicht / nur schwer möglich

**Was heißt das für die
qualitative
Marktforschung?**

**Welche Möglichkeiten
gibt es?**

**Kann man dennoch
qualitativ forschen?**

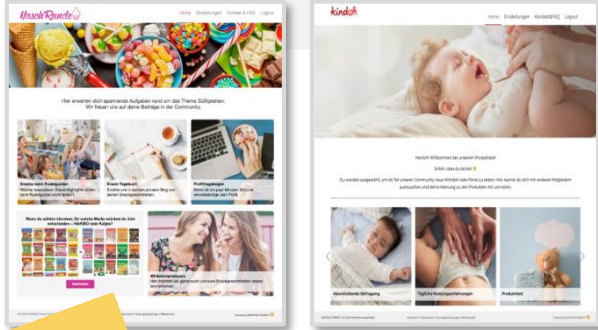


**Lohnt es sich, sich mit
alternativen Methoden zu
beschäftigen?**

- ▶ **Methoden & Möglichkeiten**
- ▶ **Tools**
- ▶ **Erfahrungen**
- ▶ **Ausblick**

▶ **Methoden & Möglichkeiten**

Online-Communities



Diskussionsforen

Tagebücher

Picture-
/Video-
Upload

Mobile
Ethno-
graphie

Blogs /
Storytelling

Surveys mit
qualitativem
Fokus

Out-of-home
tasks

Qualitative ad hoc Projekte



Remote-
Einzel-
interviews

Remote-
Fokus-
gruppen

▶ **Tools**

Community Plattform



erika
by SKOPOS CONNECT

- ✓ SKOPOS-eigene Plattform
- ✓ Aktivitätenplanung, Teilnehmermanagement & Reporting
- ✓ Teilnehmerindividuelle Einladung zu Aktivitäten
- ✓ Reporting Zugang für Auftraggeber

Remote Interview Software



Microsoft Teams

- ✓ Einfache Bedienung für Teilnehmer
- ✓ Sicher & datenschutzkonform
- ✓ Kamera, Screen-Sharing, Remote-Zugriff auf Moderator Bildschirm
- ✓ Möglichkeit für stilles Beobachten
- ✓ Aufzeichnungsmöglichkeit

Digitales Whiteboard



Miro

- ✓ Bietet Struktur im Interview
- ✓ Unterstützt Auswertungsprozess
- ✓ Möglichkeit zur Nutzung von Templates

Bei Bedarf
nutzen wir auch
andere
Plattformen &
Lösungen

▶ **Erfahrungen**

Remote Einzelinterviews & Fokusgruppen



- Teilnehmer kommen gut mit der Technik zurecht
- Auftraggeber können dabei sein
- Hohe Gesprächsqualität
- 4-6 Teilnehmer sind ideal

Pop-up-Communities



- Hohes Involvement der Teilnehmer
- Auftraggeber haben Live-Access
- Iteratives Forschen

▶ **Ausblick**

Online Qual wird eine größere Rolle spielen. Und das ist OK 😊.

Online Qual hat eigene Vorteile:

- Erreichbarkeit regional gestreuter Zielgruppen
- Erreichbarkeit von Personen, die nicht ins Teststudio kommen können
- Kosteneffizient: keine Studiokosten, keine Reisekosten
- Teilnehmer im eigenen Umfeld
- Lockerungen können wieder rückgängig gemacht werden, das Wetter kann verrücktspielen etc.

Ergo: Online sollte immer eine Alternative sein!



Was glauben Sie: Wie geht es mit qualitativer (Online-)Forschung weiter?

Zu welchem qualitativen Thema würden Sie gerne ein **weiteres Webinar** hören?

Weitere Fragen?





Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!



Kathrin Schaarschmidt
Senior Research Manager

+49 (0)2233-9988-502

kathrin.schaarschmidt@skopos.de

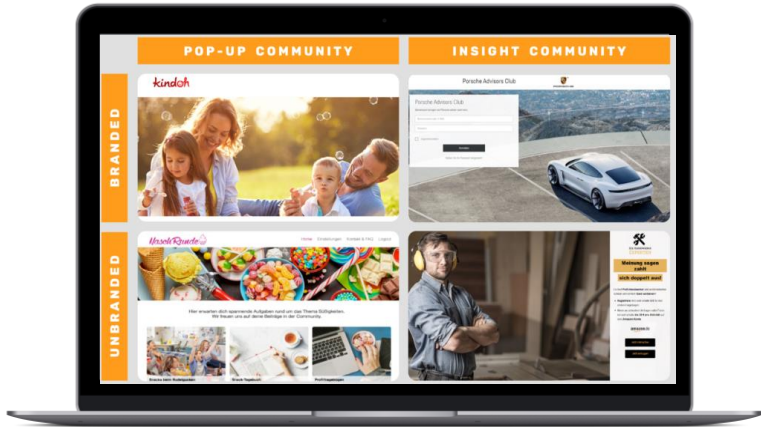


Katrin Frankenbach
Senior Research Manager

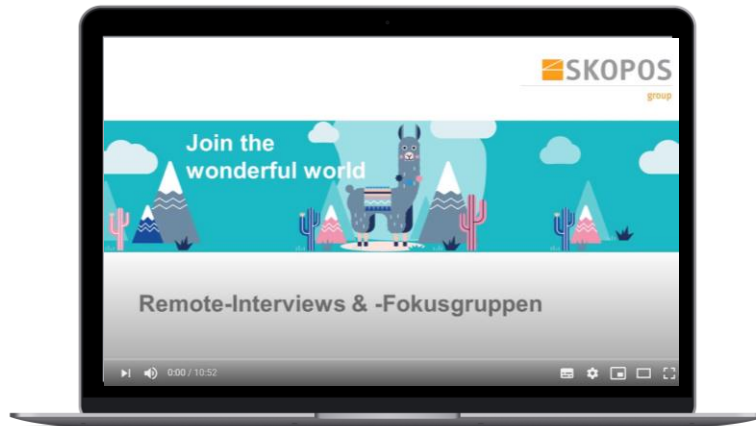
+49 (0)2233-9988-408

katrin.frankenbach@skopos.de

Kennen Sie schon unsere Veröffentlichungen zu den Themen qualitative Online-Forschung und Communities?



Zur Präsentation



Zum Video



Zum Interview