
Vorwort

Eine Trivialität vorweg, vor allem an die jüngeren Leserinnen und Leser: Ja, es gab einmal eine Zeit ohne Internet! Auch wenn man sich das heute kaum noch vorstellen kann. Und sie ist noch gar nicht so lange her. Ende der 1990er Jahre wurde das Internet erst langsam salonfähig und gewann zunehmend an Bedeutung. Ich selbst war zu Beginn jener Zeit – es sei mir heute verziehen – noch ziemlich skeptisch und hielt die ganze Sache für eine Modeerscheinung. Zur Marktforschung kam ich durch eine glückliche Fügung. Und als ich entdeckte, dass einige „verrückte Wissenschaftler“ mit den ersten Fragebögen im Netz experimentierten, war meine Begeisterung schnell geweckt. Sie hält bis heute an.

Schnell wurde die Online-Marktforschung zu meinem Steckenpferd, zu meinem Forschungsthema und schließlich zu meinem Beruf. Gemeinsam mit zwei ehemaligen Kollegen entstand Anfang der 2000er Jahre im Gabler Verlag der Herausgeberband „Online-Marktforschung – Theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen“, mit dem es uns in zwei Auflagen gelang, zahlreiche namhafte Personen aus dem Fachgebiet mit einem bunten Strauß an Themen zu versammeln. Das Buch wurde ein schöner Erfolg. Die von allen Seiten gewünschte und geplante Fortsetzung des Bandes in einer dritten Auflage scheiterte jedoch leider aus Zeitgründen.

Parallel reifte in mir über Jahre hinweg aber wiederholt die Idee und der Entschluss, ein eigenes Buch zum Thema zu schreiben, eine Art Kompendium, welches in möglichst einfachen Worten und in einer gewissen Detailtiefe erklären würde, worauf es in der Online-Marktforschung ankommt. 2014 war es endlich soweit und das „Handbuch Online-Marktforschung“ konnte erscheinen. Viele spannende Themen im Kontext des Themas konnten darin jedoch mangels Zeit und eigener Expertise nicht berücksichtigt werden. So nahm der Gedanke langsam Gestalt an, den bereits vorhandenen Text nicht nur zu überarbeiten und zu aktualisieren, sondern darüber hinaus noch um verschiedene Gastbeiträge anzureichern. Zu meiner großen Freude ließen sich zahlreiche anerkannte Experten auf ihren Fachgebieten rasch für das Projekt begeistern und erklärten sich bereit, jeweils einen konzentrierten Fachartikel zum Buch beizusteuern. Meinen Gastautorinnen und -autoren gilt mein herzlichster Dank an dieser Stelle. Ebenso dankbar bin ich dafür, dass das neue

Buchkonzept bei meinen langjährigen Kontakten im Springer Gabler Verlag spontan auf fruchtbaren Boden fiel.

Ich hoffe – gemeinsam mit meinen Gastautorinnen und -autoren – mit dem vorliegenden Buch einen aktuellen Überblick und ein effektives Nachschlagewerk zu den wichtigsten Fragestellungen aus der Praxis der Online-Marktforschung bereitstellen zu können. Für Vorschläge und Kritik bin ich jederzeit offen. Sie erreichen mich per E-Mail unter online-marktforschung@gmx.de oder telefonisch bei der Rogator AG in Nürnberg.

Axel Theobald im Juni 2016

Praxis Online-Marktforschung

Grundlagen - Anwendungsbereiche - Durchführung

Theobald, A.

2017, XII, 400 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-10202-9