

Sebastian Dippelhofer

**Forschungslandschaft Sozialwissenschaft -
Institute und Felder der empirischen
Sozialforschung**

Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung (29)

Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Sozialwissenschaftliche Fakultät
Universität Konstanz, November 1999

Herausgeber der Reihe „Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung“:
Arbeitsgruppe Hochschulforschung, Universität Konstanz,
Fachbereich Geschichte und Soziologie, 78457 Konstanz
Tel. 07531/88-2896

Die AG Hochschulforschung im Internet:
<http://www.uni-konstanz.de/FuF/SozWiss/fg-soz/ag-hoc>

ISSN 1616-0398

Vorwort

Um sich über Aufgaben und Leistungen der empirischen Sozialforschung zu informieren, können zwei Wege eingeschlagen werden: zum einen die historische Rückschau auf größere und „klassische“ Forschungsvorhaben, zum anderen die aktuelle Umschau, welche Sozialforschung gegenwärtig in Deutschland betrieben wird. Beide Recherchen haben sich für uns als ertragreicher erwiesen, als wir vorab vermutet haben.

Über die „klassischen“ Forschungen mittels der verschiedenen sozialwissenschaftlichen Erhebungsmethoden, von Feldstudien über sozialstatistische Analysen bis hin zu Beobachtungen und Befragungen, liegt bereits eine Zusammenstellung vor. Sie ist auch im Internet ausgelegt.

In Ergänzung dazu wird in diesem Heft die „Forschungslandschaft Sozialwissenschaften“ in Deutschland dokumentiert. Sie ist vielschichtig und umfangreich. Für Studierende kann sie, gleichsam als Nebeneffekt, aufzeigen, welche Tätigkeitsfelder im Bereich der empirischen Sozialforschung vorhanden sind. Damit wird auch die Bedeutung der empirischen Methoden im Bereich der Grundlagenforschung wie der angewandten Forschung belegt.

Die Recherche über die Institute und Felder der empirischen Sozialforschung in Deutschland hat Sebastian Dippelhofer als Student der Soziologie sehr eigenständig und hartnäckig durchgeführt. In der Hauptsache sind die überregionalen Einrichtungen, die universitären Forschungsbereiche (einschließlich Max-Planck-Institute), die sozialwissenschaftlichen Institutionen im öffentlich-rechtlichen Sektor - oft übersehen - sowie eine Vielzahl der privatwirtschaftlichen Markt- und Meinungsforschungsinstitute anhand ihrer eigenen Präsentationen und Aufgabenbeschreibungen im Netz (WWW) dokumentiert. Da dadurch die Adresse im Netz (URL) mitgeliefert wird, ermöglicht die vorliegende Dokumentation Interessierten ein weiteres Nachgehen bei der eigenen Informationssuche.

Diese Dokumentation ist als ein Einstieg zu verstehen, die einen Überblick über Breite und Vielfalt der Forschungslandschaft vermitteln soll. Sie läßt erkennen, in welchem Maße die moderne Gesellschaft auf sozialwissenschaftliche empirische Informationen besteht und von ihnen Gebrauch macht, sei es die Wahlforschung, die Erhebung über Einschaltquoten oder Surveys über Studierende und Untersuchungen zum Verkehrsverhalten.

Der konkrete Anlaß für diese Zusammenstellung ergab sich aus dem Kurs über Methoden der empirischen Sozialforschung, damit die Studierenden einsehen, daß der Erwerb von methodischen Kenntnissen nicht nur eine akademische Angelegenheit ist, sondern in vielfältiger Weise in der Praxis außerhalb der universitären Lehre von Nutzen sein kann. Da eine solche Dokumentation über den Kreis der Studierenden eines Methodenkurses von Interesse sein kann, legen wir sie hiermit als Heft der AG Hochschulforschung vor.

Tino Bargel

Inhaltsverzeichnis:

1 Sozialwissenschaftliche Forschungseinrichtungen und Tätigkeitsbereiche	1
2 Überregionale Forschungs- und Infrastruktureinrichtungen	3
1. GESIS - Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V.	7
2. ZUMA - Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen	8
3. ZA - Zentralarchiv	9
4. IZ - Informationszentrum	10
5. ASI - Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (Bonn)	11
6. WZB - Wissenschaftszentrum Berlin	12
3 Universitäre Forschungsbereiche	15
1. MPI für Bildungsforschung (Berlin)	18
2. MPI für Gesellschaftsforschung (Köln)	20
3. Sonderforschungsbereiche (SFB)	22
3.1 Verzeichnis der geförderten Sonderforschungsbereiche nach Fachgebieten	22
3.2 Verzeichnis der geförderten Sonderforschungsbereiche nach Fachgebieten, deren Förderung abgeschlossen ist	24
3.3 SFB 177	25
3.4 SFB 227	27
3.5 SFB 441	30
3.6 SFB 511	32
3.7 SFB 186	34
3.8 SFB 386	37
3.9 SFB 504	39
3.10 SFB 541	41
3.11 SFB 240	45
3.12 SFB 434	48
3.13 SFB 427	51

4 Sozialwissenschaftliche Einrichtungen im öffentlich-rechtlichen Sektor	55
1. IAB - Institut für Arbeitsmarktforschung und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (Nürnberg)	59
2. BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Berlin)	61
3. BASt - Bundesinstitut für Straßenwesen (Bergisch Gladbach)	64
4. DJI - Deutsches Jugendinstitut (München)	66
5. HIS - Hochschul-Informationen-System (Hannover)	67
6. ISB - Bayrisches Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung (München)	68
7. ifb - Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (Bamberg)	71
8. ifo - Institut für Wirtschaftsforschung (München)	73
9. ASZ - Arbeits- und Sozialwissenschaftliches Zentrum Dortmund (Dortmund)	74
10. sfs - Sozialforschungsstelle Dortmund (Dortmund)	75
11. ifs - Institut für Schulentwicklung (Dortmund)	76
12. IAW - Institut für Arbeitswissenschaft (Bochum)	78
13. MZES - Mannheimer Institut für Europäische Sozialforschung (Mannheim)	80
14. his - Hamburger Institut für Sozialforschung (Hamburg)	82
15. DIW - Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (Berlin)	84
16. iso - Institut zur Erforschung sozialer Chancen (Köln)	85
17. DBI - Deutsches Bibliotheksinstitut (Berlin)	86
5 Markt- und Meinungsforschungsinstitute	91
1. ADM- Arbeitskreis Deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute e.V. (Bonn)	95
2. GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (Nürnberg)	103
3. IfD - Institut für Demoskopie (Allensbach)	109
4. Infratest-Burke (München)	110
5. Infratest-diamap (Bonn)	112
6. Infas - Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (Bonn)	113
7. Emnid - Institut für Markt- und Meinungsforschung (Bielefeld)	114

8. Prognos - Europäisches Zentrum für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung (Berlin)	117
9. Konkret mafo - Konkret Marktforschung - Deutschland (Bremen)	120
10. SIGMA - Sozialwissenschaftliches Institut für Gegenwartsfragen (Mannheim)	122
11. Ipsos Deutschland - Marketing-, Medien und Sozialforschung GmbH (Hamburg)	123
12. Mohnheimer Institut (Monheim)	126
13. SKOPOS - Institut für Markt- und Sozialforschung GmbH (Hürth)	128
14. a&b - Analyse und Beratung - Institut für Sozialforschung und Unternehmensberatung (Heidelberg)	130
15. abakus - Institut für Marktforschung (Karlsruhe)	131
16. BBE - Unternehmensberatung GmbH (Köln)	132
17. ComCult - Onlineforschung (Berlin)	135
18. Compagnon Marktforschungsinstitut (Stuttgart)	136
19. Dr. Niebrügge und Partner - Dienstleistungen für die Markt- und Meinungsforschung (Osnabrück)	137
20. ERGO-Data - Datenverarbeitung GmbH (Essen)	139
21. Foerster & Thelen Marktforschung	141
22. IMS Health - Institut für Medizinische Statistik (Frankfurt a.M.)	143
23. INFO GmbH - Unabhängiges Meinungsforschungsinstitut (Berlin)	145
24. isoplan - Institut für Entwicklungsforschung, Markt- und Sozial- planung GmbH (Saarbrücken)	147

1 Sozialwissenschaftliche Forschungseinrichtungen und Tätigkeitsbereiche

Die empirische Sozialforschung hat in den letzten 30 Jahren in Deutschland eine weite Verbreitung gefunden. Damit eröffnet das sozialwissenschaftliche Studium eine Vielfalt an Beschäftigungsmöglichkeiten in diesem Bereich. Empirische Sozialforschung ist nicht nur an der Universität zu finden, wie ein Blick in die Stellenangebote überregionaler Zeitungen oder in das Internet zeigt. Gerade im letzteren wird eine enorme Bandbreite an Forschungsaktivitäten und Tätigkeitsfeldern offensichtlich, die sich sowohl auf universitäre als auch auf außeruniversitäre Beiträge beziehen.

Mit Hilfe der folgenden Dokumentation "Forschungslandschaft Sozialwissenschaft" soll ein kleiner Abriß sozialwissenschaftlicher Forschungseinrichtungen und Arbeitsfelder aufgezeigt und den Studierenden näher gebracht werden. Die Beispiele, in der Regel die entsprechende Homepage aus dem Internet, sollen auf der einen Seite als Hinweise für mögliche berufliche Perspektiven dienen, sowie auf der anderen Seite die Vielfalt der Forschungseinrichtungen exemplarisch wiedergeben. Sie sollen einen Überblick über die Inhalte, Schwerpunkte und die Art und Weise der Arbeit in den Einrichtungen vermitteln. Darüber hinaus soll dadurch auch angeregt werden, sich weiter über diese Thematik zu informieren und somit Einblicke in die wissenschaftliche Forschung inner- und außerhalb der Universitäten zu gewinnen.

Im folgenden werden neben universitären Forschungseinrichtungen auch Tätigkeitsfelder außerhalb der Hochschule veranschaulicht. Die Spannweite reicht von großen sozialwissenschaftlichen Einrichtungen, die sich der "Grundlagenforschung" verpflichtet haben, bis zu Markt- und Meinungsforschungsinstituten, die "angewandte Forschung" betreiben. Überblickt man den Markt der verschiedenen Forschungseinrichtungen, wird eine enorme Vielfalt deutlich. Sie äußert sich sowohl in den Aufgabenstellungen als auch in den unterschiedlichsten Betätigungsfeldern.

Die Übersicht beginnt mit den zentralen Einrichtungen der empirischen Sozialforschung in Deutschland. Danach werden die großen Forschungsschwerpunkte im universitären Bereich vorgestellt. Oft wenig bekannt, wird auch in vielen öffentlich rechtlichen Einrichtungen umfangreiche Forschung betrieben. Hierbei handelt es sich besonders um Institutionen, die von staatlicher Seite eingerichtet und mit finanziert werden. Schließlich wird das mittlerweile fast unübersichtliche Feld der Markt- und Meinungsforschungsinstitute, von den großen und bekannten bis hin zu den kleinen aufgezeigt. Eingangs wird dazu der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) vorgestellt, in dem sich einige der

Einrichtungen zusammengeschlossen haben. Der ADM hat ferner Richtlinien und Qualitätsstandards bei der Durchführung wissenschaftlicher Forschung formuliert, die in der deutschen Forschungslandschaft als richtungsweisend anerkannt sind.

Mit Hilfe dieser Zusammenstellung, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, soll ein Einblick in die Möglichkeiten vermittelt werden, die mit dem Studium der Soziologie und insbesondere der Methoden der empirischen Sozialforschung auch außerhalb der Universität verbunden sind und welche Chancen sowie Forschungs- und Arbeitsschwerpunkte sich den Hochschulabsolventen bieten.

Für eigene und intensivere Recherchen über universitäre und außeruniversitäre sozialwissenschaftliche Institutionen lohnt sich der Einstieg in die vorhandenen Internetsuchmaschinen.

2 Überregionale Forschungs- und Infrastruktureinrichtungen

2 Überregionale Forschungs- und Infrastruktureinrichtungen

Als für alle Forschungsorganisationen und die wissenschaftliche Landschaft relevante Einrichtungen können parallel zu dem Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) ferner das Zentralarchiv (ZA) und das Informationszentrum (IZ) genannt werden. Ihre Wichtigkeit liegt besonders in der Unterstützung, Verbreitung und Entwicklung forschungsrelevanter Methoden und Untersuchungen. Einen ähnlichen Beitrag leistet das Wissenschaftszentrum Berlin (WZB), das eng mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen zusammenarbeitet.

ZUMA (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen):

Neben Schulungen und Beratungen in Forschungsmethoden, -analyse und Datenverarbeitung sowie einer individuellen und institutionenbezogenen Auftragsforschung, führt das ZUMA in Mannheim beispielsweise unter dem Namen ALLBUS (Allgemeine Bevölkerungsumfragen der Sozialwissenschaft) alle zwei Jahre repräsentative Querschnittstudien zu den unterschiedlichsten Themen in der Wahlbevölkerung durch. Ein weiterer Aspekt ist die Durchführung des International Social Survey Programm (ISSP). Im Verbund mit ausländischen wissenschaftlichen Forschungsinstituten finden in mehr als 20 Ländern jährlich Umfragen zu bestimmten Themen statt.

ZA (Zentralarchiv):

Die Aufgabe, aus den unterschiedlichsten wissenschaftlichen Untersuchungen erhaltenen Daten zu archivieren und für den allgemeinen wissenschaftlichen Gebrauch zugänglich zu machen, obliegt dem Zentralarchiv in Köln. Zugang zu den Daten haben neben Forschungseinrichtungen aller Art auch einzelne Wissenschaftler für ihre Arbeiten.

IZ (Informationszentrum):

Die Aufgabe des Informationszentrum in Bonn-Bad Godesberg liegt in der Dokumentation und Informationsvermittlung zum Stand der sozialwissenschaftlichen Forschung.

GESIS (Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V.):

Um sich eine dauerhafte Basis zu geben, wurde 1987 als Dachorganisation die Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V. (GESIS) gegründet, in welchem

ZUMA, ZA und IZ agieren. In diesem Verbund wurden beispielsweise ALLBUS und ISSP zu einer dauerhaften Bund-Länder-Einrichtung, welche zum Teil auch durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) mitfinanziert wird.

ASI (Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.):

Als Trägerin des IZ verfolgt die Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. in Bonn, in der sich gemeinnützige sozialwissenschaftliche Forschungs- und Universitätsinstitute zusammengeschlossen haben, die Förderung und Intensivierung sozialwissenschaftlicher Forschung.

WZB (Wissenschaftszentrum Berlin):

Im Mittelpunkt des Wissenschaftszentrum Berlin (WZB) steht die sozialwissenschaftliche Grundlagenforschung, die in ausgewählten Problemfeldern durchgeführt wird. Ihre Verschränkung wird in den Aufgabenstellungen der unterschiedlichen Forschungsvorhaben deutlich, die sich nicht nur in den theoretisch-konzeptionellen Perspektiven sondern auch in einer Mannigfaltigkeit sozialwissenschaftlicher Fachdisziplinen und Forschungsschwerpunkte äußert. Die Ergebnisse der längerfristigen Forschungen richten sich als Lösungsvorschläge an Gesellschaft und Politik und sind sowohl der wissenschaftlichen Praxis als auch für einen internationalen Vergleich zugänglich.

Auf den folgenden Seiten werden diese zentralen Einrichtungen für Fragen der empirischen Forschung und Methoden dargestellt, so wie sie sich im Internet selber präsentieren.

1. GESIS - Gesellschaft sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V.
2. ZUMA - Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (Mannheim)
3. ZA – Zentralarchiv (Köln)
4. IZ – Informationszentrum (Bonn)
5. ASI – Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute (Bonn)
6. WZB - Wissenschaftszentrum Berlin (Berlin)

GESIS Gesellschaft
Sozialwissenschaftlicher
Infrastruktureinrichtungen



IZ

ZA

GESIS
Außenstelle

Informationszentrum
Sozialwissenschaften

Zentralarchiv für
Empirische Sozialforschung
an der Universität zu Köln

English Version

Berlin

Bonn

Köln

ZUMA

Zentrum für Umfragen
Methoden und Analysen

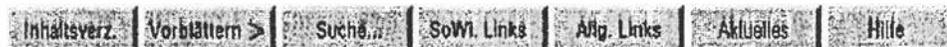
Mannheim

Die GESIS erbringt als Infrastruktureinrichtung überregional und international grundlegende sozialwissenschaftliche Dienstleistungen für Wissenschaft und Praxis. Die GESIS besteht aus den Instituten IZ, ZA, ZUMA und unterhält eine Außenstelle in Berlin. Sie ist eine Einrichtung der "Wissenschaftsgemeinschaft Gottfried Wilhelm Leibniz" (WGL). Die GESIS unterhält vielfältige nationale und internationale Kooperationsbeziehungen.

Aufgaben und Dienstleistungen der GESIS-Einrichtungen:

- Informationsdienste
- Daten für Sekundäranalysen
- Forschung & Entwicklung
- Beratung
- Nationale & Intern. Kooperation
- Veranstaltungen
- Publikationen
- Software
- Bestellservice
- Organisation

NEU: Please note: most pages are now available in English



© GESIS Webmaster 06.02.1998

Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen

Das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) berät die Sozialforschung Durchführung und Auswertung sozialwissenschaftlicher Untersuchungen, führt eigene Untersuchungen durch, erleichtert den Zugang zu amtlichen Daten und beobachtet die gesellschaftliche Entwicklung in verschiedenen Bereichen mittels eines Systems sozialer Indikatoren. ZUMA führt auch eigene Forschungen durch, um methodische und technische Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung zu verbessern.

Surveys, amtliche Daten & soziale Indikatoren:	ALLBUS ISSP Mikrodaten Einkommen und Verbrauch Soziale Indikatoren Sozialwissenschaften-Bus
Beratung:	Verfahren bei Beratungen: Datenerhebung Stichprobe & Datenauswertung Vercodung Textanalyse
spezielle Dienste:	Telefonumfragen (CATI) Online-Handbuch zu Erhebungsinstrumenten (ZIS) Demographische Standards Software
Forschung:	Überblick Methodenforschung Dauerbeobachtung & Sozialberichterstattung Online-Forschung
Veranstaltungen:	Termine ZUMA/GESIS
Publikationen:	ZUMA-Nachrichten ZUMA-Nachrichten SPEZIAL Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI) ZUMA-Arbeitsberichte Bücher Projektberichte
Bestellservice & Downloads:	Publikationen Software Daten Online-Handbuch zu Erhebungsinstrumenten (ZIS)
Organisation:	ZUMA im Überblick Ansprechpartner Anfahrtbeschreibung Stellenangebote

Mit der [Universität Mannheim](#) besteht eine enge Zusammenarbeit.

2 3 4 5
ZU

aktuelle

GESIS

ZN

GESIS

HACHR

ISI2

Das Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI) ist ein Projekt des ZUMA Mannheim.

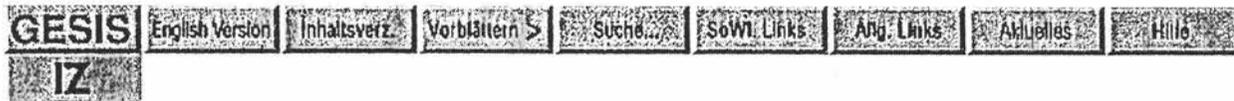
Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln

Das Zentralarchiv archiviert Primärmaterial (Daten, Fragebögen, Codepläne) und Ergebnisse empirischer Untersuchungen. Das Material wird für wissenschaftliche Sekundäranalysen aufbereitet und der interessierten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das ZA arbeitet in allen Fachgebieten, in denen Verfahren der empirischen und historischen Sozialforschung verwendet werden.

- Informationsdienste: [Bibliothek 'Empirische Sozialforschung'- Recherchen](#)
- Daten für Sekundäranalysen: Suche im [Datenbestandskatalog](#)
Datenschwerpunkte: [ALLBUS](#), [DDR-Neue Bundesländer](#), [Eurobarometer](#), [ISSP](#), [Wahlstudien](#), [Politbarometer](#), [IAB-Beschäftigtenstichprobe](#)
- Forschung & Entwicklung: [Methodenforschung](#), [historische Sozialforschung](#), [Europadatenlabor](#), [EU-Förderprogramme](#)
- Beratung: [Datenservice u. Sekundäranalyse](#), [Datenaufbereitung & Archivierung](#)
- Nationale & Intern. Kooperation: [CESSDA](#): integrierter [Datenkatalog](#), [IFDO](#), [ICPSR](#), [ICORE](#)
- Veranstaltungen: Konferenz: - [5.Int.Conf. on Social Science Methodology - RC33](#)
- [Large Scale Data Analysis - Review / Abstracts](#)
Seminare: [Springseminar 2000 - Registration](#)
GESIS [Termine ZA - GESIS Überblick - Nat. & Intern.](#)
Kalender: [Veranstaltungen - Transformationsforschung neue Bundesländer / Osteuropa](#);
- Publikationen: [ZA-Information](#)
- Bestellservice: [Daten für Sekundäranalysen mit Dokumentation](#), [Gebühren](#), [Benutzerhinweise](#)
- Organisation: [ZA im Überblick](#), [MitarbeiterInnen](#), [Adressen](#) , [Telefon](#)

Das ZA ist ein Institut der Kölner Gesellschaft für Sozialforschung e.V. (KGS). Mit der [Universität zu Köln](#) besteht eine enge Zusammenarbeit.

© GESIS [U.Jensen](#) 27.10.1999

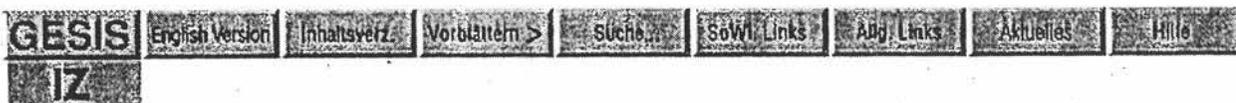


InformationsZentrum Sozialwissenschaften

Das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) dokumentiert und vermittelt Informationen zum Stand der Forschung und zur Literatur für den Bereich der Sozialwissenschaften in den deutschsprachigen Ländern sowie zu sozialwissenschaftlichen Forschungsaktivitäten in Osteuropa. Seine Datenbanken sowie der Zugang zu weiteren nationalen und internationalen Datenbanken sind die Basis eines umfassenden Angebotes an sozialwissenschaftlichen Serviceleistungen für Interessenten aus Forschung, Lehre und Ausbildung, Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Medien. Für eine effiziente Beschaffung, Aufbereitung und Nutzung der Informationen führt das IZ Entwicklungsarbeiten auf informationswissenschaftlichen und informationstechnologischen Gebieten durch.

Informationsdienste:	<u>FORIS</u> - Forschungsprojektdatenbank / <u>Erhebung</u> <u>SOLIS</u> - Literaturdatenbank <u>Zugang zu FORIS/SOLIS</u> : online über <u>Hosts</u> ; <u>CD-ROM</u> <u>Auftragsrecherchen</u> in Datenbanken weltweit <u>sozialwiss. Zeitschriften</u> in der Bundesrepublik, Österreich und der Schweiz Rechercheunterstützung: <u>Klassifikation</u> , <u>Methodenliste</u> , <u>Thesaurus Sozialwissenschaften</u> u. weitere Nutzungshilfen Datenbanken mit Informationen zu <u>Osteuropa</u> / <u>Erhebung</u> Osteuropa ^{NEU} <u>Aktuelle Themen</u> : Das kranke Gesundheitswesen; Gewalt in der Schule; Kosovo; Osterweiterung der EU
Forschung & Entwicklung:	<u>Informationstechnologie</u> : Projekt GESINE, Verfahren der Inhaltserschließung
Nationale & Intern. Kooperation:	<u>Übersicht</u> : Kooperationspartner Datenbankaufbau
Veranstaltungen:	<u>Termine des IZ</u> : <u>Datenbankseminare</u> , weitere <u>GESIS-Termine</u> <u>GESIS-Tagungskalender</u> : <u>nationale u. internationale</u> Termine, <u>Transformationsforschung</u> neue Bundesländer/Osteuropa
Publikationen:	<u>Veröffentlichungen</u> zu sozialwissenschaftlichen und gesellschaftspolitischen Themengebieten
Software:	<u>Schildkröte</u> : Zeitschriftenverwaltungssystem für One-Person-Libraries
Bestellservice:	^{NEU} <u>Auftragsrecherchen</u> , <u>Veröffentlichungen</u>
Organisation:	<u>Mitarbeiter</u> , <u>Adressen</u>

Das IZ ist eine Einrichtung der ASI - Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. Mit der Universität Koblenz-Landau besteht eine enge Zusammenarbeit.



© GESIS IZ 12.05.1999

Wer ist die ASI?

In der ASI - Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. - sind gemeinnützige sozialwissenschaftliche Forschungseinrichtungen und Universitätsinstitute der Bundesrepublik Deutschland zusammengeschlossen. Mitglieder sind selbstständige gemeinnützige Forschungsinstitute, Universitätsinstitute und sozialwissenschaftlich arbeitende Bereiche größerer Einrichtungen. Außerdem gibt es persönliche Mitglieder.

Ziel der ASI ist die Förderung und Intensivierung der sozialwissenschaftlichen Forschung, insbesondere in ihrer empirischen Ausrichtung. Sie ist Träger des Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) in Bonn, das mit dem Zentralarchiv für empirische Sozialforschung (ZA) an der Universität zu Köln und dem Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen e.V. (ZUMA), Mannheim, in der Gesellschaft Sozialwissenschaftlicher Infrastruktureinrichtungen e.V. (GESIS) zusammengeschlossen ist.

Die Entstehungsgeschichte reicht bis in die unmittelbare Nachkriegszeit zurück. Im Oktober 1949 erschien Heft 1 der Zeitschrift „Soziale Welt“. Sie wurde im Namen der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute von der Sozialforschungsstelle Dortmund herausgegeben. Am 16. April 1953 wurde die ASI in das Vereinsregister Köln eingetragen.

Informationszentrum Sozialwissenschaften

Die ASI hat im Jahre 1969 das Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ), Bonn, gegründet, dessen rechtlicher Träger sie ist.

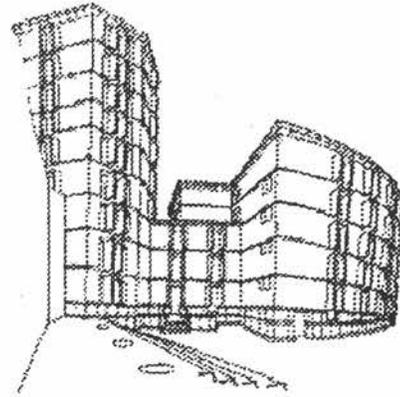
Als Serviceeinrichtung für die Sozialwissenschaften akquiriert das IZ in Kooperation mit Partnern aus Universitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen Informationen zu Aktivitäten und Ergebnissen sozialwissenschaftlicher Forschung im deutschsprachigen Raum. Diese Informationen stehen in aufbereiteter Form in den Datenbanken FORIS (Forschungsinformationssystem Sozialwissenschaften) und SOLIS (Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem) online, auf CD-ROM, in gedruckten Informationsdiensten, Dokumentationen und im Internet zur Verfügung.

Darüber hinaus vermittelt das IZ Kontakte zu sozialwissenschaftlichen Experten und Forschungseinrichtungen. Es stellt auf Anfrage individuelle Recherchen und Beratungen zu sozialwissenschaftlichen Themen aus SOLIS, FORIS und weiteren nationalen und internationalen Datenbanken zusammen.

ASI-Mitgliedern wird ein besonderer Rabatt eingeräumt.

WZB

Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



*Ansicht des Bibliothekturms
Skizze von Sir James Stirling,
Architekt des WZB*

Willkommen beim WZB

Forschung	Über das WZB	Aktuelles	english 
Publikationen Presse	Kontakt	Bibliothek	

Forschungsschwerpunkt Arbeitsmarkt und Beschäftigung

Abteilung [Arbeitsmarktpolitik und Beschäftigung](#)

Abteilung [Organisation und Beschäftigung](#)

Abteilung [Wirtschaftswandel und Beschäftigung](#)

□

Forschungsschwerpunkt Technik, Arbeit, Umwelt

Abteilung [Organisation und Technikgenese](#)

Projekt-Webserver ["Kulturraum Internet"](#)

Abteilung [Regulierung von Arbeit](#)

Abteilung [Normbildung und Umwelt](#)

Forschungsprofessur [Umweltpolitik, Technikentwicklung, Arbeitsformen](#)

□

Forschungsschwerpunkt Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozesse

Abteilung [Öffentlichkeit und soziale Bewegungen](#)

Abteilung [Institutionen und sozialer Wandel](#)

Abteilung [Sozialstruktur und Sozialberichterstattung](#)

Forschungsprofessur [Vergleich demokratischer Systeme](#)

3 Universitäre Forschungsbereiche

3 Universitäre Forschungsbereiche

Schwerpunkte der Grundlagenforschung im Sinne der "big science" sind zum einen die Max-Planck-Institute (MPI) mit einer bereits langen Tradition, zum anderen die Sonderforschungsbereiche (SFB), die Ende der 60er Jahre eingeführt wurden.

Zuvorderst werden zwei sozialwissenschaftliche Schwerpunkte der MPI mit ihren Arbeitsbereichen vorgestellt:

1. MPI für Bildungsforschung (Berlin)
2. MPI für Gesellschaftsforschung (Köln)

Als ein Beispiel für die wissenschaftliche Arbeit an Universitäten können die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) ins Leben gerufenen und von ihnen finanzierten Sonderforschungsbereiche (SFB) hervorgehoben werden. Charakteristisch für diese ist eine mehrjährige Forschung über ein bestimmtes Thema. Innerhalb dieses Themas werden verschiedene Bereiche untersucht, die sich auf den übergeordneten Forschungsgegenstand beziehen. Sie wurden analog zu den Forschungseinrichtungen der Max-Planck-Institute entwickelt, um längerfristige Forschungsvorhaben wieder fester an den Universitäten zu verankern.

Zumeist ist ein SFB interdisziplinär ausgerichtet und beheimatet verschiedene wissenschaftliche Disziplinen. Ein Blick über die zur Zeit existierenden wie auch auf bereits abgeschlossene SFB's sozialwissenschaftlichen Inhalts bietet der folgende Überblick. Informationen über die Forschungsschwerpunkte der noch laufenden Bereiche sind an den jeweiligen Universitäten sowie auf der Homepage der DFG zu finden.

3. Sonderforschungsbereiche
 - 3.1 Verzeichnis der geförderten Sonderforschungsbereiche nach Fachgebieten
 - 3.2 Verzeichnis der geförderten Sonderforschungsbereiche nach Fachgebieten, deren Förderung abgeschlossen ist
 - 3.3 SFB 177
 - 3.4 SFB 227
 - 3.5 SFB 441
 - 3.6 SFB 511
 - 3.7 SFB 186
 - 3.8 SFB 386
 - 3.9 SFB 504
 - 3.10 SFB 541
 - 3.11 SFB 240
 - 3.12 SFB 434
 - 3.13 SFB 427



Max-Planck-Institut für Bildungsforschung

L
OFon +4
Fax +4

▶ Engli

Das Institut

- ▼ **Aktuelles**
- ▼ **Unsere vier
Forschungsbereiche**
- ▼ **Nachwuchsgruppe**
- ▼ **Zusammenarbeit mit
anderen Instituten**
- ▼ **Bibliothek &
wissenschaftliche
Dokumentation**
- ▼ **Publikationen**
- ▼ **MitarbeiterInnen**
- ▼ **Allgemeines & Wege
zum Institut**

wurde 1963 gegründet und ist ein multidisziplinäres Forschungsinstitut, das der Untersuchung von Prozessen menschlicher Entwicklung und Bildung aus evolutionärer, historischer, sozialer und institutioneller Sicht gewidmet ist.

Die gemeinsame Perspektive der Lebensspanne und des Lebensverlaufs kennzeichnet das Forschungsprofil des Instituts. Die disziplinären Schwerpunkte, in denen die Direktoren und die meisten Wissenschaftler(innen) beheimatet sind, bilden die Erziehungswissenschaft, die Psychologie und die Soziologie. In disziplinübergreifenden Teilen der Forschungsprojekte arbeiten Wissenschaftler benachbarter sozial- und geisteswissenschaftlicher sowie naturwissenschaftlicher Disziplinen mit.

Das Institut für Bildungsforschung ist eines der mehr als 80 Institute und Forschungseinrichtungen der Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e.V.

△ Zurück zum Anfang

Stand:08/99 editor@mpib-berlin.mpg.de

©



Max-Planck-Institut für Bildungsforschung

▷ [Homepage](#)

Das Institut gliedert sich in ***vier Forschungsbereiche***

▷ **Adaptives Verhalten und Kognition**

Direktor: Gerd Gigerenzer

▷ **Bildung, Arbeit und gesellschaftliche Entwicklung**

Direktor: Karl Ulrich Mayer

▷ **Erziehungswissenschaft und Bildungssysteme**

Direktor: Jürgen Baumert

▷ **Entwicklungspsychologie**

Direktor: Paul B. Baltes

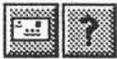
△ [Zurück zum Anfang](#)



MAX-PLANCK-INSTITUT FÜR GESELLSCHAFTSFO
MAX PLANCK INSTITUTE FOR THE STUDY OF SOCIETIES

 Willkommen auf der Homepage des MPI für Gesellschaftsforschung
Unsere Web-Seiten informieren über aktuelle und langfristige Aktivitäten
dokumentieren unsere Forschungsarbeit und zeigen Ihnen, wie Sie uns er
[Inhaltsübersicht](#)

 Welcome to the homepage of the MPI for the Study of Societies in
Our website provides a detailed overview of the institute's activities and s
you can get in touch with our researchers and staff.
[Contents](#)



MPI für Gesellschaftsforschung
Paulstr. 3
D-50676 Köln
Germany

Neue Adresse
seit 17. August 1998

We have moved



► [Forschungsprogramm](#) · [Forschungsprojekte](#)

Aktuelles

Das MPIfG

Forschung

Publikationen

Weblinks



Die Forschungsprojekte

■ [Liste aller Projekte](#)

■ [Übersicht](#) [PDF-Dokument]

■ **Projektbereiche und Projektbeschreibungen**

◆ [Problemlösungsfähigkeit der Mehrebenenpolitik in Europa](#)

◆ [Regimewettbewerb und Integration in den industriellen Beziehungen](#)

◆ [Wissenschaft und Technik](#)

◆ [Theorien und Methoden](#)



Zuletzt aktualisiert: 18. Juni 1999

URL: http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/bericht/projekt_d.html

Verzeichnis der geförderten Sonderforschungsbereiche nach Fachgebieten (Stand: 1.7.99)

SFB-Nr.	Kurzbezeichnung	Hochschule	Beginn	Ende
Geisteswissenschaften				
	Gesellschaftswissenschaften, Rechtswissenschaft, Politologie, Soziologie, Wirtschaftswissenschaften, Geographie			
186	Statuspassagen und Risikolagen im Lebensverlauf	Bremen	1988	
268	Westafrikanische Savanne	Frankfurt/M.	1988	
303	Informationsökonomie	Bonn	1985	1999
373	Quantifikation und Simulation ökonomischer Prozesse	Berlin (HU)	1994	
386	Statistische Analyse diskreter Strukturen	München (Univ.)	1995	
389	Kultur- und Landschaftswandel im ariden Afrika	Köln	1995	
403	Vernetzung als Wettbewerbsfaktor	Frankfurt a.M.	1997	
475	Komplexitätsreduktion in multivariaten Datenstrukturen	Dortmund	1997	
504	Rationalitätskonzepte, Entscheidungsverhalten und ökonomische Modellierung	Mannheim	1997	
536	„Reflexive Modernisierung“ – Analysen zur (Selbst-)Transformation der industriellen Moderne	München (Univ.)	1999	

SFB-Nr.	Kurzbezeichnung	Hochschule	Beginn	Ende
	Erziehungswissenschaften, Psychologie			
378	Ressourcenadaptive kognitive Prozesse	Saarbrücken	1996	
	Geschichts- und Kunstwissenschaften			
235	Zwischen Maas und Rhein	Trier	1987	
295	Kulturelle und sprachliche Kontakte	Mainz	1997	
417	Regionenbezogene Identifikationsprozesse.			
434	Das Beispiel Sachsen	Leipzig	1999	
435	Erinnerungskulturen	Gießen	1997	
437	Wissenskultur und gesellschaftlicher Wandel (Forschungskolleg)	Frankfurt a.M.	1999	
482	Kriegserfahrungen. Krieg und Gesellschaft in der Neuzeit	Tübingen	1999	
534	Ereignis Weimar-Jena. Kultur um 1800	Jena	1998	
537	Judentum-Christentum. Konstituierung und Differenzierung in Antike und Gegenwart	Bonn	1999	
	Institutionalität und Geschichtlichkeit	Dresden (TU)	1997	

Verzeichnis der Sonderforschungsbereiche nach
Fachgebieten, deren Förderung abgeschlossen ist

(Stand: 01.07.1999)

Kenn- ziffer	Kurzbezeichnung	Hochschule	Beginn	Ende
Geistes- und Gesellschaftswissenschaften				
2	Entwicklungspsychologie	Bonn	1968	1968
3	Gesellschaftspolitik	Frankfurt/Mannheim	1979	1990
5	Staatliche Allokationspolitik	Mannheim	1979	1987
7	Mittelalterforschung	Münster	1968	1985
8	Spätmittelalter	Tübingen	1973	1984
10	Sowjetunion	Berlin (FU)	1971	1977
12	Zentralasien	Bonn	1969	1988
13	Orientalistik	Göttingen	1970	1981
14	Iberoamerikanistik	Hamburg	1969	1973
15	Orientalistik	Hamburg	1971	1973
16	Südasienforschung	Heidelberg	1968	1977
17	Skandinavistik	Kiel	1969	1983
18	Südosteuropaforschung	München (Univ.)	1969	1975
19	Tübinger Atlas	Tübingen	1969	1993
20	Entwicklungspolitik	Bochum	1969	1975
21	Ökonometrie	Bonn	1970	1984
22	Sozialisation	Erlangen-Nürnberg	1970	1980
23	Bildungsforschung	Konstanz	1969	1985
24	Wirtschaftspsychologie	Mannheim	1968	1983
26	Raumordnung	Münster	1969	1981
28	Kriminologie	Tübingen	1969	1972
86	Weltwirtschaft	Hamburg/Kiel	1971	1985
99	Linguistik	Konstanz	1974	1985
100	Elektronische Sprachforschung	Saarbrücken	1973	1986
101	Arbeitskräfteforschung	München (Univ.)	1972	1986
119	Wissen und Gesellschaft	Bochum	1979	1986
129	Psychotherapeutische Prozesse	Ulm	1980	1988
164	Vergleichende Städteforschung	Münster	1976	1986
177	Sozialgeschichte des neuzeitlichen Bürgertums	Bielefeld	1986	1997
178	Internationalisierung der Wirtschaft	Konstanz	1986	1997
187	Neue Informationstechnologien	Bochum	1989	1995
214	Identität in Afrika	Bayreuth	1984	1997
221	Verwaltung im Wandel	Konstanz	1985	1990
226	Literatur im Mittelalter	Würzburg/Eichstätt	1984	1992
227	Prävention und Intervention im Kindes- und Jugendalter	Bielefeld	1986	1997
245	Sprache und Situation	Heidelberg/Mannheim	1989	1996
309	Die literarische Übersetzung	Göttingen	1985	1996
321	Mündlichkeit und Schriftlichkeit	Freiburg	1985	1996
333	Entwicklungsperspektiven von Arbeit	München (Univ.)	1986	1996

Sonderforschungsbereich 177**"Sozialgeschichte des neuzeitlichen Bürgertums:****Deutschland im internationalen Vergleich"****(Bevolligungszeitraum: 01.01.1986 bis 31.12.1997)**

Anschrift:
33615 Bielefeld, Universitätsstraße 25,
Tel. (0521) 106 und Nr. des Nebenanschlusses

stellv. Sprecher:
Prof. Dr. Klaus Tenfelde, Tel. 3223, Raum S3-223

Sekretariat:
Frau Alma Diekmann, Tel. 3028, Raum S2-202
Frau Angelika Wrzesniewski, Tel. 3196, Raum S2-211

Sprecher:
Prof. Dr. Peter Lundgreen, Tel. 3185, Raum S2-225

Geschäftsstelle:
Volker Wellhöner, Tel. 3195, Raum S2-207

Übersicht über die Teilprojekte:**Teilprojekt A 8:**

Bürgertum und Politik im frühen 20. Jahrhundert

Leiter: Prof. Dr. Reinhart Koselleck
wiss. Mitarbeiter: Dr. Ursula Krey

Teilprojekt A 10:

Privatbankiers in Deutschland im 20. Jahrhundert

Leiter: Prof. Dr. Werner Abelshauser
wiss. Mitarbeiter: Dr. Dieter Ziegler

Teilprojekt A 12:

Die deutschen Ärzte zwischen altem und neuem Bürgertum

Leiter: Prof. Dr. Klaus Tenfelde
wiss. Mitarbeiter: Christoph Seidel

- SFB 177 -

Teilprojekt A 9:

Bildungsbürgertum und zweite Kultur

Leiter: Prof. Dr. Peter Lundgreen
wiss. Mitarbeiter: Heike Franz, Jörg Rosenberger

Teilprojekt A 11:

Stadtbürgertum in Edinburgh und Leipzig

Leiter: Prof. Dr. Klaus Tenfelde
wiss. Mitarbeiter: Dr. Michael Schäfer

Teilprojekt A 13:

Bürgertum und Ordoliberalismus 1930-1950

Leiter: Prof. Dr. Werner Abelshauser
wiss. Mitarbeiter: Olaf Breker

Teilprojekt B 16: Die Reichsgründung des Bürgertums

Leiter: Prof. Dr. Hans-Ulrich Wehler

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Paul Nolte

**Teilprojekt B 18: Städtische Selbstverwaltung und bürgerliche Eliten vor 1914
Rußland im Vergleich mit Deutschland**

Leiter: Prof. Dr. Stephan Merl

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Guido Hausmann

**Teilprojekt C 15: Bürgerlichkeit und Intellektualität. Deutsche und amerikanische
Intellektuellenzirkel**

Leiter: Prof. Dr. Jörn Rüsen

Wiss. Mitarbeiter: N.N.

**Teilprojekt C 18: Die Ordnung der Geschlechter: Das Beispiel der Familie Merkel in
Nürnberg 1750 - 1850**

Leiter: Prof. Dr. Gisela Bock

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Rebekka Habermas

Teilprojekt C 19: Pfarrer, Kirche und Gesellschaft 1871 - 1918

Leiter: Prof. Dr. Hans-Ulrich Wehler

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Frank-Michael Kuhlemann

Teilprojekt D 20: Bürgertum, Adel und politische Reformen in Kursachsen

Leiter: Prof. Dr. Wolfgang Mager

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Axel Flügel

Teilprojekt D 21: Ländliche Gesellschaft und bürgerliches Recht

Leiter: Prof. Dr. Reinhart Koselleck

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Monika Wienfort

**Teilprojekt D 22: Die bürgerliche Entwicklung in den agrarischen Regionen des
ostelbischen Preußens**

Leiter: Prof. Dr. Hartmut Harnisch

Wiss. Mitarbeiter: Dr. Peter Franke

Sonderforschungsbereich 227

"Prävention und Intervention im Kindes- und Jugendalter"

- (1. Bewilligungszeitraum: 01.01.1986 bis 31.12.1988)
- (2. Bewilligungszeitraum: 01.01.1989 bis 31.12.1991)
- (3. Bewilligungszeitraum: 01.01.1992 bis 31.12.1994)
- (4. Bewilligungszeitraum: 01.01.1995 bis 31.12.1997)

Zentrale Geschäftsstelle:

Sprecher: Prof. Dr. Klaus Hurrelmann, Tel. 46 69, Raum U 6-106
 Stellvertr. Sprecher: Prof. Dr. Günter Albrecht, Tel. 46 30, Raum U 5-210
 Geschäftsführung: Ralf-Peter Olschewski, Tel. 38 85, Raum U 6-101
 Sekretariat: Claudia Möhring, Tel. 44 55, Raum T 6-155

Übersicht über die Teilprojekte, gegliedert nach Projektbereichen

Projektbereich A: Prävention und Intervention in Familie, Kindergarten und Schule

Teilprojekt A 3: Frühförderung und Familienbetreuung behinderter Kinder

Leiter: Prof. Dr. M. Brambring, Tel. 43 45, Raum T 5-115
 Sekretariat: I. Stieglitz, Tel. 43 09, Raum T 5-139
 Wiss. Mitarbeiter: H. Gennat, Tel. 43 51, Raum T 5-145
 Dr. A. Gosch, Tel. 43 50, Raum T 5-143
 A. Kuhlmann, Tel. 43 49, Raum T 5-135

Teilprojekt A 6: Familiäre Bedingungen des elterlichen Unterstützungsverhaltens

Leiter: Dr. A. Herlth, Tel. 51 67/68, Raum N 5-124
 Sekretariat: N.N., Tel. 51 77, Raum N 5-127
 Wiss. Mitarbeiter: S. Böcker, Tel. 43 36/51 76, Raum N 5-123
 F. Ossyssek, Tel. 38 65, Raum U 5-105

Projektbereich B: Prävention und Intervention in Jugendberatung und Jugendhilfe

Teilprojekt B 1: Problembelastung Jugendlicher

Leiter: Prof. Dr. K. Hurrelmann, Tel. 38 34, Raum U 6-106
 Sekretariat: U. Ladstätter, Tel. 38 34, Raum U 6-110
 Wiss. Mitarbeiter: Dr. P. Kolip, Tel. 38 03, Raum U 6-138
 Dr. A. Klocke, Tel. 38 90, Raum U 6-121
 Dr. A. Leppin, Tel. 43 67, Raum T 6-148
 M. Freitag, Tel. 43 63, Raum T 6-134
 Z. Szirmak, Tel. 38 91, Raum U 6-133
 E. Pieper, Tel. 38 91, Raum U 6-133

Teilprojekt B 3: Präventive Jugendhilfe
 Leiter: Prof. Dr. H.-U. Otto, Tel. 33 08/33 09, Raum S 6-235
 Sekretariat: H. Hanna, Tel. 43 75, Raum T 6-135
 Wiss. Mitarbeiter: Dr. G. Flösser, Tel. 33 24, Raum S 6-240
 Dr. H.-G. Micheel, Tel. 33 83, Raum K 6-123
 K. Petersen, Tel. 43 76, Raum T 6-139
 A. Markert, Tel. 43 77, Raum T 6-141

Teilprojekt B 4: Individualisierung und Gewalt
 Leiter: Prof. Dr. W. Heitmeyer, Tel. 31 64, Raum S 6-145
 Sekretariat: R. Hillenkötter, Tel. 31 65, Raum S 6-147
 Wiss. Mitarbeiter: J. Conrads, Tel. 31 50, Raum S 6-140
 Dr. R. Möller, Tel. 43 59, Raum T 6-122
 M. Ulbrich-Herrmann, Tel. 31 47, Raum S 6-132

Teilprojekt B 8: Gewalt in der Schule
 Leiter: Prof. Dr. K.-J. Tillmann, Tel. 45 47, Raum T 6-241
 Sekretariat: C. Möhring, Tel. 44 55, Raum T 6-155
 Wiss. Mitarbeiter: Dr. U. Popp, Tel. 45 46, Raum T 6-239
 PD Dr. H.-G. Holtappels, Tel. 43 64, Raum T 6-138
 U. Meier, Tel. 43 62, Raum T 6-132

Teilprojekt B 9: Sportliches Engagement und soziale Unterstützung im Jugendalter
 Leiter: Prof. Dr. D. Kurz, Tel. 20 24, Raum F 0-151
 Dr. K.-P. Brinkhoff, Tel. 20 12, Raum F 0-120
 Sekretariat: M.-L. Scharkowski, Tel. 20 24, Raum F 0-147
 Wiss. Mitarbeiter: M. Tietjens, Tel. 43 35, Raum T 5-126
 K. Endrikat, Tel. 43 35, Raum T 5-126

Projektbereich C: Präventive Entstigmatisierung und Krisen-Intervention im Bereich sozialer Kontrolle

Teilprojekt C 3: Alternative Konfliktlösungs- und Sanktionspraktiken
 Leiter: Prof. Dr. G. Albrecht, Tel. 46 30, Raum U 5-208/210
 Sekretariat: E. Kroppenstedt, Tel. 43 74, Raum T 6-133
 Wiss. Mitarbeiter: M. Becker, Tel. 38 36, Raum U 6-116
 B. Crasmöller, Tel. 62 45, Raum U 6-117
 C.-W. Howe, Tel. 38 89, Raum U 6-113
 T. Klinger, Tel. 38 38, Raum U 6-122
 S. Kimpel, Tel. 38 89, Raum U 6-113

Teilprojekt C 5: Familiäre Gewalt gegen Kinder und die Ambivalenz des Rechts
 Leiter: Prof. Dr. Frehsee, Tel. 47 21, Raum U 8-231
 Sekretariat: E. Kroppenstedt, Tel. 43 74, Raum T 6-133
 Wiss. Mitarbeiter: Dr. K.-D. Bussmann, Tel. 38 88, Raum U 6-111
 W. Horn, Tel. 38 35, Raum U 6-112
 T. Drücker, Tel. 38 87, Raum U 6-107

Projektbereich Y: Kooperationsprojekte mit ostdeutschen Forschungsteams

Teilprojekt YE2: Jugendhilfe im Umbruch
 Leiter: Prof. Dr. F. Prütz, Ernst-Moritz-Arndt-Universität

- Inst. f. Erziehungswissenschaften
Tel. (0 38 34) 86 37 10
Franz-Mehring-Str. 47, 17489 Greifswald
- Wiss. Mitarbeiter: Dr. F. Bettmer, Ernst-Moritz-Arndt-Universität
Inst. f. Erziehungswissenschaften
Tel. (0 38 34) 86 37 12
Franz-Mehring-Str. 47, 17489 Greifswald
- Sekretariat: I. Marten, Tel. (0 38 34) 86 37 09
- Teilprojekt YE3: Maßnahmen der Gesundheitserziehung und Gesundheitsberatung**
- Leiter: Prof. Dr. H. Petermann, Universität Leipzig
Institut für Psychologie, Tel. (03 41) 9 73 59 11
- Sekretariat: N.N., Tel. (03 41) 9 73 69 62
- Wiss. Mitarbeiter: Dr. H. Müller, Universität Leipzig,
Institut für Psychologie, Tel. (03 41) 9 73 59 16
Dr. B. Kersch, Tel. (03 41) 9 73 59 13
Dr. M. Röhr, Tel. (03 41) 9 73 59 15
- Teilprojekt YE4 Individualisierung und Gewalt bei Jugendlichen**
- Leiterin: Prof. Dr. M. Nickel, Humboldt-Universität Berlin,
FB Sozialwissenschaft, Tel. (0 30) 20 93-43 29/43 33
- Wiss. Mitarbeiter: Dr. W. Kühnel, Humboldt-Universität Berlin,
FB Sozialwissenschaft, Tel. (0 30) 20 93-42 00/43 33
I. Matuschek, Humboldt-Universität Berlin,
FB Sozialwissenschaft, Tel. (0 30) 20 93-42 00/43 33
- Teilprojekt YE5: Gewalt in der Schule in Ost- und Westdeutschland**
- Leiter: Prof. Dr. W. Melzer, Technische Universität Dresden,
Fak. Erziehungswissenschaften, Tel. (0351) 4 63 48 58
- Sekretariat: B. Scharf, Tel. (03 51) 4 63 48 58
- Wiss. Mitarbeiter: K. Darge, Tel. (03 51) 4 63 30 70
M. Mühl, Tel. (03 51) 4 63 30 70
P. Rostampour, Tel. (03 51) 4 63 30 70
Dr. W. Schubarth, Tel. (03 51) 4 63 32 26
- Teilprojekt YW2: Jugendhilfe im Umbruch**
- Leiter: Prof. Dr. H.-U. Otto, Tel. 33 08/9, Raum S 6-235
- Sekretariat: H. Hanna, Tel. 43 75, Raum T 6-135
- Wiss. Mitarbeiter: Dr. G. Flösser, Tel. 33 24, Raum S 6-240
K. Brüggemann-Helmold, Tel. 33 92, Raum K 6-124
K. Hanssen, Tel. 33 73, Raum K 6-127
Dr. H.-G. Micheel, Tel. 33 83, Raum K 6-123
M. Schmidt, Tel. 33 73, Raum K 6-127
S. Wagenblass, Tel. 43 77, Raum T 6-141
-

Eberhard-Karls-Universität Tübingen

Sonderforschungsbereich 441



Linguistische Datenstrukturen: Theoretische und empirische Grundlagen der Grammatikforschung

Gliederung in Teilprojekte
Veranstaltungen des SFB
Mitarbeiter des SFB
IUSNELDA
Korpuslinguistikseite
Universität Tübingen
Deutsche Forschungsgemeinschaft



Sprecherin:
Prof. Dr. Marga Reis
Tel. +49/7071/29-76741
Fax +49/7071/29-5321
Email: mer@uni-tuebingen.de

Koordinatorin:
Laura Kallmeyer
Tel. +49/7071/29-77153
Email:
lk@sfs.nphil.uni-tuebingen.de

Sekretariat:
Beate Starke
SFB 441
Universität Tübingen
Köstlinstr. 6
72074 Tübingen
Tel.: +49/7071/29-77151
Fax +49/7071/29-5830
Email:
bstarke@sfs.nphil.uni-tuebingen.de

Öffnungszeiten: Mo-Fr 8.30-12 Uh

Der seit dem 1.1.1999 bestehende SFB 441 beschäftigt sich mit Datenstrukturen im Spannungsfeld zwischen Theorie und Empirie. Zwei wesentliche Entwicklungen der vergangenen Jahrzehnte stehen dabei im Blickpunkt: Einerseits haben sich die Datentypen vervielfacht, auf denen die sprachwissenschaftliche Theoriebildung heute gründet. Beispielsweise sind experimentelle Daten zu Erst- und Zweitspracherwerb, zu Sprachstörungen oder -verarbeitung dazugekommen. Andererseits ermöglicht die technische Entwicklung die Bereitstellung von Sprachdatenmengen in zuvor unvorstellbarem Umfang. Aus dieser Vervielfachung von Datentypen und -mengen ergeben sich für die Linguisten zahlreiche theoretische, methodische, empirische und auch praktische Fragen hinsichtlich des empirischen Fundaments ihrer Wissenschaft. Diese Fragestellungen werden im SFB 441 systematisch bearbeitet.

Erstellt am 11.03.99 von Christoph Singer. Aktualisiert von Laura Kallmeyer am 12.07.99.



Gliederung des SFB 441

Hauptseite des SFB
Projekt A1
Projekt A2
Projekt A3
Projekt B1
Projekt B2
Projekt B3
Projekt B5
Projekt B6
Projekt B8
Projekt B9
Projekt B10
Projekt C1

Inhaltlich hat der SFB 441 drei Schwerpunkte: einen methodenorientierten Projektbereich A, einen phänomenorientierten Bereich B sowie einen verbindenden Bereich C. Durch die Interaktion dieser Bereiche werden Ressourcen von Computerlinguistik, Allgemeiner Sprachwissenschaft und einzelphilologischer Sprachforschung zusammengeführt.

Teilprojekte des SFB 441:

A: Methoden- und korpusorientierte Untersuchungen

- A1: Repräsentation und Erschließung linguistischer Daten (Erhard Hinrichs)
- A2: Linguistische Theorien als Datentypen (Uwe Mönnich)
- A3: Suboptimale syntaktische Strukturen im Deutschen (Wolfgang Sternefeld)

B: Phänomenorientierte Untersuchungen

- B1: Korpusbasierte Untersuchung von Anrede und Höflichkeit in den slavischen Sprachen (Tilman Berger)
- B2: Universale und typologische Aspekte der Polarität (Hans Bernhard Drubig)
- B3: Modalverben und Modalität im Deutschen (Veronika Ehrich/Marga Reis)
- B5: Phonologie und Semantik von Fokus und verwandten Phänomenen (Caroline Féry/Fritz Hamm)
- B6: Lexikalischer Wandel - Polygenese - kognitive Konstanten: Der menschliche Körper (Peter Koch)
- B8: Korpusbasierte Untersuchung lokaler und temporaler Deiktika in (spontan) gesprochener und (reflektiert) geschriebener Sprache (Jochen Raecke)
- B9: Lokale und temporale Deixis in den romanischen Sprachen - Geschichte und Variation (Brigitte Schlieben-Lange)
- B10: Tempus und Temporaladverbien in geraden und ungeraden Kontexten (Arnim von Stechow)

C: Linguistische Datenstrukturen: sprachübergreifende Annotationen und Datenklassen

- C1: Linguistische Datenstrukturen: sprachübergreifende Annotationen und Datenklassen (Marga Reis)

Textredaktion: Laura Kallmeyer. Seite erstellt von Christoph Singer. Aktualisiert am 13.03.99.

SFB 511 "Literatur und Anthropologie"

Übersicht über die Teilprojekte

<u>TP 1</u>	Assmann	"Exkarnation - Zur Grenze zwischen Körper und Schrift. Untersuchung zu einer Anthropologie der Medien"
<u>TP 2</u>	Baudy	"Anthropologie des Mythos"
<u>TP 3</u>	Gaier	"Anthropologie und 'Neue Mythologie' im 18. Jahrhundert: zu Funktion und Verfahren konjekturalen Denkens"
<u>TP 4</u>	v. Graevenitz	"Entstehung und Ordnung anthropologischer Diskurse der Moderne"
<u>TP 5</u>	Groh, D.	"Anthropologische Voraussetzungen wissenschaftlicher Diskurse: Theologische und teleologische Denkmuster und deren Widerpart in den Wissenschaften seit dem 16. Jahrhundert"
<u>TP 6</u>	Groh, R. (TP-Leiter: v. Graevenitz)	"Zur Entstehung ästhetischer Naturerfahrung. Naturphilosophische und anthropologische Perspektiven"
<u>TP 7</u>	Lachmann	"Fiktion und Gegenfiktion: die Provokation des Mimetischen im Diskurs der Phantastik"
<u>TP 8</u>	Luckmann/Kotthoff/ Couper-Kuhlen/Günthner	"Ästhetische Phänomene in mündlichen kommunikativen Formen und Gattungen: Von Rahmung zu Performance"
<u>TP 9</u>	Paech	"Medien und kulturelle Identität"
<u>TP 10</u>	Seebaß	"Anthropologische Grundlagen normativer Rede"
<u>TP 11</u>	Soeffner	"Die Medialisierung des Sehens"
<u>TP 12</u>	Stierle	"Die Entdeckung der Landschaft. Petrarca und die Anfänge des neuzeitlichen Landschaftsbewußtseins"
<u>TP 13</u>	Thürlemann	"Historische Anthropologie westlicher Bildmedien"
<u>TP 14</u>	Todorow	"Glaubwürdigkeit und literarische Entgrenzung des Textensembles der Zeitung im 20. Jahrhundert - Anthropologische Dimension moderner Pressekommunikation"
<u>TP 15</u>	Trommsdorff	"Kulturvergleich subjektiver Erziehungs- und

Entwicklungstheorien"

TP A Gladigow

**"Religiöse Muster einer
Pluralisierung von Sinn" (in
Vorbereitung)**

TP B Hauschild

**"Takt und Tabu. Ethnologie als
Selbst- und Fremdgestaltung in
Deutschland"**

Z-Bereich v. Graevenitz

Der Sfb 186 wird durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert und besteht seit 1988. Die interdisziplinär ausgerichtete Grundlagenforschung des Sfb richtet sich auf zentrale Bereiche sozialen Wandels wie Bildung, Arbeitsmarkt, Familie und Sozialpolitik. Durch die Erforschung von Übergängen (Statuspassagen) im Lebensverlauf werden sowohl institutionell-strukturelle Veränderungen als auch individuelle Handlungsstrategien untersucht.

Ein wesentliches Charakteristikum von Sonderforschungsbereichen ist, daß in ihnen längerfristige Forschung ermöglicht wird. Beobachtungen und Analysen von Veränderungsprozessen ergeben ein anderes, in jedem Falle zutreffenderes Bild, als die statische Momentaufnahme, die die Richtung der Veränderung, das Woher und Wohin und die Prozeßdynamik im Zeitablauf - individuell, institutionell und sozialstrukturell - nicht erkennen läßt.

Die meisten Längsschnittuntersuchungen des Sfb 186 sind auf einen Zeitraum von sechs bis zwölf Jahren ausgerichtet, so daß die Publikation von Ergebnissen oder Zwischenergebnissen oft erst nach der Auswertung, z.B. der zweiten Untersuchungswelle, möglich ist. Die in der Zeitschrift BIOS 1/93 erschiene Literaturdokumentation des Sfb 186 spiegelt die erste Auswertungsphase wider. Inzwischen, nach weiteren Jahren Forschungsarbeit, ist die Zahl der Veröffentlichungen aus den Projekten so erheblich gestiegen, daß uns eine erneute Zwischenbilanz des wissenschaftlichen Outputs für die Fachöffentlichkeit und den weiten Kreis der Leserschaft aus den von der Forschung des Sfb 186 "betroffenen" Institutionen nützlich erscheint.

Die Veröffentlichungen sind den vier Projektbereichen des Sfb 186 zugeordnet, innerhalb derer dann nach Büchern und Artikeln in Büchern und Zeitschriften differenziert wird. Um die Autorensuche zu erleichtern, ist am Schluß dieser Dokumentation eine Übersicht über alle Teilprojekte mit allen zur Zeit im Sfb 186 tätigen MitarbeiterInnen und Mitarbeitern angefügt, von der aus die Zuordnung der Autoren zu den Projektbereichen leicht möglich ist.

Für eine erste inhaltliche Orientierung über die Sfb-Projekte kann eine Broschüre mit dem Forschungsprogramm 1997 - 1999 über die Zentrale Geschäftsstelle bezogen werden.

Bremen, im März 1997

Prof. Dr. Walter R. Heinz

Forschungsprogramm

Die Studien des Sonderforschungsbereichs beziehen in den vier Projektbereichen A, B, C und D drei Ebenen des Verhältnisses von sozialem Wandel und Lebenslauf aufeinander: Sozialstruktur, Institution und Individuen. Auf der individuellen Verlaufebene untersuchen die Projekte sowohl die Dynamik (Ablaufmuster) der Lebensverläufe von Kohorten als auch kultur- und milieugebundene biographische Verarbeitungsprozesse von Lebensereignissen und sozialen Chancen und Risiken. Dabei greifen die Projekte auf eigene Längsschnittdaten sowie Datensätze anderer Forschungseinrichtungen in Deutschland und im Ausland zurück.

Im Projektbereich A werden Statuspassagen, Lebensverläufe und Risikolagen im Übergang zwischen Bildungs- und Beschäftigungssystem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit unterschiedlichem Qualifikationsniveau im Regionalvergleich untersucht.

Die Studien im Projektbereich B befassen sich schwerpunktmäßig mit dem Wechselverhältnis von Berufsverläufen und Familienbildungsprozessen auf der Ebene von Haushalten unter Berücksichtigung des Generationenverhältnisses sowie der internationalen Entwicklung.

Im Projektbereich C werden Lebensverläufe und die Lebenslaufpolitik im Einzugsbereich von Arbeit, Gesundheit und sozialer Sicherung, bezogen auf Gesundheitsvorsorge, Rehabilitation und Übergänge in die Nacherwerbsphase erforscht.

Gegenstand der Projekte im Bereich D sind die sozialpolitischen Arrangements und gesellschaftlichen Konzepte der deutschen Lebenslaufpolitik, wobei Erwerbs- und Armutskarrieren im Spannungsfeld zwischen sozio-ökonomischem Strukturwandel und sozialstaatlicher Lebenslaufpolitik untersucht werden.

Die Forschungsarbeit im Sonderforschungsbereich bezieht sich auf einen theoretischen Rahmen, der die wachsende Differenzierung der individuellen und sozialen Zeit im Prozeß der Modernisierung in den Mittelpunkt stellt. Das Verhältnis von Gesellschaftsstrukturen, sozialem Wandel, Lebenslaufmustern und individuellen Biographien wird dadurch komplexer und zukunftsöffener. Damit werden Lebenslaufübergänge zu Statuspassagen, die nicht mehr als soziale Rituale oder Ereignisse und Altersnormen festgelegt sind, sondern die Koordination verschiedenartiger individueller und sozialer Zeitstrukturen sowie unterschiedlicher Lebenslaufmuster erfordern.

Die Koordination kann, muß aber nicht, durch die gesellschaftspolitisch konzipierten Lebenslaufregimes der Institutionen Bildung, Beschäftigungssystem, soziale Risikobearbeitung und Alterssicherung unterstützt werden. Diese Institutionen formen die Ablaufmuster zwischen den individuellen Lebensphasen und deren gesellschaftlicher Einordnung. Nach einer langen Aufbauperiode ist das staatliche Lebenslaufgeschehen in Deutschland seit den 80er Jahren brüchig geworden. Bildung, Arbeit, soziale Risikobearbeitung und Alterssicherung sind lebenslaufpolitisch prekär geworden, wobei es sich dabei nicht um zufällige, vorübergehende oder externe Störungen handelt, sondern um Strukturprobleme des Sozialstaats.

Im bundesdeutschen Modell sind Lebenslauf und Sozialpolitik eng miteinander verbunden: Leistungen hängen von individuellen Vorleistungen ab, normale Bildungs-, Erwerbs- und Familienverläufe werden durch die Sozialversicherung prämiert. Dies geschieht jedoch, anders als in vergleichbaren Wohlfahrtsstaaten, in einer nach Geschlechtern segmentierten Struktur. Die Vorgaben des deutschen sozialstaatlichen Institutionengeflechts sind ausgeprägter und strukturieren den Lebenslauf stärker als etwa in Nordamerika oder Großbritannien, wo biographische Übergänge beweglicher angelegt sind. Dementsprechend richtet sich die Forschungsperspektive der Projekte im Sfb auf die Spezifika des Verhältnisses zwischen Wohlfahrtsstaat und Lebenslaufpolitik, wie sie sich im Kontrast zu anderen wohlfahrtsstaatlichen Regimes darstellen.

Projektbereiche des Sonderforschungsbereiches 186

Projektbereich A: Übergänge vom Ausbildungs- in das Erwerbssystem

Projekt A1: Zwischen beruflichem Statusmanagement und Familiengründung: Fachkräfte 10 Jahre nach ihrem Schulabschluß

Projekt A3: Integrationsrisiken bildungsbenachteiligter junger Erwachsener

Projekt A4: Berufsverläufe im sozialen Wandel - Optionen und Restriktionen

Projektbereich B: Statuspassagen zwischen Reproduktions- und Erwerbsarbeit

Projekt B1: Berufe im weiblichen Lebenslauf und sozialer Wandel

Projekt B6: Haushaltsdynamik und soziale Ungleichheit im internationalen Vergleich

Projektbereich C: Statuspassagen innerhalb der Erwerbsarbeit

Projekt C1: Institutionelle Steuerung und individuelle Verarbeitung gesundheitlicher Risikofaktoren - Ansätze zu einer Lebenslaufpolitik der Krankenkassen?

Projekt C4: Passagen in Abstiegskarrieren und Auffangpositionen IV: Erwerbsverläufe und "relative Gesundheit" (bis Ende 1998)

Projekt C5: Der Übergang vom Erwerbsleben in die Nacherwerbsphase: Altersteilzeit versus Frühverrentung

Projektbereich D: Übergänge zwischen Erwerbssystem und sozialer Sicherung

Projekt D1: Risikobiographie und Sozialversicherungsverfahren im gesellschaftlichen Wandel

Projekt D3: Sozialhilfedynamik zwischen Lebenslaufpolitik und gesellschaftlichem Strukturwandel

Bereich Methodenentwicklung und EDV

Projekt Z: Zentrale Geschäftsstelle: Bereich Methoden und EDV

Kooperationsprojekt mit der Universität Halle Wittenberg

Projekt YE2: Sozialhilfedynamik in den neuen Bundesländern (bis Ende 1998)



Forschungsprogramm

Allgemeine Informationen

Der Sonderforschungsbereich (SFB) 386 wurde 1995 an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit dem Ziel eingerichtet, fachspezifisch übergreifend statistische Methoden zu entwickeln und auf reale Probleme anzuwenden, wenn die latente oder beobachtete Struktur zumindest teilweise diskret ist. Zum SFB 386 gehören neun Teilprojekte, die sich mit verschiedenen Facetten dieser Thematik befassen. Die Teilprojekte finden Sie unter Teilprojekte mit den entsprechenden Leitern aufgelistet. Derzeit sind 19 von der DFG geförderte Mitarbeiter im SFB beschäftigt, der mit Beginn 1998 um weitere drei Jahre verlängert wurde.

Inhaltliche Fragestellungen

Quantitative empirische Forschung u.a. in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Medizin, Umweltwissenschaften und anderen Bereichen basiert häufig und weiterhin zunehmend auf diskreten Daten oder Beobachtungen einer zugrundeliegenden diskreten Struktur. Einige typische Situationen und Fragestellungen aus Biometrie und Ökonometrie sind:

- Wiederholte oder korrelierte Beobachtungen über den in Kategorien klassifizierten Zustand von Patienten und über prognostische Faktoren in klinischen Studien,
- Analyse von Verweildauer- und Ereignisdaten in Studien zum Arbeitsmarkt, zur beruflichen und sozialen Mobilität oder zur Epidemiologie,
- Schätzung von "Change-Points" bei Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz, plötzlichen Zustandsänderungen in medizinischen Monitoringsystemen, switching regimes bei Finanzmarktanalysen,
- Analysen zeitlicher oder räumlicher Beobachtungen bei Umweltstudien zu Waldschäden und zur Schadstoffbelastung,
- Erkennen räumlicher Strukturen und Muster bei regional oder zeitlich gegliederten Daten aus der Epidemiologie, der amtlichen Statistik und der Arbeitsmarktforschung,
- Statistische Methoden der Bildanalyse, um mittels Kernspintomografie Veränderungen in Gewebestrukturen oder Bereiche bestimmter Gehirnfunktionen zu identifizieren.

Dabei erhobene oder beobachtete Variablen können inhärent diskret sein oder auch - z.B. aus Gründen des Datenschutzes oder der Problematik von Antwortverweigerungen - in diskretisierter Form vorliegen. Neben Daten zu solchen diskreten Variablen liegen allerdings häufig auch zusätzlich Beobachtungen zu stetigen Variablen vor. Der Rahmen des Sonderforschungsbereichs schließt die Modellierung und Analyse von solchen gemischt diskret-stetigen Daten mit ein.

Dies gilt in ähnlicher Weise für bestehende latente Strukturen, über die nur indirekte Information durch die beobachteten Variablen vorliegt: Zeitliche oder räumliche Veränderungen dieser Strukturen können in rein diskretisierter Form modelliert werden; oft ist es jedoch auch zweckmäßig und natürlich, Veränderungen zwar als abrupt, jedoch noch stetig anzusehen ("Change-Point"- Ansätze). Die beobachteten Variablen selbst können dabei sogar rein stetig sein; wie etwa beim Online-Monitoring von Patienten oder bei Regressions- oder Zeitreihenmodellen mit wechselnden Regimes, sie können jedoch auch in diskreter oder gemischt diskret-stetiger Form vorliegen.

Durch die Kombination der verschiedenen Typen von Daten und Strukturen ergibt sich ein breites Feld von Anwendungs- und Modellsituationen, für die erheblicher und langfristiger Forschungsbedarf entsteht.

Statistische Methodik

Obwohl sich die Problemstellungen aus den verschiedenen Anwendungsbereichen in der Sache unterscheiden, besteht im methodischen Bereich ein hoher Grad an Übereinstimmung. Einige typische Modelle und Methoden sind:

- Multivariate Regression mit diskreten oder gemischt diskret-stetigen Zielvariablen für Querschnitt-, Längsschnitt- und räumliche Analysen,
- Diskrete Zeitreihen und Longitudinaldaten,
- Zeitliche oder räumliche Punktprozesse,
- Verweildauer- und Ereignisanalysen,
- Semiparametrische und Bayesianische Ansätze,
- Modellierung unbeobachteter Heterogenität und von "Frailty"-Effekten,
- Ein- und mehrdimensionale "Change-Point"-Probleme,
- Regressions- und Zeitreihenanalysen bei wechselnden Regimes,
- Meßfehler in Modellen für diskrete Daten,
- Unvollständige und fehlende Daten,
- Graphische Modelle.

Allgemeine Zielsetzung

Damit lassen sich die Ziele des SFB 386 zusammenfassen als

- die Entwicklung statistischer Methoden zur Modellierung und Analyse diskreter Daten und Strukturen,
 - deren effektiver Einsatz zur Beantwortung inhaltlicher Fragestellungen in verschiedenen Anwendungs- bereichen, insbesondere in Biometrie und Ökonometrie
 - und die Evaluierung alternativer Methoden im Kontext konkreter Anwendungen.
-

SONDERFORSCHUNGSBEREICH 504



- [General information](#)
- [News](#)
- [People](#)
- [Projects](#)
- [Publications](#)
- [Back to the SFB home page](#)

SFB 504 research projects

- [Project group A](#) (Individual decision behavior: Formal models and experimental analysis)
- [Project group B](#) (Applying alternative concepts of individual decision making to economic problems)
- [Project group C](#) (Decision making in an institutional context: Organizations and markets)
- [Project group Z](#) (Central projects)
- [Associated members](#)

Project group A

Individual decision behavior: Formal models and experimental analysis

The common theme of these projects is their focus on the individual from a social psychology perspective. All of these projects concentrate primarily on the investigation of the cognitive processes that underlie human decision making. Their central methodological approach is the experiment. The goal of these projects is to provide a general framework of individuals' decision making processes that can be combined with projects that more directly address the economic behavior of individuals and institutions.

- A2 [The presentation of problems in decision making](#)
PD Dr. Michaela Wänke
- A5 [Behavioral knowledge and decision making](#)
Professor Dr. Klaus Fiedler
- A6 [The impact of hindsight bias on subsequent decision making](#)
Professor Dr. Dagmar Stahlberg

[Back to the top of this page...](#) ▲

Project group B

Applying alternative concepts of individual decision making to economic problems

The projects of group B investigate management and economic policy implications of new or generalized theories of individual behavior. In the fields of management and economics, alternative concepts of individual decision making are to be considered relevant only if they provide a better

understanding of economic problems. Economic phenomena which are not easily explained by traditional theories are observed. However, little work has been done yet to show that alternative behavioral models can resolve these puzzles. The projects of group B intend to fill this gap by showing that the new theories can fruitfully be applied to provide a better understanding of empirical findings in management and economic policy research. Understanding why certain predictions of traditional models are not supported by empirical observation is essential for the improvement of economic policy and management advice. In this respect, the projects of group B cover applied work.

The projects of group B also study more basic questions concerning the aggregation of individual preferences. When individual preferences deviate from rationality postulates, it is not clear whether and to which extent market aggregates, like prices and the intertemporal or interpersonal allocation of goods, will be influenced. Individuals might be disciplined by the market or prices might be determined by the preferences of fully rational participants alone. The interaction with others in a market might lessen or reinforce individual "irrationality". The aggregation of preferences in markets is therefore studied in market experiments. Modeling these aggregation processes is another aim of the projects.

B1 Neoclassical and behavioral approaches to life-cycle saving and portfolio decisions

Professor Axel Börsch-Supan, Ph.D.

B2 Shortfall risk and excess chance decision principles

Professor Dr. Peter Albrecht

B4 Uncertain preferences and markets

Professor Dr. Martin Weber

[Back to the top of this page...](#) ▲

Project group C

Decision making in an institutional context: Organizations and markets

These projects investigate the effects of decisional behavior patterns in institutional environments, especially in organizations and on markets, as well as effects of institutional decision rules on collective decision behavior. That is to say that unlike the projects of group B, which are concerned with decisional behavior of individuals, these projects focus on decision-making of groups.

C2 Standard operating procedures, decisions in organizations, and organizational learning

Professor Dr. Alfred Kieser

C4 Evolution of conventions

Professor Dr. Siegfried Berninghaus

C5 Design of efficient market mechanisms: Theory and experiments

Professor Dr. Benny Moldovanu

[Back to the top of this page...](#) ▲

Central projects

Z1 SFB office

Z2 Central experimental laboratory

[Back to the top of this page...](#) ▲

Associated members

SFB 541

Gegenstand und Konzeption**Der Sonderforschungsbereich 541**

- Gegenstand und Thematik
- Zielsetzung
- Konzeption
- Theoretischer Ausgangspunkt

Die drei Säulen des Sonderforschungsbereichs

- Arbeitsfelder
- Beteiligte Fächer

Der Sonderforschungsbereich
 **SFBs allgemein**
Gegenstand und Thematik

Der SFB 541 untersucht kollektive Identitäten, indem er danach fragt, wodurch unterschiedliche soziale Gruppen, Institutionen und Verbände (z.B. Staaten, Nationen, Konfessionsgemeinschaften) zusammengehalten werden und wie sich die ihnen angehörenden Individuen soweit integrieren lassen, daß sie im Zweifelsfall ihre Existenz mit der ihrer Gruppe verbinden.

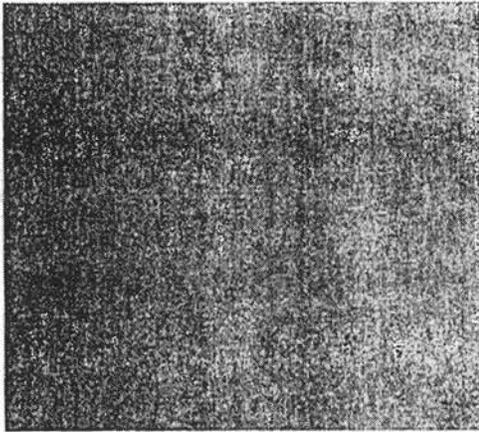
Im Hinblick auf die Formierung der kollektiven Identität wird besonders nach der Rolle des/der jeweils Anderen (Alterität) gefragt; dies ist wesentlich für das eigene Selbstverständnis und kollektive Verhalten:

- Nimmt das "Wir" die "Anderen" als Fremde, Partner oder Feinde wahr?
- Unter welchen Voraussetzungen ist ein Neben- oder Miteinander möglich?
- Wann kommt es zu einem Gegeneinander?

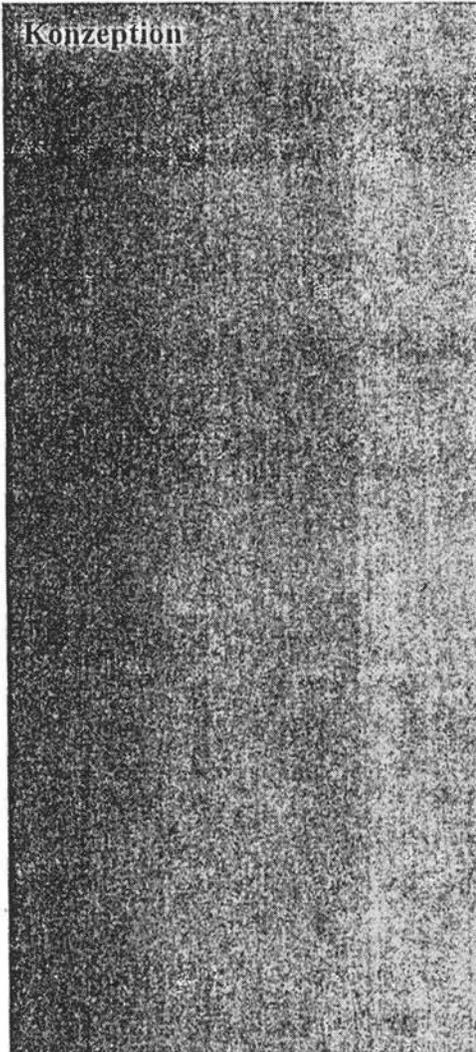
Es geht also um das Verhältnis von inklusiven Identitäten zu exklusiver Identität im Spannungsfeld von Koexistenz und Integration einerseits, von Koexistenz und Abgrenzung (Verabsolutierung der eigenen Identität, Feindbilder) andererseits.

Zielsetzung

Zum einen ist die Frage nach der kollektiven Identität eine wesentliche und aktuelle Problematik innerhalb vieler geistes- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen, zumal nach der poststrukturalistischen Problematisierung, ja "Dekonstruktion" von Identität. Insofern ist das Ziel der Arbeit im SFB, durch fächerübergreifende Analysen zu einem besseren Verständnis kollektiver Identitäten und



insbesondere von sozialen Identifizierungs- und Abgrenzungsprozessen zu gelangen. Zum anderen hat die Frage nach der kollektiven Identität gerade in unserer Zeit eine deutlich politische Dimension, die sich durch Stichworte wie 'Xenophobie', 'ethnische Säuberungen' und "rebirth of nationalism" bezeichnen läßt. Durch ihre Grundlagenforschung versuchen die beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auch ihrer besonderen Verantwortung gerecht zu werden. Insofern wollen sie einen Beitrag zur besseren Lösung der angesprochenen Probleme leisten, indem sie mit ihren Analysen die Voraussetzungen und Mechanismen von Abgrenzungsprozessen erhellen.



Konzeption

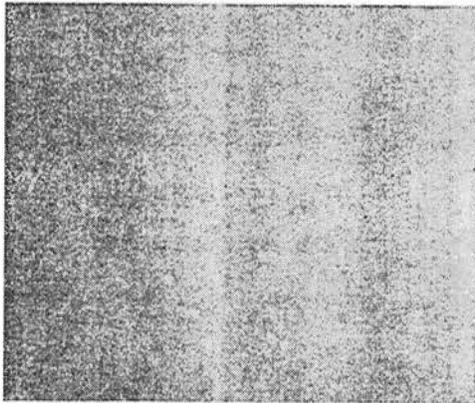
Der SFB wählt dezidiert einen modernen kulturwissenschaftlichen Zugang zu seiner Thematik. Er richtet seinen Blick auf die Vorstellungswelten und Mentalitäten, auf Bilder und Symbolwelten in ihrem jeweiligen sozialen und politischen Zusammenhang. Der SFB bemüht sich, die von ihm behandelten Phänomene in ihrer historischen Tiefendimension und in ihrer anthropologischen Breite zu erfassen.

- Diachrone (epochenübergreifende) Sichtweisen verbinden sich mit jeweils synchronen (auf eine Epoche, hier besonders die eigene Zeit gerichteten) Perspektiven: Längsschnitte stehen neben Querschnitten.
- Die moderne bzw. aktuelle Problematik (bes. das Phänomen des Nationalismus) wird nicht isoliert behandelt, sondern vor dem Hintergrund vergleichbarer Phänomene in anderen Epochen und Kulturkreisen. Damit kann zwischen anthropologisch- sozialpsychologischen Konstanten und historisch-sozialen Besonderheiten bzw. Varianten differenziert werden.
- Somit ergeben sich die verschiedensten Möglichkeiten historischer und interkultureller Vergleiche: Entwicklungslinien lassen sich von der Antike über das Mittelalter, die frühe Neuzeit und die neueste Geschichte bis zur Zeitgeschichte ziehen; neben dem europäisch-westlichen Kulturkreis werden andere Zivilisationen behandelt, insbesondere mit dem Blick auf interkulturelle Begegnungen und Wechselbeziehungen, und zwar in globaler Dimension.



Theoretischer Ausgangspunkt

Kollektive Identität ist - nach dem derzeitigen Stand der Forschung - nicht als naturgegeben anzusehen, sondern als wesentlich 'gemacht', als Ergebnis vielschichtiger und oft langfristiger sozialer und kultureller Konstruktionen. Sie kann aber (und das geschieht sehr häufig) als gegeben bzw. als natürliche Größe angesehen werden. Berger und Luckmann sprechen von "Verdinglichung". In der Regel ist die Konstruktion aber nicht völlig beliebig, das Wort von der "Erfindung der Nation" etwa greift deshalb zu kurz. Vielmehr knüpft die Konstruktion an bestimmte Wahrnehmungen des jeweils Anderen und damit an tatsächlich gegebene und beobachtete Differenzen an. Gerade dem Wechselspiel zwischen den

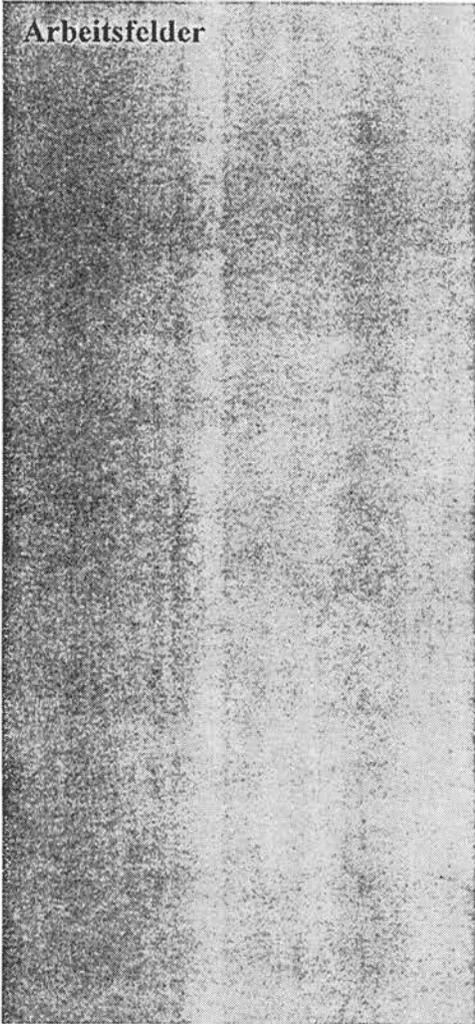


Wahrnehmungen und den daraus resultierenden Konstruktionen gilt das besondere Interesse des SFB. Denn die Wahrnehmungen verbinden sich häufig mit bestimmten Klassifizierungen und Bewertungen des Anderen, und diese führen zur Zuschreibung von bestimmten Rollen, welche auch Rückwirkungen auf die Definition der eigenen Gruppe haben. Dabei ergibt sich - in Abhängigkeit von den jeweiligen sozialen Rahmenbedingungen und kulturellen Codes - eine große Zahl möglicher Optionen zwischen Koexistenz und Abgrenzung (bis hin zu Feindbildern) bzw. zwischen inklusiven und exklusiven Identitäten.

Die drei Säulen des Sonderforschungsbereichs

Der SFB verfolgt seine Arbeiten auf drei großen Gebieten bzw. unter drei Perspektiven, die unter- und miteinander vielfältig verbunden und vernetzt sind:

Arbeitsfelder



- Im Bereich A geht es im wesentlichen um die Mittel, mit denen kollektive Identität konstituiert und konstruiert wird, insbesondere um Medien und Symbolwelten. Dazu gehören Sprache, Literatur und Kunst, religiöse Vorstellungen und Praktiken und Geschichtsbilder, aber auch Sitten und Bräuche, Konvention und normierte Verhaltensweisen.
- Im Bereich B werden vornehmlich die historisch-sozialen Konfigurationen untersucht, in denen Prozesse der Identifizierung und Abgrenzung intensiviert werden, z.B. in sozialen und ökonomischen Krisenzeiten, auf Grund politischer Vorgaben, angesichts des Gefühls bedrohter Identität.
- Im Bereich C geht es um die Rolle der Wissenschaft(en) bei der Identitätskonstitution. Angesichts der Bedeutung der unter A genannten Medien und Symbolwelten geraten auch die jenen gewidmeten wissenschaftlichen Disziplinen (bes. Linguistik, Literatur- und Geschichtswissenschaften) in den Blick. Hier ist auch Selbstkritik gefragt.

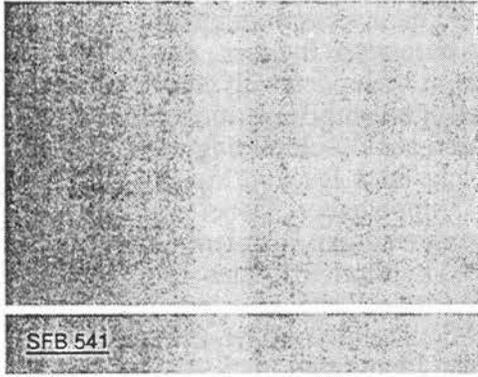
Ferner hat man darüber nachzudenken, wie weit die Möglichkeiten wissenschaftlicher Analyse von Identitätskonstitution überhaupt reichen bzw. wo gegebenenfalls deren Grenzen liegen. Dies wird insbesondere vor dem Hintergrund allgemeiner Forschungen zu Möglichkeiten und Grenzen des Verstehens jeweils anderer Kulturen (interkulturelle Hermeneutik) zu untersuchen sein.

Beteiligte Fächer



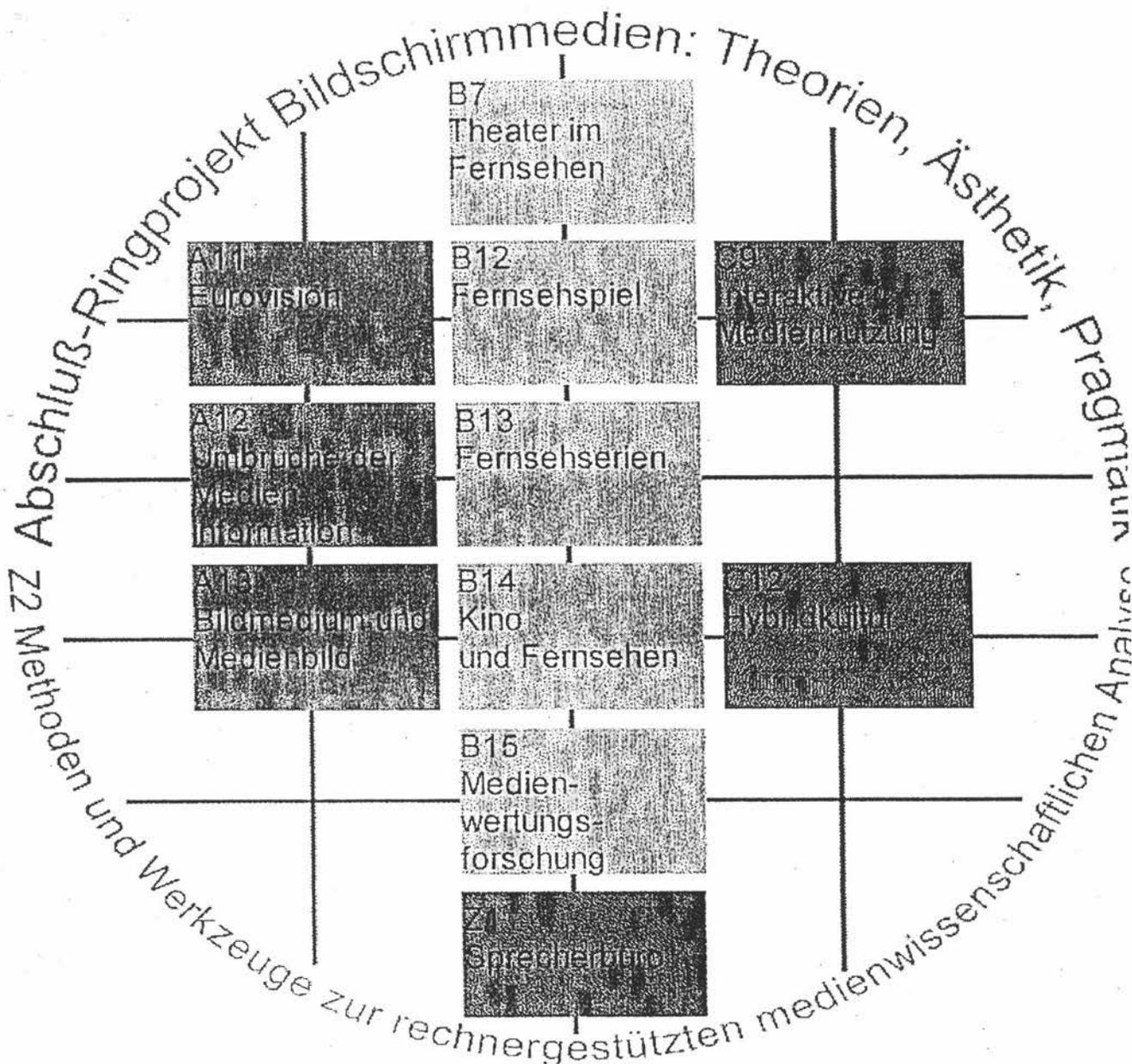
Die Teilprojekte umfassen ein breites Spektrum an Fächern:

- Medien- und Kommunikationswissenschaft
- Medizinsoziologie
- Psychologie
- Sprachwissenschaften (Anglistik, Germanistik, Romanistik; Soziolinguistik und Sprachsoziologie)
- Literaturwissenschaften



- (Anglistik, Romanistik, Skandinavistik)
- Lateinische und Mittellateinische Philologie
 - Archäologie
 - Geschichtswissenschaften
 - Historische Anthropologie
 - Soziologie
 - Orientalistik
(Islamwissenschaft, Indologie, Buddhologie)
 - Systematische Theologie

sfb240-Teilprojekte





Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien

Sonderforschungsbereich 240 der Universität-GH Siegen

Informationen zum sfb2

1986 wurde von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) an der Universität-GH Siegen der Sonderforschungsbereich „Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien“ eingerichtet, der sich seitdem zu einer der europaweit größten universitären medienwissenschaftlichen Forschungsinstitutionen entwickelt hat. Mit insgesamt über 100 Mitarbeitern stellt er eine einzigartige Schwerpunktbildung der Wissenschaft im Bereich der Medien dar. Von den insgesamt 33 Teilprojekten des Sonderforschungsbereichs wurden bislang 20 abgeschlossen; 13 Teilprojekte befinden sich derzeit noch in Bearbeitung. Mit ca. 1.500 Publikationen, eingeschlossen der fünfbändigen „Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland“ sowie der eigenen Publikationsreihe „Arbeitshefte Bildschirmmedien“ mit derzeit über 70 Heften, hat sich der Sonderforschungsbereich intensiv an der Grundlagenforschung für die neuere Medienentwicklung beteiligt.

Lag der Schwerpunkt zunächst auf der medienästhetischen und medienhistorischen Erforschung des Fernsehens, erweiterte sich das Forschungsfeld in den folgenden Jahren um die ästhetischen und kulturellen Auswirkungen der Neuen Medien mit den zentralen Stichworten Computer, Digitalisierung und Multimedia. Ziel der derzeitigen Abschlußphase (1998 bis 2000) des sfb ist es, die bisher geleistete medienwissenschaftliche Grundlagenforschung abzuschließen, zusammenzuführen und einer internationalen Fachöffentlichkeit zur Diskussion zu stellen. Neben den Teilprojekten mit Themen wie: Umbrüche der Medieninformation, Bild-Medientheorie, Theater und Oper im Fernsehen, Fernsehspiel und -serien, Kino und Fernsehen, Medienwertungsforschung, Interaktive Mediennutzung und Hybridkultur, haben seit Januar 1998 zwei Neuprojekte ihre Arbeit aufgenommen, die in unterschiedlicher Weise zu einem zentralen Abschluß des gesamten Sonderforschungsbereichs beitragen.

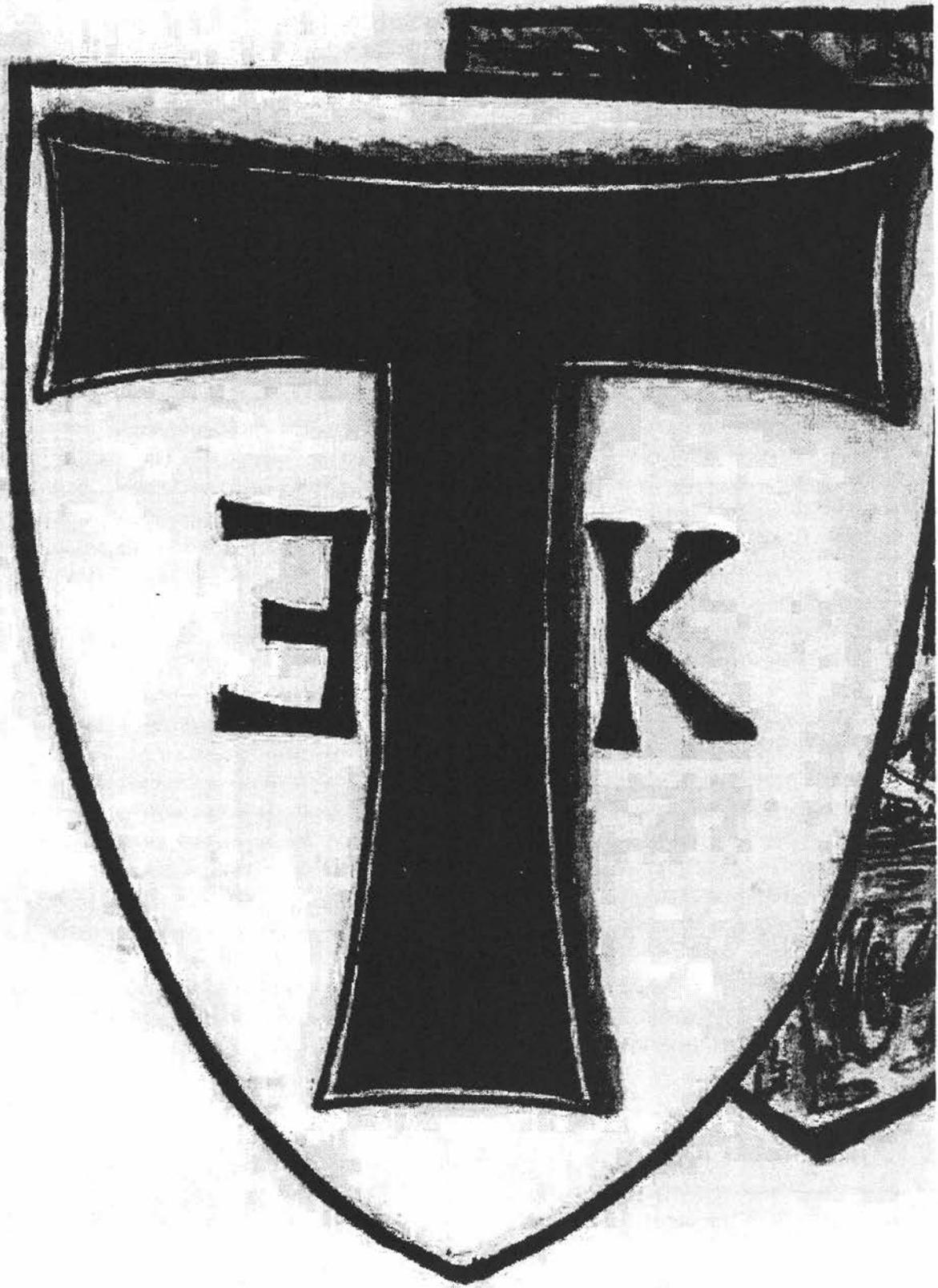
Das Abschluß-Ringprojekt wird die Forschungsergebnisse der abgeschlossenen und laufenden Teilprojekte systematisieren und in einem Theoriekonzept zusammenfassen. Geplant sind drei jährlich stattfindende Symposien, auf denen die Forschungsergebnisse aus dem Sonderforschungsbereich einer internationalen medienwissenschaftlichen Öffentlichkeit präsentiert und diskutiert werden, und eine dreibändige Abschlußpublikation in den Bereichen „Theorie“, „Ästhetik“ und „Pragmatik“ der Bildschirmmedien.

Zu einem zentralen Forschungsabschluß im Bereich der Sicherung der Daten- und Videobestände des Sonderforschungsbereichs führt das neue Teilprojekt Z2 „Methoden und Werkzeuge zur rechnergestützten medienwissenschaftlichen Analyse“. Es eröffnet zugleich zukunftsweisende Forschungsperspektiven. Die innovative Kooperation von Medienwissenschaftlern und Informatikern soll zu einem Arbeitsplatz für Medienforscher führen, dessen Basis die im sfb gesammelten und inhaltlich aufbereiteten Materialien darstellen. Damit wird die langjährige Forschungsarbeit des sfb 240 auch für zukünftige medienwissenschaftliche Fragestellungen nutzbar gemacht und auch in medienwissenschaftliche Lehrangebote eingehen.

Der Sonderforschungsbereich „Bildschirmmedien“ trägt dazu bei, neue

Grundlagen für das Verständnis von Bildschirmmedien zu erarbeiten, technische Möglichkeiten mit einer Kultur der Digitalmedien zu verbinden und neue Impulse in Lehre und Ausbildung (speziell im Siegener Diplom-Studiengang Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung) zu geben.

Die Internetseiten geben einen Überblick über das Forschungsprogramm der gegenwärtigen einzelnen Teilprojekte im Rahmen des Gesamtprojektes „Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien“ und bietet somit eine zusammenfassende Information über die vielfältigen Forschungsaktivitäten des Sonderforschungsbereichs 240.



Teilprojekte

Projektbereich A

Erinnerung und kulturelle Integration im Imperium Romanum des 2. Jahrhunderts

Teilprojekt A 1	Die lateinische Literatur des 2. Jahrhunderts n. Chr. im Spannungsfeld unterschiedlicher Erinnerungskulturen	Leiter: Prof. Jochem Küppers, Lateinische Philologie
Teilprojekt A 2	Horizonte und Funktionen der Erinnerung in der griechischen Literatur der Zeit des Adoptivkaisertums	Leiter: Prof. Manfred Landfester, Griechische Philologie
Teilprojekt A 3	Formen der Erinnerung und des Vergessens in der bildenden Kunst hadrianischer Zeit	Leiter: Prof. Wolfram Martini, Klassische Archäologie

Projektbereich B

Transformationen traditionaler Erinnerungskulturen

Teilprojekt B 2	Politischer Umsturz und Geschichtsrekonstruktionen: Traditionsbildung im kolonialen Afrika	Leiter: PD Dr. Winfried Spelkamp, Neuere Geschichte
Teilprojekt B 3	Mittelalterliche Erinnerungskulturen im Spannungsfeld von Oralität und Verschriftlichung	Leiter: Prof. Dr. Werner Rösener, Mittelalterliche Geschichte

Projektbereich C

Erinnerung, Legitimitätsstiftung und Identitätsstiftung im frühneuzeitlichen Deutschland

Teilprojekt C 1	Deutsche Identität auf dem langen Weg. Das um 1500 "verdichtete" Reich ringt um sein Selbstverständnis (ausgehendes 13. bis 17. Jahrhundert)	Leiter: Prof. Peter Moraw, Deutsche Landesgeschichte
Teilprojekt C 2	Die Erinnerungskultur der Stadt vom 14. bis zum 18. Jahrhundert	Leiter: Prof. Günther Lottes, Geschichte der Frühen Neuzeit
Teilprojekt C 3	Individualisierung der Erinnerung im 'meditativ-memorativen' Gedicht des 17. und 18. Jahrhunderts	Leiter: Prof. Gerhard Kurz, Literaturgeschichte

Projektbereich D

Erinnerung und normativ-referentielle Wissensweise

Teilprojekt D 1	Enttraditionalisierung und Traditionsbildung in normativ-referentiellen Diskursen	Leiter: Prof. Günther Lottes, Geschichte der Frühen Neuzeit
Teilprojekt D 2	Geschichte als Kunst: Giovanni Battista Piranesi (1720-1778)	Leiter: Prof. Marcel Baumgartner, Kunstgeschichte
Teilprojekt D 3	Erinnern und Erfinden. Ein ästhetisch-soziales Wechselspiel zwischen poetisierten Gärten und Festen und literarischer Kunst des Erinnerns	Leiter: Prof. Günter Oesterle, Literaturgeschichte

Projektbereich E

Erinnerungskultur und Erinnerungspolitik im 19. und 20. Jahrhundert

Teilprojekt E 1	Völkische Erinnerungskultur und nationale Mythenbildung	Leiter: Prof. Helmut Berding, Neuere Geschichte
Teilprojekt E 2	Europäische Moderne und nationale Traditionen in Osteuropa. Die Erinnerungskultur der Russen und Nichtrussen im 19. und 20. Jahrhundert	Leiter: Prof. Klaus Heller, Osteuropäische Geschichte

Projektbereich F

Erinnerungskultur und Verwissenschaftlichung der Geschichtsbetrachtung

Teilprojekt F 1	Öffentliche Erinnerungskulturen und sachliche Vergangenheitsbezüge	Leiter: Prof. Bernhard Giesen, Soziologie
-----------------	--	---

Teilprojekt F.2	Entpolitierte Erinnerung in einem demokratischen Staat: Die Rezeption der griechisch-römischen Antike im Bildungswesen der Bundesrepublik Deutschland zwischen 1945 und 1970	Leiter: Prof. Manfred Landfester, Griechische Philologie
Teilprojekt F.3	Wandlungen der deutschen Mediävistik in der zweiten Nachkriegszeit	Leiter: Prof. Peter Moraw, Deutsche Landesgeschichte

Kooperationen

Cornell University (Ithaca / New York)	Wahrnehmen - Erzählen - Erinnern. Erinnerung zwischen Schriftlichkeit und Visualisierung	Leitung: Prof. Dr. Günter Oesterle (Gießen) und Prof. Dr. Peter Hohendahl (Cornell)
Hebrew University (Jerusalem)	Erinnerungskulturen der deutsch-jüdischen Geschichte im 19. und 20. Jahrhundert	Leitung: Prof. Dr. Gerhard Kurz (Gießen) und Prof. Dr. Gabriel Motzkin (Jerusalem)

• [Homepage](#) • [Kurzinfo](#) • [Projekte](#) • [Mitarbeiter](#) • [Termine](#)

Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg "Medien und kulturelle Kommunikation"

Forschungsprogramm

Das Forschungskolleg stellt sich die Aufgabe, Fragen der Medienevolution mit einer kulturwissenschaftlichen Akzentsetzung zu bearbeiten. Damit soll der Tatsache Rechnung getragen werden, daß neue Medialität den kulturellen Haushalt unserer Gesellschaft neu formatiert. Die Forschungen des Kollegs zielen auf die Beobachtung und Analyse solcher Veränderungen im Hinblick auf:

- Sprach-Medialität, Intermedialität, Hypermedialität (Projektbereich A)
- den medialen Technologien jeweils entsprechende Kommunikationskulturen (Projektbereich B)
- Mediendiskurse und -theorien, welche die medialen Transformationsprozesse begleiten (Projektbereich C)

Übersicht über die Projektbereiche und Teilprojekte

o.....[Uni Köln](#).....o.....[Start](#).....o

Aktualisiert: 1999-07-21 [Christoph Neubert](#)

Kulturwissenschaftliches Forschungskolleg "Medien und kulturelle Kommunikation"

Übersicht über die Projektbereiche und Teilprojekte

Projektbereich A: Mediale Differenz

- A1** **Medialität und Sprachzeichen**
(Ludwig Jäger)
- A1.1 Neurosemiologie
 - A1.2 Zeichenmedialität und Begriffsbildung
 - A1.3 Präliteralität und Kognition
 - A1.4 Orater und literater Medialitätsstil
- A2** **Figurationen mittelalterlicher und frühneuzeitlicher Autorschaft in Text und Bild/Handschrift und Druck**
(Ursula Peters/Hans-Joachim Ziegeler)
- A3** **Intermedialität: Text und Bild**
(Wilhelm Voßkamp)
- A3.1 Die Differenz der Ähnlichkeit, die Ähnlichkeit der Differenz: Zur operativen Seite intermedialer Theoriebildung
 - A3.2 Text-Bild-Relationen in der Pop-Literatur
 - A3.3 Imagines Agentes: Intermedialität photographischer Autorenporträts
- A4** **Von der "mündlichen" Lehre zum Hypertext: Rabbinische Literatur im Medienwandel**
(Dagmar Börner-Klein)
- A5** **Formen des Vorspanns im Hollywoodfilm**
(Georg Stanitzek)

Projektbereich B: Kommunikationskulturen

- B1** **Auswirkungen multimedial vernetzter Informationssysteme auf Kooperation und Wissensorganisation in kulturwissenschaftlichen Projekten**
(Matthias Jarke)
- B2** **Wissenskulturen: Gelehrtenkommunikation im Medienwandel**
(Jürgen Fohrmann)
- B2.1 Gelehrtenkommunikation des 16. Jahrhunderts: Simulierte Mündlichkeit im Verbreitungsmedium des Buchdrucks
 - B2.2 Gelehrtenkommunikation des 18. Jahrhunderts: Medien der Neuheit
 - B2.3 Gelehrtenkommunikation zwischen 1890 und 1960: Wissenschaft und Massenkommunikation
- B3** **Interaktion, Identität und subjektives Erleben in virtuellen Kommunikationsumgebungen**

(Gary Bente)

B4 Kunstgeschichte und elektronische Datenverarbeitung: Methoden zur Dokumentation zeitgenössischer Kunst
(Hubertus Kohle)

Projektbereich C: Mediendiskurse

C1 Textur und Performanz: Medientheorien im Vergleich
(Jürgen Fohrmann)

C2 Archäologie der Medientheorie: Medienepisteme am Anfang des 20. Jahrhunderts
(Günter Blamberger/Bernhard Dotzler)

C4 Lokale Medienpraxen und -diskurse: Eine kulturvergleichende Perspektive
(Heike Behrend)

Projektbereich Z: Zentrale Aufgaben

o [Uni Köln](#) Start o [Projekte](#) 

Aktualisiert: 1999-08-02 [Christoph Neubert](#)

4 Sozialwissenschaftliche Einrichtungen im öffentlich-rechtlichen Sektor

4 Sozialwissenschaftliche Einrichtungen im öffentlich-rechtlichen Sektor

In dieser Rubrik werden einige der zahlreichen außeruniversitären sozialwissenschaftlichen Einrichtungen genannt. Viele arbeiten eng mit Ministerien zusammen, sind teilweise von diesen ins Leben gerufen worden bzw. werden von ihnen teilweise finanziert und bieten sich auch als staatliche Beratungsinstanzen an. Diese Institutionen beschäftigen sich neben der Betrachtung familiärer Lebensverhältnisse und umfassender Bildungsuntersuchungen unter anderem auch mit Arbeitsmarktforschungen. Weitere Aspekte sind ferner konkrete Wirtschafts- und Sozialanalysen, die ebenfalls mit sozialwissenschaftlichen Methoden erstellt werden. Da die Untersuchungen alle gesellschaftlichen Bereiche erfassen, erscheint eine genaue Aufzählung als zu weitgehend. Im Mittelpunkt stehen vielfach auch gesamteuropäische gesellschaftliche Untersuchungen und Vergleiche. Aus der Vielfalt der sozialwissenschaftlichen Einrichtungen dieser Art, die oft weniger bekannt sind, aber in der Politikberatung eine große Rolle spielen, werden folgende exemplarisch vorgestellt:

1. IAB - Institut für Arbeitsmarktforschung und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (Nürnberg)
2. BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung (Berlin)
3. BASt - Bundesinstitut für Straßenwesen (Bergisch Gladbach)
4. DJI - Deutsches Jugendinstitut (München)
5. HIS - Hochschul-Informationen-System (Hannover)
6. ISB - Bayrisches Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung (München)
7. ifb - Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (Bamberg)
8. ifo - Institut für Wirtschaftsforschung (München)
9. ASZ - Arbeits- und Sozialwissenschaftliches Zentrum Dortmund (Dortmund)
10. sfs - Sozialforschungsstelle Dortmund (Dortmund)
11. ifs - Institut für Schulentwicklung (Dortmund)
12. IAW - Institut für Arbeitswissenschaft (Bochum)
13. MZES - Mannheimer Institut für Europäische Sozialforschung (Mannheim)
14. his - Hamburger Institut für Sozialforschung (Hamburg)
15. DIW - Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (Berlin)
16. iso - Institut zur Erforschung sozialer Chancen (Köln)
17. DBI - Deutsches Bibliotheksinstitut (Berlin)

IAB **Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit**

Institute for Employment Research **Institutsdirektor/Head: Prof. Dr. Gerhard
Kleinhenz**

Do you prefer English?

IAB-topics in full-text

	<u>Das Institut stellt sich vor</u>		<u>Arbeitsbereiche des IAB</u>
	<u>Dokumentation und Information</u>		<u>Veröffentlichungen</u>
	<u>Aktuelles aus dem IAB</u>		<u>Wo und wie Sie uns finden</u>
	<u>Veranstaltungen</u>		<u>Bundesanstalt für Arbeit</u>

	<u>AGENDA für mehr Beschäftigung</u>		<u>Im Volltext : IABkurzberichte</u>
---	--------------------------------------	---	--------------------------------------

Postanschrift: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit Regensburger Str. 104, D-90327 Nürnberg, Fax:
0911/179-3258

©IAB Last update 30.09.1999



Arbeitsbereiche

Das IAB ist in 10 thematisch abgegrenzte Arbeitsbereiche gegliedert:

Bereich 1: Langfristige Vorausschau und internationale Analysen

Bereich 2: Analyse und Vorausschau der kurzfristigen
Arbeitsmarktentwicklungen; Arbeitszeitforschung

Bereich 3: Soziologische Arbeitsmarktforschung

Bereich 4: Berufs- und Qualifikationsforschung

Bereich 5: Betriebliche Arbeitsnachfrage- und Innovationsforschung

Bereich 6: Statistische Methoden und Analysen; regionale
Arbeitsmarktforschung

Bereich 7: Dokumentation und Information

Bereich 8: Publizistische Umsetzung und allgemeine Forschungsorganisation

Bereich 9: Informationsverarbeitung, Systementwicklung und
IKT-Innovationsmanagement

Bereich 10: Wissenschaftliche Praxisbegleitung



Zurück zur IAB-Homepage

BIBB

Bundesinstitut für Berufsbildung



Forschung und Entwicklung, Dienstleistung und
Beratung auf dem Gebiet der beruflichen Bildung

Bundesinstitut für Berufsbildung
Hermann-Ehlers-Straße 10
53113 Bonn

Telefon: 0228 / 107- 0
Telefax: 0228 / 107- 29 77
E-Mail: zentrale@bibb.de



Informationen über das BIBB

<http://www.bibb.de/aufgaben/bibbkurz.htm>

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Fehrbelliner Platz 3, 10707 Berlin
Tel.: (030) 8643-2280, Fax: (030) 8643-2606
E-mail: pr@bibb.de

BIBB - Bundesinstitut für Berufsbildung
Fehrbelliner Platz 3 - 10707 Berlin
Tel 030 / 86 43 - 0 - Fax 030 / 86 43 - 24 55

Seitenanfang

Informationen über das BIBB

Das BIBB - Kompetenzzentrum zur Erforschung und Weiterentwicklung der beruflichen Bildung

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) ist ein national und international anerkanntes Kompetenzzentrum zur Erforschung und Weiterentwicklung der beruflichen Aus- und Weiterbildung. **Ziele** seiner Forschungs-, Entwicklungs- und Beratungsarbeit sind, Zukunftsaufgaben der Berufsbildung zu identifizieren, Innovationen in der nationalen wie internationalen Berufsbildung zu fördern und neue praxisorientierte Lösungsvorschläge für die berufliche Aus- und Weiterbildung zu entwickeln.

Das BIBB wurde 1970 auf der Basis des Berufsbildungsgesetzes (BBiG) gegründet. Seine heutige Rechtsgrundlage ist das Berufsbildungsförderungsgesetz (BerBiFG), das die Aufgaben des Instituts beschreibt.

Zehn Aufgabenfelder bestimmen die an der Berufsbildungspraxis orientierte Arbeit des Instituts:

- Sozialwissenschaftliche Grundlagen der beruflichen Bildung
- Grund- und Strukturdaten der beruflichen Bildung
- Qualifikationsforschung der beruflichen Bildung
- Lehren und Lernen in der beruflichen Bildung
- Personal in der beruflichen Bildung
- Lernorte der beruflichen Bildung
- Internationale Forschung und Zusammenarbeit in der beruflichen Bildung
- Berufliche Standards und Qualifikationsentwicklung
- Bildungstechnologie
- Bildungsökonomie und -organisation

Mit der Bearbeitung dieser zehn Aufgabenfelder trägt das BIBB dazu bei,

- allen jungen Menschen eine zukunftssichere Ausbildung zu ermöglichen,
- das Berufsbildungssystem in Deutschland auf die Erfordernisse der Wissensgesellschaft einzustellen,
- die berufliche Aus- und Weiterbildung ständig zu modernisieren, z. B. durch die Entwicklung neuer Berufsbilder sowie durch Qualitätssicherung und Qualitätsmanagementsysteme,
- die Leistungsfähigkeit und Attraktivität der Berufsbildung zu steigern, z.B. durch Beiträge zur Entwicklung und effizienteren Nutzung interaktiver multimedialer Möglichkeiten,
- die Leistungsstarken und die Leistungsschwächeren, die besonderer Förderung bedürfen, zu einer höchstmöglichen beruflichen Qualifizierung zu führen,

- Transparenz und Verwertbarkeit der beruflichen Bildung in Europa voranzubringen,
- durch Berufsbildungsforschung Trends und Zusammenhänge der technologisch-gesellschaftlichen und der Arbeitsmarkt-Entwicklung für die berufliche Qualifizierung zu ermitteln,
- durch Kooperation in der Berufsbildungsforschung sowie durch Wissens- und Erfahrungsaustausch national und international seine Arbeitsergebnisse zu verbreiten und die Methoden weiterzuentwickeln,
- in der internationalen Berufsbildung durch Beteiligung an internationalen Projekten zur Förderung von beruflichen Reformprozessen stimulierend und fördernd mitzuwirken,
- Zukunftsszenarien für die berufliche Aus- und Weiterbildung zu entwickeln,
- an der Koordinierung einer zukunftsbezogenen Bildungsplanung mitzuwirken.

Die vielfältigen Aufgaben des Instituts werden in **vier Abteilungen mit insgesamt 17 Arbeitsbereichen** und in den dem Generalsekretär direkt zugeordneten Organisationseinheiten sowie einer Zentralabteilung wahrgenommen. Das BIBB beschäftigt ca. 380 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die **Organe des BIBB** sind der Hauptausschuß, der Ständige Ausschuß und der Generalsekretär.

Im **Hauptausschuß** arbeiten viertelparitätisch, d.h. mit jeweils gleichem Stimmenanteil, die Beauftragten der gesellschaftlichen Gruppen zusammen, die für die berufliche Bildung in Deutschland verantwortlich sind: Arbeitgeber, Arbeitnehmer, Länder und Bund.

Der Hauptausschuß beschließt das Forschungsprogramm und den Haushaltsplan des Instituts. Er berät die Bundesregierung in grundsätzlichen Fragen der Berufsbildung und gibt Empfehlungen und Stellungnahmen ab, um die Ordnung, den Ausbau, die Durchführung und die Weiterentwicklung der Berufsbildung zu fördern. Von besonderer Bedeutung ist seine Stellungnahme zum Entwurf des jährlichen Berufsbildungsberichts des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

Der **Ständige Ausschuß** nimmt zwischen den Sitzungen des Hauptausschusses dessen Aufgaben wahr und bereitet Entscheidungen vor.

Der **Generalsekretär** leitet das Institut, führt seine Aufgaben durch und vertritt es nach außen.

Das BIBB wird als bundesunmittelbare Einrichtung aus Haushaltsmitteln des Bundes finanziert und untersteht der Rechtsaufsicht des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

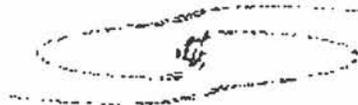
Weitere Informationen über



Bundesanstalt für
Straßenwesen
Postfach 10 01 50
D-51401 Bergisch Gladbach

Telefon (0 22 04) 43 0
Telefax (0 22 04) 43 673
E-Mail info@bast.de

Stand: 28.10.99



Die BASt ist eine B
im Geschäftsbereich
Bundesministerium
Bau- und Wohnung

- [Die BASt](#)
 - [Veröffentlic
Medien](#)
 - [Qualitätsbe](#)
 - [Aktuelles](#)
- English 

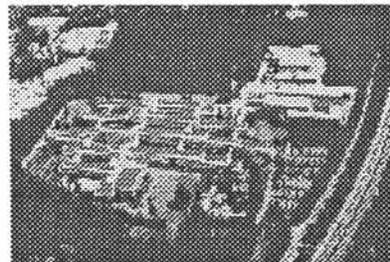
Auftrag und Ziele



[Zurück zur BAST Home Page](#)

[Zurück zur BAST](#)

Auftrag



Die Straße ist nach wie vor der wichtigste Transportweg für Personen und Güter. Keine der realistischen Voraussagen und wirklichkeitsnahen Szenarien weisen eine Welt ohne Straße und Autos aus. Die Aufgaben unter den verschiedenen Verkehrsträgern sinnvoll aufzuteilen und den öffentlichen Verkehr nachdrücklich zu fördern, ist zwar mehr denn je geboten; es wird sich aber längerfristig nichts daran ändern, daß auf der Straße der überwiegende Teil der Beförderungsleistung erbracht werden muß. Daher gilt es nach wie vor, dieses Verkehrssystem leistungsfähig zu erhalten und seine Substanz zu sichern; wo es sich als unabdingbar erweist, ist das Netz zu ergänzen. Neue Perspektiven und Anforderungen erwachsen gerade für Deutschland aus der Öffnung Osteuropas. Nicht zuletzt aber ist der vorhandene Straßenraum durch den Einsatz moderner Verkehrsbeeinflussungssysteme optimal zu nutzen. Große Anstrengungen sind zudem gefordert, um die Umweltbelastungen zu reduzieren und in der Verkehrssicherheit weitere Fortschritte zu erzielen. Hierfür die erforderlichen Grundlagen zu schaffen, ist der Auftrag für die Bundesanstalt für Straßenwesen (BAST).

Die BAST ist ein technisch-wissenschaftliches Institut des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW). 1951 nahm sie zunächst in Köln ihre Arbeit mit Forschungen im Straßenbau auf. 1965 erhielt sie den Auftrag, auch die Sicherheit und die Leistungsfähigkeit der Straßen in ihre Arbeit einzubeziehen. Der Deutsche Bundestag beschloß 1970 eine zentrale Stelle für die Unfallforschung zu schaffen, die daraufhin als Bereich Unfallforschung bei der BAST eingerichtet wurde. 1983 zog die Bundesanstalt nach Bergisch Gladbach bei Köln. Für spezielle Aufgaben besteht eine Außenstelle in Inzell.

Die Spannweite ihrer Arbeit reicht von der Beantwortung kurzfristiger Anfragen bis hin zur Koordinierung und Durchführung mehrjähriger Forschungsprojekte. Ein Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Mitwirkung an der Ausarbeitung von Vorschriften und Normen auf allen Gebieten des Straßenwesens. Alles geschieht in enger Zusammenarbeit mit der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen, dem Deutschen Institut für Normung, dem Deutschen Institut für Bautechnik, dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat, den für Straßenbau und Straßenverkehr zuständigen Länderbehörden, Hochschulen, Verbänden und der einschlägigen Industrie. Mit der Beratung der Straßenbauverwaltungen der Länder, die im Auftrag des Bundes die Bundesfernstraßen verwalten, kommt der BAST eine weitere Aufgabe zu.

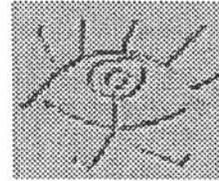
Ziele

Die Arbeit der BAST orientiert sich an festgelegten Forschungszielen:

- Verbesserung der Effizienz des Baues und der Erhaltung von Straßen
- Verbesserung der Effizienz des Baues und der Erhaltung von Brücken und Ingenieurbauwerken
- Verbesserung der Verkehrssicherheit
- Verbesserung der Effizienz der Straßennutzung
- Vermeidung oder Minderung der verkehrsbedingten Umweltbelastung
- Integration der Straße in das Gesamtsystem Verkehr

webmaster - 02.01.99

Das Deutsche Jugendinstitut in München ist ein außeruniversitäres sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut, das die Lebensverhältnisse von Kindern, Jugendlichen, Frauen, Männern und Familien untersucht. Auf der Grundlage seiner Forschungsergebnisse berät das DJI Politik und Praxis der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe



[Impressum](#)

 [DJI - pages available](#)

 [DJI - pages disponibles](#)

[Technische Hilfe](#)

eMail an den [Webmaster](#)

Sie sind Besucher Nr. 

Die Seiten sind optimiert für Netscape ab Version 3.x und MS InternetExplorer ab Version 4.x, Javascript enabled

@

Sie finden bei uns Informationen über

HIS

Allgemeine Informationen zur HIS GmbH

Gremien und Organe

HIS-Außenstellen

Allgemeine Grundsätze der HIS-Arbeit

HIS-Zielplanung 2000

Jahresarbeitsprogramm 1999 ff.

Aufgaben der HIS-Fachabteilungen und des Zentralen Dienstes

Organisationsplan

DV-Systeme

Qualitätsmanagement zertifiziert nach DIN EN ISO 9001

Datenverarbeitungs-Systeme

Arbeitsgebiete / Projekte

Studentenforschung, Organisation von Studium und Lehre, Hochschulsteuerung und -finanzierung

Bedarfs-, Bau- und Nutzungsplanung; Arbeits- und Umweltschutz; Technische Versorgung, Betriebswirtschaft

© Copyright HIS Hochschul-Informationen-System GmbH, Hannover, 1998
design by Per Ruppel 1998

Letzte Änderung am 17. Februar 1999 vom Webmaster



Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung

Anschrift: ISB, Arabellastr. 1, 81925 München

Wir über uns

Veröffentlichungen

Wie Sie uns erreichen

Schule und Bildung (www Adressen)

Vom 18. - 22.10.1999:



Info-Zentrum
Computer & Schule
auf der Systems 99

Direktorat (DIR)

Abteilungen:

Bildungsforschung (BF)

Förderschulen (FS)

Grund- und Hauptschule (GHS)

Realschule (RS)

Gymnasium (GYM)

Berufliche Schulen (BES)

Aktuelles:

Fortbildungsbörse Schulpsychologie

ISB Literaturdatenbank für die

Hauptschule

ISBL (Internet-Seiten für Bayerische Lehrpläne)

Neue Veröffentlichungen

Schulinnovation 2000

webmaster

Letzte Änderung an der
Seite: 14.10.99



best viewed with: Netscape,
1024*768, 16 Bit Colours

Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung

Das ISB im Überblick



Aufgaben

Mitarbeiter

Arbeitsweise

Geschichte des ISB

Aufgaben

Das Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung untersteht unmittelbar dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht, Kultus, Wissenschaft und Kunst.

Es macht die Erkenntnisse der Forschung und die Erfahrungen der Praxis für die Schule nutzbar und unterstützt das Staatsministerium bei der Weiterentwicklung des bayerischen Schulwesens.

Insbesondere hat es die Aufgaben

- die pädagogische Arbeit der Schulen zu fördern
- die Arbeit der vom Staatsministerium berufenen Lehrplankommissionen fachlich und organisatorisch zu betreuen
- bei der inhaltlichen Planung der Lehrerfortbildung mitzuwirken
- Schulversuche zu begleiten und auszuwerten
- Eigenart und Zusammenhänge der verschiedenen Schularten - auch unter regionalen Gesichtspunkten - zu untersuchen und Auswirkungen bildungspolitischer Maßnahmen zu überprüfen

Zum Seitenanfang

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Insgesamt arbeiten am Institut ca. 130 Mitarbeiter. Über ein Drittel ist teilzeitbeschäftigt oder zur Bearbeitung bestimmter Projekte befristet am Institut tätig.

Die Referenten in den Schulabteilungen sind Lehrer der jeweiligen Schulart, die sich fachlich und didaktisch besonders qualifiziert haben und in der Unterrichtspraxis erfahren sind. Teilweise unterrichten sie neben ihrer Arbeit im Institut mit der Hälfte ihrer Dienstzeit an einer Schule.

In den schulartübergreifenden Abteilungen Allgemeine Wissenschaften und Bildungsforschung sind neben den Lehrämtern auch die Bereiche Soziologie, Psychologie, Erziehungswissenschaft und Sozialgeographie vertreten.

Zum Seitenanfang

Arbeitsweise

Zusätzlich zum grundlegenden Arbeitsauftrag an das Institut werden für jedes Jahr in Absprache zwischen dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht, Kultus, Wissenschaft und Kunst und dem Staatsinstitut Jahresprogramme erstellt und - soweit sie die Bildung von Kommissionen erfordern - im Bayerischen Staatsanzeiger veröffentlicht.

Die Tätigkeit der Lehrplankommissionen am Staatsinstitut ist durch eine Verfahrensordnung geregelt. Die Verfahrensordnung gilt auch für Arbeitskreise, die aufgrund des Jahresprogramms am Staatsinstitut eingerichtet werden.

Aufgabe der Kommissionen und Arbeitskreise ist es, Lehrplanentwürfe und Vorschläge für ihre Umsetzung zu erarbeiten, die dann dem Staatsministerium zur Entscheidung vorgelegt werden.

Auf Vorschlag des Staatsinstituts werden die Mitglieder der Kommissionen - in der Regel sechs - vom Staatsministerium für die Dauer eines konkreten Arbeitsauftrags berufen. Den Vorsitz führt der zuständige Referent des Staatsinstituts.

[Zum Seitenanfang](#)

Zur Geschichte des ISB

Das Staatsinstitut für Schulpädagogik (ISP) wurde am 1. September 1971 gegründet. Sein Vorläufer, das Institut für Gymnasialpädagogik (IGP), das seit 1966 bestanden hatte, ging damit im neuen Institut auf, das in seinen Arbeitsbereichen alle Schularten des gegliederten Schulwesens in Bayern einschloß.

Am 1. Januar 1984 wurde das ISP um eine Abteilung für Bildungsforschung erweitert. Sie ist aus dem Staatsinstitut für Bildungsforschung und Bildungsplanung (IfB), das von 1966 bis 1983 als eigenständiges Institut arbeitete, hervorgegangen. Damit war auch eine Namensänderung des Staatsinstituts verbunden; es heißt nunmehr Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung (ISB).

Das ISB bildet gemeinsam mit den Staatsinstituten für Frühpädagogik und Familienforschung (IFP) und Hochschulforschung (IHF) das Zentrum für Bildungsforschung. Es arbeitet eng mit der Akademie für Lehrerfortbildung in Dillingen und den Instituten für Lehrerfortbildung in Gars und Heilsbronn zusammen.

[Zum Seitenanfang](#)

[ISB - Hauptseite](#)

[webmaster](#)

Letzte Änderung an der Seite: 09. Juli 1998



Welcome to the *ifb*-Website

Herzlich willkommen !

Wir freuen uns, Sie heute
(laut der Uhr Ihres Rechners)
am online-Informationssystem des *ifb* begrüßen zu dürfen

Das Staatsinstitut für Familienforschung (*ifb*)

- Besteht seit 1994 als eigenständiges wissenschaftlich unabhängiges Forschungsinstitut
 - Ist der Otto-Friedrich-Universität Bamberg angegliedert
 - Ist eine Einrichtung des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Gesundheit
 - Hat seinen Sitz in Bamberg. Eine befristete Außenstelle befindet sich in München.
 - Das *ifb* ist interdisziplinär ausgerichtet. Die zwölf festangestellten WissenschaftlerInnen vertreten die Disziplinen Soziologie, Psychologie, Pädagogik und Ökonomie.
-

Adresse:

Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (*ifb*)

Heinrichsdamm 4

96047 Bamberg

Tel.: 0951/96525-0

Fax: 0951/96525-29

email: sekretariat@ifb.uni-bamberg.de

Außenstelle München:

Richelstraße 11, 80634 München

Tel.: 089/13062-138

Fax: 089/13062-7138

email: sekretariat.muenchen@ifb-m.mhn.de

Aufgaben

Zu den Hauptaufgaben des *ifb* gehören:

-  **die sozialwissenschaftliche Grundlagenforschung**
 -  **die angewandte praxisorientierte Forschung**
 -  **die Politikberatung und wissenschaftliche Begleitung von Modellmaßnahmen**
-

Themen sind dabei insbesondere:

- **die sozialen, wirtschaftlichen und rechtlichen Lebensbedingungen von Familien**
- **die Auswirkungen der Arbeitswelt auf Familie und Elternschaft**
- **der Wandel von Familienstrukturen**
- **die Beziehungen zwischen den Geschlechtern sowie die veränderten Rollen von Frauen, Männern und Kindern**
- **Evaluation von Präventions- und Unterstützungsmaßnahmen bei Kindern und Jugendlichen**
- **Dauerbeobachtung familienrelevanter Politik im nationalen und internationalen Vergleich**



Neu: ifo Geschäftsklima für August

Neu: ifo Konjunkturprognose 1999/2000 - Ifo Forecast 1999/2000

Willkommen beim ifo Institut für Wirtschaftsforschung e.V.
München , Bayern

Niederlassung des ifo Instituts, Dresden

Das ifo Institut ist eines der sechs führenden wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsinstitute in Deutschland. Es befaßt sich mit nationalen und internationalen Fragestellungen und erarbeitet Lösungen zu komplexen wirtschaftswissenschaftlichen Problemen. Seine Hauptaufgabe besteht in empirischer Wirtschafts- und Sozialforschung und der Information der Öffentlichkeit über seine Forschungsergebnisse.

Wir geben Ihnen einen Überblick über das ifo Institut und informieren Sie über die von uns herausgegebenen Publikationen (Monographien und Periodika). Darüber hinaus stellen wir unsere Dienstleistungen vor und halten Sie über Aktuelles wie Veranstaltungen oder Pressemitteilungen des ifo Instituts auf dem laufenden.

Auszugsweise bieten wir Ihnen darüber hinaus die neuesten Ergebnisse

- unserer Forschungsarbeit (ifo Schnelldienst)
- der Konjunkturbeobachtung (ifo Wirtschaftskonjunktur)
 - und des ifo Konjunkturtests (ifo Geschäftsklima)

!!!Informatikstudenten gesucht!!!

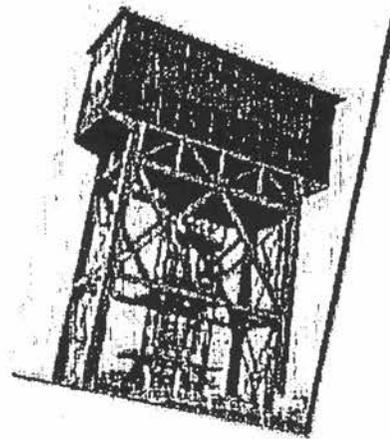
<u>CES</u>	<u>Verein für Socialpolitik</u>
Center for Economic Studies	German Economic Association
<u>CES Video Lectures</u>	<u>CES Video Lectures</u>

© 1996 ifo Institut für Wirtschaftsforschung e.V., München, webmaster@ifo.de
 Poschingerstr. 5, 81679 München, Tel. +49-89-9224-0, Fax +49-89-985369

Arbeits und Sozialwissenschaftliches Zentrum Dortmund

Seit Anfang 1997 besteht auf dem ehemaligen Gelände der Zeche "Minister Stein" in Dortmund-Eving das Arbeits- und Sozialwissenschaftliche Zentrum (ASZ).

Das ASZ umfaßt mittlerweile 18 unterschiedliche arbeits- und sozialwissenschaftliche Institute, Qualifizierungs- und Beratungsunternehmen sowie Transfereinrichtungen mit insgesamt rund 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das ASZ trägt damit das Potential zu einem Forschungs-, Beratungs- und Transfernetzwerk von überregionaler Bedeutung in sich.



➡ Mehr allgemeine Informationen über das ASZ finden Sie hier!

Sie können aber auch direkt nach Instituten suchen, die sich mit bestimmten Themenfeldern beschäftigen!

© ASZ Februar 1999

<http://www.asz-dortmund.de/institute/liste.htm>

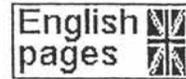
➡ Anfahrtsbeschreibung
➡ Lageplan

Die Institute des ASZ im Überblick

<u>AIQ</u>	Arbeit Innovation Qualifikation e.V.	(0231) 853432
<u>CreaCon</u>	Multimedia Agency	(0231) 8501-65
<u>EWZ</u>	Entwicklungszentrum Dortmund	(0231) 72848415
<u>FFG</u>	Forschungsgesellschaft für Gerontologie	(0321) 728488-0
<u>FSK</u>	Fortbildung, Supervision, Konfliktmanagement	(0321) 855822
<u>GAUS</u>	Gesellschaft für angewandte Unternehmensforschung und Sozialstatistiken	(0321) 98501016
<u>GBB</u>	Gesellschaft Bildung und Beruf e.V.	(0321) 526202
<u>GEFO</u>	Gesellschaft für Organisationsentwicklung	(0321) 7284116
<u>GFS</u>	Gesellschaft zur Förderung der Sozialforschung in Dortmund	(0321) 9851150
<u>i-net media consult</u>		(0321) 8501-02
<u>Kooperationsstelle</u>	Wissenschaft-Arbeitswelt e.V.	(0321) 7285787
<u>solide.de</u>	Integra - Gesellschaft für integrative Rechneranwendung	(0321) 818891
<u>Si GmbH</u>	Soziale Innovation GmbH research & consult	(0321) 9851150
<u>sfs</u>	Sozialforschungsstelle Dortmund, Landesinstitut	(0321) 8596-0
<u>vub</u>	Verband für Umweltberatung e.V.	(0321) 855481/855517
<u>VFFR e.V.</u>	Verein zur Förderung von Frauenerwerbstätigkeit im Revier	(0321) 985158-0
<u>WSO</u>	Wicke Schwitalla Organisations- und Entwicklungsberatung	(0321) 9854043

© ASZ Februar 1999

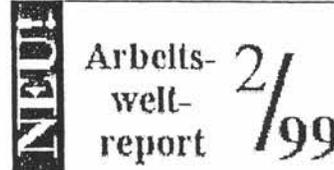
Sozialforschungsstelle Dortmund



Die Sozialforschungsstelle (sfs) Dortmund ist ein Institut zur Arbeitsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen im Arbeits- und Sozialwissenschaftlichen Zentrum Dortmund (ASZ).

Auf unseren Internet-Seiten finden Sie neben allgemeinen Informationen zum **Institut** und seinen **Forschungsbereichen** Material zu den aktuell bearbeiteten **Projekten**.

Der **Arbeitsweltreport** mit Kurzberichten aus der empirischen Forschung steht mit sämtlichen Ausgaben als Volltextversion zur Verfügung. Das Online-Angebot der Zeitschrift **ARBEIT** bietet Abstracts und Inhaltsverzeichnisse ab der Ausgabe 3/97.



In der **Adressliste** finden Sie **Telefonnummern** und E-Mail-Adressen der MitarbeiterInnen der Sozialforschungsstelle.

Sie können unsere Web-Seiten übrigens auch **durchsuchen!**

© sfs

suchungsbereiche - Index

<http://www.sfs-dortmund.de/institut/main.htm>

Forschungsbereiche der Sozialforschungsstelle Dortmund

Die Organisationsstruktur der SFS graphisch:
(Ein Klick auf die Grafik führt zu einer größeren Darstellung)



- ▶ **Fb 1:** Organisationsentwicklung, -beratung und industrielle Beziehungen
- ▶ **Fb 2:** Dienstleistungsarbeit
- ▶ **Fb 3:** Bildung, Arbeit, Beteiligung
- ▶ **Fb 4:** Arbeit und Gesundheit
- ▶ **Fb 5:** Kommunikationsnetze und Informationssysteme / Neue Medien
- ▶ **Fb 6:** Umwelt, Mobilität und Technikfolgenabschätzung
- ▶ **Fb 7:** Betriebliche Modernisierung und Strukturwandel
- ▶ **Fg 8:** Belegschaftsstrukturen und Personalentwicklung
- ▶ **Fg 9:** Arbeitszeitgestaltung
- ▶ **Fg 10:** Neue Formen der Arbeit und Beschäftigung
- ▶ **11:** Kooperationsstelle Wissenschaft Arbeitswelt

© Juni 1999 sfs



Institut für
Schulentwicklungsforschung (IFS)
Universität Dortmund



Institute for School
Development Research
University of Dortmund

[Zur Homepage der Universität
Dortmund](#)

[Zur Homepage Fachbereich
12](#)

Forschung

Aufgaben und Forschungsschwerpunkte

Das Institut für Schulentwicklungsforschung erforscht an Schulen aller Schulformen und -stufen die Veränderung von Lerninhalten und sozialen Bedingungen des Lernens sowie den Wandel schulischer Organisationen. Durch die veränderte gesellschaftliche Situation bedingt, ändern sich auch die zentralen Themen und Gegenstände der Schulentwicklungsforschung. So sind in den letzten Jahren Probleme der Bildungsversorgung im Zuge demographischer Veränderungen und gewandelten Schulwahlverhaltens, die Professionalisierung der Pädagoginnen und Pädagogen sowie Fragen der Autonomie, Evaluation und Organisationsentwicklung von Schulen ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt. Für den seit 1984 bestehenden Schwerpunkt "Informations- und Kommunikationstechnologien und Neue Medien im Bildungsbereich" wurde 1992 am IFS eine Professur eingerichtet. Ein Pädagogisches Computerzentrum mit exemplarischer Unterrichtssoftware, Hypermedia-Entwicklungssystemen und der Anbindung ans Internet steht für Lehr-, Entwicklungs- und Forschungszwecke zur Verfügung.

Als einziges Bildungsforschungsinstitut der Bundesrepublik legt das IFS darüber hinaus kontinuierlich Diagnosen zum Schulwesen im "Jahrbuch der Schulentwicklung" vor, in dem Befragungsergebnisse sowie Daten über qualitative und quantitative Veränderungen des Schulwesens veröffentlicht werden.

Die Forschungsinhalte des Instituts lassen sich fünf Schwerpunkten zuordnen:

- Sozialisationsforschung
- Organisationspädagogik
- Schulentwicklung
- Theorien und Methoden der Bildungsplanung
- Informationstechnologien und Neue Medien.

[zurück nach oben](#)

Stand: 04/02/1999, 19:35h



Institut für Arbeitswissenschaft

Bochumer Arbeitswissenschaft in Forschung und Lehre

Infos?

Kontakt

Termine 99

Bibliothek

FPE

Das Institut für Arbeitswissenschaft (IAW) ist eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Ruhr-Universität Bochum, in der interdisziplinär sowie praxis- und projektorientiert gelehrt und geforscht wird. Das Institut deckt die sozial-, betriebs- und ingenieurwissenschaftliche Bandbreite der Arbeitswissenschaft ab und besteht aus vier Lehrstühlen. Das derzeitige Lehrangebot sowie einen Überblick über die Forschungsprojekte finden sie bei den jeweiligen Lehrstühlen.

Interessenten/-innen mit erfolgreich abgeschlossenem Hochschulstudium an einer Universität bietet die Bochumer Arbeitswissenschaft die Möglichkeit einer zielgruppenspezifischen Fort- und Weiterbildung sowie ein viersemestriges Zusatzstudium der Arbeitswissenschaft an, das mit dem akademischen Grad Diplom-Arbeitswissenschaftler/-in abgeschlossen werden kann.

Das Institut umfaßt vier Lehrstühle, die über die Links weiter unten besucht werden können.

Die Fachschaft finden Sie [hier](#).

Eine Stelle als studentische Hilfskraft ist zu besetzen!!!!

Bei Fragen zur Studienberatung wenden Sie sich bitte an Dr. Martin Kröll (NB 1/74 - 0234 / 700 3293 oder 700 7733).

Dr. M. Kröll - Institutsassistent

Lehrstuhl Arbeitsorganisation & Arbeitsgestaltung

**Lehrstuhl
Personal & Qualifikation**

**Lehrstuhl
Arbeitssystemplanung & Arbeitsgestaltung**

**Lehrstuhl
Arbeitsökonomie**

Zeitplan für das Zusatzstudium Arbeitswissenschaft - Halbjahr Frühjahr/Sommer
1999

Zeitplan für das Zusatzstudium Arbeitswissenschaft - Halbjahr Herbst/Winter
1998/99

mailto: Martin Kerstein



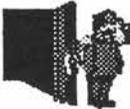
Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung
Mannheim Centre for European Social Research

[Anschrift und Lageplan](#)



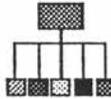
[Address and Site map](#)

[Das MZES stellt sich vor \(für alle lesbar\)](#)
[Das MZES intern \(nur am MZES lesbar\)](#)



[The Institute: An Overview](#)

[Die Arbeitsbereiche und ihre Projekte](#)



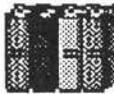
[Research Departments and their Projects](#)

[Das Forschungsarchiv EURODATA](#)



[EURODATA Research Archive](#)

[Bibliothek](#)



[Library](#)

[Mitarbeiter/innen](#)



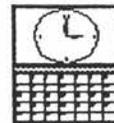
[Staff](#)

[Publikationen und Newsletter](#)



[Publications and Newsletters](#)

[Veranstaltungstermine und Neuigkeiten](#)



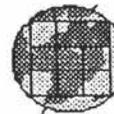
[Dates and News](#)

[Stellenangebote/Stipendien/Projektbeteiligung](#)



[Job Opportunities/Scholarships/Project Participation](#)

[Verbindung mit anderen Mannheimer Einrichtungen](#)



[Links to other Mannheim Sites](#)

[Ausgewählte Verbindungen im Internet](#)



[Hot Links](#)

[Stichwortsuche](#)



[Search](#)

Anregungen und Anmerkungen bitte an: Comments and Suggestions, please mail to:

webmaster@mzes.uni-mannheim.de

Arbeitsbereiche

Das MZES gliedert sich in vier Arbeitsbereiche. Im Arbeitsbereich I: "Wandel der Sozialstruktur in Industriegesellschaften" bildet die komparative soziologische Erforschung europäischer Gesellschaften den Schwerpunkt. Arbeitsbereich II: "Probleme des Regierens in Industriegesellschaften" stellt die vergleichende politikwissenschaftliche Erforschung der europäischen Staaten und ihrer Regierungssysteme in den Mittelpunkt. Der Arbeitsbereich III: "Probleme der westeuropäischen Integration" behandelt soziologische und politikwissenschaftliche Probleme der europäischen Integration. Im Arbeitsbereich IV: "Konflikt- und Kooperationsstrukturen in Osteuropa" werden Nationalismus, nationale Bewegungen und Nationalstaatsbildung in der spät- und postkommunistischen Gesellschaft als zentrale Themen bearbeitet.

Forschungsprojekte

Laufende Projekte (1998) der vier Arbeitsbereiche und der Infrastruktur

Vor 1998 beendete Forschungsprojekte



[Aktuelles - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit](#)
(letzter Eintrag: 6.10.99)

[Arbeitsbereiche](#)

[Veranstaltungstermine - Veranstaltungschronologie](#)

Verlag [Hamburger Edition](#) - [Zeitschrift: Mittelweg 36](#)

[Bibliothek](#) - [Archiv](#) - [Links](#)

[English Version](#) [Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter](#)

Hamburger Institut für Sozialforschung

Gäste-Seite

Mail

Die Stiftung Hamburger Institut für Sozialforschung wurde 1984 gegründet. Ihr unmittelbarer Zweck ist es, wissenschaftliche Forschungsprojekte auf dem Gebiet der Sozialforschung zu vergeben und durchzuführen, Tagungen und Workshops zu veranstalten, sowie zu publizieren, zugänglich zu machen und zu archivieren. Es gibt zur Zeit 3 Arbeitsbereiche:

Theorie und Geschichte der Gewalt
Politik und Gesellschaft der alten und neuen
Bundesrepublik
Nation, Ethnizität und Fremdenfeindlichkeit

Das Hamburger Institut für Sozialforschung, eine
Zustandsbeschreibung

In der Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit können Sie sich über die Arbeit des Instituts, seine aktuellen Veranstaltungen und wissenschaftlichen Tagungen, sowie über die Ausstellungen des Hauses informieren lassen.

Hamburger Institut für Sozialforschung
Mittelweg 36
20148 Hamburg
Tel: +49 - 40 - 414097 - 0
Fax: +49 - 40 - 414097 - 11

email: Presse@his-online.de

Zum Seitenanfang

DIW Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung

Königin-Luise-Str. 5, D-14195 Berlin (Dahlem), Germany (Stadtplanausschnitt/Map)
phone +49 30 89789-0, fax +49 30 89789-200

● Tendenzen der Wirtschaftsentwicklung 1999/2000 ●



- | | |
|--|--|
| ● <u>Das DIW im Überblick und seine Organisation</u> | ● <u>Overview DIW and its Organisation</u> |
| ● <u>DIW Wochenberichte</u> | ● <u>DIW Economic Bulletin</u> |
| ● <u>Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung</u> | ● <u>Quarterly Journal of Economic Research</u> |
| ● <u>Konjunkturpolitik</u>
<i>Zeitschrift für angewandte Wirtschaftsforschung</i> | ● <u>Konjunkturpolitik</u>
<i>Applied Economics Quarterly</i> |
| ● <u>Diskussionspapiere</u> | ● <u>Discussion Papers</u> |
| ● <u>Ausgewählte Forschungsergebnisse</u> | ● <u>Selected Publications</u> |
| ● <u>Projektgruppe Sozio-ökonomische Panel (SOEP)</u> | ● <u>Project Group "The Socio-Economic Panel (SOEP)"</u> |
| ● <u>Projekte</u> | ● <u>International Projects</u> |
| ● <u>DIW STATFINDER</u> | |
| ● <u>DIW Gästebuch</u> | ● <u>DIW Guest Book</u> |
|  <u>Berlin Info</u> |  <u>Berlin Info</u> |

 DIW INTRANET (only for DIW Staff)

10.09.1999 - 10:00 Uhr Webmaster Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung

- ISO - ALLGEMEIN
- AKTUELLE INFORMATIONEN
- FORSCHUNGSCHWERPUNKTE
- ISO - INFORMATIONEN
- NEUERE PUBLIKATIONEN
- ZEITSCHRIFT "ARBEIT"

Institut zur Erforschung sozialer Chancen
iso

Institut zur Erforschung sozialer Chancen/Forschungsschwerpunkte

<http://www.iso-koeln.de/04fsp.htm>

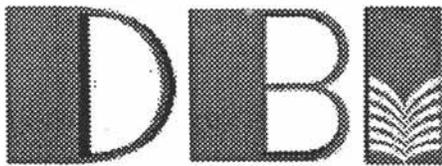
Forschungsschwerpunkte des ISO

I: Lernprozesse und Partizipation

II: Arbeit und Lebenswelt

III: Organisation und Ökologie





DEUTSCHES BIBLIOTHEKSINSTITUT

Über das DBI

Beratung

Datenbanken

Publikationen

Service

Bibliothekswesen

Projekte

Digitale Bibliotheken

Neues & Aktuelles

Partner
von



Der **Stellenmarkt** aus dem BIBLIOTHEKSDIENST

Informationen zur **Situation des DBI** (aktualisiert am
23.09.1999)

VIRTUELLE BIBLIOTHEK
neu DIGITALE
mit Projekten der Länder

Deutsches Bibliotheksinstitut Kurt-Schumacher-Damm 12-16 13405 Berlin www@dbi-berlin.de

Das Leitbild des Deutschen Bibliotheksinstituts

Unser Institut

ist die gemeinsame Einrichtung der Länder und des Bundes für Dienstleistungen, anwendungsbezogene Forschung und Entwicklung im Bibliothekswesen.

Unsere Aufgaben

erfüllen wir überregional, spartenübergreifend und praxisorientiert.

Unsere Zielgruppen

sind unsere Partner, mit denen wir zusammenarbeiten:

- *alle Arten von Bibliotheken und deren Träger, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*
 - *regionale und überregionale bibliothekarische Einrichtungen*
 - *Institutionen und Personen, die für Bibliotheken wichtig sind*

Unsere Dienstleistungen

sind eng verknüpft mit bibliothekarischer Forschung. Ihre Entwicklung und ihre Umsetzung in die Praxis werden durch die enge Kooperation mit Kommissionen und Gremien erreicht.

Unser Angebot umfasst

- *Beratungsdienste zu vielen bibliothekarischen Arbeitsgebieten Online-Datenbanken zur Informationsversorgung von Bibliotheken und Endnutzern*
- *Projektdurchführung und -management im nationalen und europäischen Rahmen*
- *Koordination der überregionalen Zusammenarbeit und Förderung internationaler Kontakte*
 - *Fortbildung und Publikationen.*

Unser Augenmerk

gilt dem aktuellen und vorhersehbaren Bedarf der Bibliotheken und ihrer Benutzer; daran überprüfen und orientieren wir unser Angebot.

Unser Auftrag

ist der Interessenausgleich und die Koordinierung zwischen den Trägern des dezentral organisierten deutschen Bibliothekswesens.

Unsere Unabhängigkeit

ist die Voraussetzung für die Erfüllung dieses Auftrags. Das erfolgreiche Zusammenwirken der Bibliotheken zum funktionsfähigen System der Informationsversorgung ist unser Ziel.

Das DEUTSCHE BIBLIOTHEKSINSTITUT bietet den Bibliotheken und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern:

- Auskunfts- und Beratungsdienste zu vielen bibliothekarischen Arbeitsgebieten
- Unterstützung von Innovationen in wissenschaftlichen und Öffentlichen Bibliotheken durch vielseitige Kommissionsarbeit
- Förderung und Koordination der überregionalen und internationalen Zusammenarbeit
- EDV-Dienstleistungen und -Entwicklungen zur Informationsversorgung von Bibliotheken und Endnutzern
- Projektmanagement für Europäische und internationale Bibliotheksprojekte
- Fortbildung
- ein umfassendes Publikationsprogramm
- die jährliche Deutsche Bibliotheksstatistik als unverzichtbares Planungsinstrument

Das DEUTSCHE BIBLIOTHEKSINSTITUT unterstützt die bibliothekarische Forschung. Einen großen Teil seiner Forschungsaufgaben erfüllt das DBI, indem es mit Drittmitteln finanzierte, zeitlich befristete Vorhaben durchführen läßt oder selbst durchführt. Seit 1978 wurden mehr als 70 solcher Projekte verwirklicht, zu den neueren zählen u. a.:

- Bibliotheksbaukompendium
- Kaltlagerung von Bibliotheks- und Archivgut
- Neue Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene
- Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken
- Marketingstrategie für Hochschulbibliotheken
- Konkordanzklassifikation für wissenschaftliche Bibliotheken
- Konzeption zur Sicherung der Periodika-Bestände in deutschen Bibliotheken
- SUBITO - der kooperative Dokumentlieferdienst der deutschen Bibliotheken
- New Book Economy (NBE)
- Kooperation zwischen deutschen wissenschaftlichen Bibliotheken und wissenschaftlichen Bibliotheken in Mittel- und Osteuropa (MOE) sowie den Nachfolgestaaten der SU
- Regelwerks- und Formatkonvergenz als Voraussetzung für transnationale Datennutzung
- EXPLOIT - ein Projekt zur Unterstützung der Verbreitung und Verwertung von EU-Forschungsergebnissen
- New Book Economy - BIS (Building of the Information Society)

Zum DBI-Gesetz und zur Satzung unseres Instituts.

Seitenanfang

5 Markt- und Meinungsforschungsinstitute

5 Markt- und Meinungsforschungsinstitute

Aus der fast unüberschaubaren Zahl der vorhandenen Markt- und Meinungsforschungsinstituten kann an dieser Stelle lediglich ein geringer Teil aufgeführt werden.

Einen weiterführenden und konkreten Überblick über Qualitätsstandards und bisherige Richtlinien für Markt- und Meinungsforschungen bietet die Homepage des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM). Diese beziehen sich sowohl auf das jeweilige Instrument der Befragung als auch auf den Umgang mit den Respondenten. Der ADM versucht neben dem Schutz der Anonymität der Befragten, aktiv bei der Umsetzung und Realisierung von Rechtsnormen, die den Bereich der Markt- und Sozialforschung tangieren (bspw. Datenschutz), mitzuwirken. Auf dessen Homepage findet man weitere, nicht in dieser Liste aufgezeigte Institute. Allerdings stellen auch die dem ADM beigetretenen Institute, insgesamt 40, nur einen kleinen Teil der vorhandenen Einrichtungen dar.

Die folgenden Seiten ermöglichen dennoch einen Einblick in die Mannigfaltigkeit vorhandener Markt- und Meinungsforschungsinstitute. Ihre Themengebiete tangieren die unterschiedlichsten Bereiche des individuellen und gesellschaftlichen Lebens. An diese Stelle sei kurz angemerkt, daß die hier aufgenommene Homepage der GfK in Nürnberg, die z.B. die "Einschaltquoten" von Fernsehsendungen ermittelt, nicht der aktuellen entspricht. Im Gegensatz zur neuen werden in der älteren die Forschungsschwerpunkte explizit und übersichtlich dargestellt.

Folgende Markt- und Meinungsforschungsinstitute werden kurz vorgestellt:

1. ADM - Arbeitskreis Deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute e.V. (Bonn)
2. GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (Nürnberg)
3. IfD - Institut für Demoskopie (Allensbach)
4. Infratest-Burke (München)
5. Infratest-diamap (Bonn)
6. Infas - Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (Bonn)
7. Emnid - Institut für Markt- und Meinungsforschung (Bielefeld)
8. Prognos - Europäisches Zentrum für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung (Berlin)

9. Konkret mafo - Konkret Marktforschung - Deutschland (Bremen)
10. SIGMA - Sozialwissenschaftliches Institut für Gegenwartsfragen (Mannheim)
11. Ipsos Deutschland - Marketing-, Medien und Sozialforschung GmbH (Hamburg)
12. Mohnheimer Institut (Monheim)
13. SKOPOS - Institut für Markt- und Sozialforschung GmbH (Hürth)
14. a&b - Analyse und Beratung - Institut für Sozialforschung und Unternehmensberatung (Heidelberg)
15. abkaue - Institut für Marktforschung (Karlsruhe)
16. BbG - Unternehmensberatung GmbH (Köln)
17. ComCult - Onlineforschung (Berlin)
18. Compagnon Marktforschungsinstitut (Stuttgart)
19. Dr. Niebrügge und Partner - Dienstleistungen für die Markt- und Meinungsforschung (Osnabrück)
20. ERGO-Data - Datenverarbeitung GmbH (Essen)
21. Foerster & Thelen Marktforschung (Bochum)
22. INS Health - Institut für Medizinische Statistik (Frankfurt a.M.)
23. INFO GmbH - Unabhängiges Meinungsforschungsinstitut (Berlin)
24. isoplan - Institut für Entwicklungsforschung, Markt- und Sozialplanung GmbH (Saarbrücken)

Wir über uns

Geschichte, Aufgaben und Ziele des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V.

Zur Gründungsgeschichte

Der ADM wurde am 20. Juni 1955 in Würzburg als "Arbeitskreis für betriebswirtschaftliche Markt- und Absatzforschung e.V." mit Sitz in Bonn gegründet und am 26. Juni 1956 in das Vereinsregister eingetragen. Die Geschichte des ADM reicht jedoch zurück bis in das Jahr 1949. Am 29. April 1949 konstituierte sich in der Wirtschaftshochschule Nürnberg der "Arbeitskreis für betriebswirtschaftliche Markt- und Absatzforschung". Federführend dabei waren Georg Bergler, Erich Schäfer, Jens H. Schmidt und Julius E. Schwenzner. Im Jahr 1960 gab sich der Verein den Namen "Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute e.V." und am 27. April 1989 schließlich durch einen Beschluß der Mitgliederversammlung den auch heute noch gebräuchlichen Namen "ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V."

Die Vorsitzenden des ADM von seiner Gründung im Jahr 1955 bis zur Gegenwart waren: Professor Dr. Georg Bergler (1955-1956), Dr. Julius E. Schwenzner (1956-1965), Wolfgang Ernst (1965-1968), Dr. Emil Bruckert (1968-1974), Hans-Jürgen Ohde (1974-1977), Werner Ott (1977-1987), Hartwig Schröder (1987-1993), Dr. Klaus Haupt (1993-1999), Dr. Rudolf Sommer (seit 1999).

Mitgliedschaft im ADM

Ordentliche Mitglieder im ADM können Institute werden, die in der Bundesrepublik Deutschland ihren Sitz haben, nur Markt- und/oder Sozialforschung betreiben und unabhängig sind. Weitere Voraussetzungen für die Aufnahme als ordentliches Mitglied sind eine mindestens dreijährige ununterbrochene Arbeit des Instituts auf dem Gebiet der Markt- und/oder Sozialforschung, die Durchführung der verschiedenen Teilaufgaben eines Forschungsauftrages ganz überwiegend mit dem eigenen Institut, ein von der Mitgliederversammlung festzulegender Mindestjahresumsatz und die Gewährleistung der Einhaltung der Vereinssatzung. Gegenwärtig (Stand: Juli 1999) sind im ADM 40 Institute zusammengeschlossen, die zusammen rund zwei Drittel des Gesamtumsatzes der deutschen Marktforschung repräsentieren. Im einzelnen sind dies:

- ALPHA-INSTITUT GMBH

- AMR - Advanced Market Research GmbH

- ASK Gesellschaft für Sozial- und Konsumforschung mbH

- Roland Berger Forschungs-Institut für Markt- und Systemforschung GmbH

- BIK ASCHPURWIS + BEHRENS GMBH

- Bonner Institut für Markt-, Meinungs-, Absatz- und Sozialforschung marmas bonn GmbH

- C.M.R. Institut für Communication- & Marketing-Research

- Compagnon Marktforschungs-Institut GmbH & Co. KG

- CZAIA Marktforschung GmbH - TECUM ®

- EMNID - Institut

-
- ENIGMA - Institut für Markt- und Sozialforschung Jürgen Ignaczak GmbH

 - facit Marketing-Forschung GmbH

 - forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH

 - GfK AG

 - IFAK-Institut GmbH & Co. KG

 - Impulse Forschungsgesellschaft für Marketing und Organisation mbH

 - infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

 - INFRATEST BURKE GmbH & Co

 - INRA Deutschland GmbH Ein Unternehmen der SAMPLE-Gruppe

 - Institut für Demoskopie Allensbach GmbH

 - Institut für Marktforschung GmbH - IM Leipzig

 - Intermarket Gesellschaft für internationale Markt- und Meinungsforschung mbH

 - Ipsos Deutschland GmbH Marketing-, Medien- und Sozial-Forschung

 - IRES Gesellschaft für Unternehmens-, Marketing- und Kommunikationsforschung mbH

 - Dr. von Keitz GmbH Institut für Kommunikations-Forschung

 - LINK + Partner GmbH Institut für computergesteuerte Befragungen - CATI

 - M&E Deutsche Gesellschaft für Markt- und Engpassforschung mbH

 - mafo - Institut GmbH & Co. KG

 - MARPLAN Forschungsgesellschaft mbH

 - mc markt-consult institut für strukturforschung und marketingberatung GmbH

 - Millward Brown Germany GmbH

 - MMA Media Markt Analysen GmbH

 - A.C. Nielsen GmbH

 - polis Gesellschaft für Politik und Sozialforschung mbH

 - psyma - arbeitsgruppe für psychologische marktanalysen GmbH

 - result : Institut für Medien- und Meinungsforschung Sabine Haas GmbH

 - RMM - Marketing Research International GmbH

 - SCHAEFER MARKTFORSCHUNG Institut für Markt-, Sozial- und Werbeforschung GmbH

 - Sinus Sociovision GmbH

- USUMA GmbH

Ziele und Aufgaben

Der ADM ist ein eingetragener Verein und hat keinen Erwerbscharakter. Er ist eine berufsständische Organisation und kein Arbeitgeberverband im sozialpolitischen Sinn. Der ADM hat sich die Aufgabe gesetzt, die Anonymität der Befragten zu schützen, Standards in der Zusammenarbeit mit den Auftraggebern von Marktforschung zu setzen, Geschäftsbedingungen auszuarbeiten, die Verbindung zu den sozialwissenschaftlichen Instituten der Universitäten zu halten und beim Finden und der Realisierung von Rechtsnormen für die Markt- und Sozialforschung (z.B. im Bereich des Datenschutzes) mitzuwirken.

Der ADM vertritt die Interessen der im Arbeitskreis zusammengeschlossenen privatwirtschaftlich verfaßten Marktforschungsinstitute. Seine Mitglieder verstehen sich als Angehörige eines beratenden Dienstleistungsberufs. Ihre Arbeitsweise entspricht der von Wissenschaft und Forschung. Hieraus leiten sich die ethischen Standards und ihre Berufsauffassung ab. Die Institute betreiben ausschließlich Forschung und genießen deshalb auch das im Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland verbriefte Recht auf Freiheit der Forschung.

Die im einzelnen in der Satzung des ADM festgelegten Ziele und Aufgaben des Arbeitskreises sind:

- Wahrung und Förderung der Wissenschaftlichkeit der Markt- und Sozialforschung
- Wahrung des Ansehens der Markt- und Sozialforschung in der Öffentlichkeit
- Förderung des Vertrauens der Öffentlichkeit in die Markt- und Sozialforschung
- Gewährleistung der Anonymität der Befragten und des Datenschutzes
- Wahrung und Durchsetzung der Berufsgrundsätze
- Schutz der Auftraggeber vor unzulänglichen Untersuchungen
- Schutz der Öffentlichkeit vor unzulänglichen Veröffentlichungen
- Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs
- Verbindung zu nationalen und internationalen Organisationen
- Förderung der wissenschaftlichen Grundlagenforschung
- Verbindung zu den sozialwissenschaftlichen Instituten an den Hochschulen
- Förderung des Nachwuchses
- Beratung und Vertretung der Mitglieder in Fragen der Institutspraxis
- Herausgabe von Fachliteratur
- Förderung des gegenseitigen kollegialen Verständnisses und Verhaltens
- Erstellung von Gutachten zu Fragen der Markt- und Sozialforschung
- Klärung von Meinungsverschiedenheiten in allen Bereichen der Markt- und Sozialforschung

Der ADM stellt darüber hinaus Berufsgrundsätze und Richtlinien auf, die als übliche Verkehrssitte gelten und damit Bestandteil des Standesrechts der deutschen Marktforschung sind. Das Standesrecht ist unabhängig von Verbandsmitgliedschaften verpflichtend für alle, die in Deutschland Markt- und Sozialforschung durchführen oder in Auftrag geben. Es bindet auch ausländische Institute und Auftraggeber, die in Deutschland Forschungsvorhaben durchführen bzw. in Auftrag geben.

Bisher hat der ADM die folgenden Richtlinien herausgegeben:

Richtlinie für die Aufzeichnung und Beobachtung von Gruppendiskussionen und qualitativen Einzelinterviews (Juni 1995)

Richtlinie für Beobachtungen bei demoskopischen Untersuchungen (August 1995)

Richtlinie zu Besonderheiten der pharmazeutischen Marktforschung (Februar

1996)

Richtlinie für telefonische Befragungen (April 1996)

Richtlinie für die Befragung von Minderjährigen (Juni 1996)

Richtlinie für die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung (Juli 1997)

Richtlinie zu Fragen des Umgangs mit Adreßdateien und Adressen in der Markt- und Sozialforschung (Oktober 1998)

Die einzelnen Richtlinien liegen sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache vor.

Standards zur Qualitätssicherung

Die Tätigkeit der Markt- und Sozialforschungsinstitute ist eine Dienstleistung, die ausschließlich nach anerkannten wissenschaftlichen Regeln durchgeführt wird und sich als angewandte Forschung auf die durch das Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland garantierte Forschungsfreiheit berufen kann. Deshalb ist es für die Markt- und Sozialforschung neben der Definition der ethischen Regeln wichtig, durch Qualitätsstandards die Einhaltung anerkannter wissenschaftlicher Methoden und Verfahrensweisen zu dokumentieren.

Der ADM hat deshalb 'Standards zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung' verabschiedet. Sie stellen einen den gesamten Forschungsprozeß umfassenden Orientierungsrahmen dar und beschreiben die qualitätsrelevanten Erfordernisse der einzelnen Schritte des Forschungsprozesses. Die Qualitätsstandards des ADM sind zu lesen als ein Katalog von verbindlichen Zielen, die es zu erreichen gilt, um die wissenschaftliche Qualität von Forschungsergebnissen sicherzustellen. Dabei bleibt aber den Instituten die Art und Weise der Umsetzung dieser Ziele in institutsinterne Abläufe und Maßnahmen im Rahmen der wissenschaftlichen Vorgehensweise grundsätzlich freigestellt.

Als Instrument der Selbstregulierung der Markt- und Sozialforschung tragen Qualitätsstandards entscheidend dazu bei, Auftraggeber vor unzulänglichen Untersuchungen und das Publikum vor unzulänglichen Veröffentlichungen von Forschungsergebnissen zu schützen. Sie sind damit auch ein wichtiges Instrument zur Wahrung und Förderung des Ansehens der Markt- und Sozialforschung in der Öffentlichkeit und des Vertrauens der Öffentlichkeit in die Markt- und Sozialforschung.

Datenschutz und Standesrecht

Markt- und Sozialforschung sind wissenschaftliche Tätigkeiten, die ausschließlich der Ermittlung und Analyse von Einstellungen und Verhaltensweisen dienen, die für nach verschiedenen Merkmalen abgegrenzte soziale Gruppen typisch sind. Dazu werden auch Individualdaten erhoben, die aber ausschließlich in anonymisierter Form verarbeitet und an den Auftraggeber übermittelt werden. Die Einstellungen, Verhaltensweisen und persönlichen Daten konkreter Einzelpersonen sind nicht Gegenstand der Markt- und/oder Sozialforschung. Deshalb stellen Untersuchungen, bei denen Aussagen über Einzelfälle gemacht und die erhobenen Daten auch in personenbezogener Form an den Auftraggeber übermittelt werden, wie beispielsweise bei einigen Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit, auch keine Marktforschung sondern Verkaufsförderung dar. Aus diesem Grund dürfen solche Untersuchungen weder als Forschung bezeichnet noch von Marktforschungsinstituten durchgeführt werden.

Die absolute Wahrung der Anonymität der Befragten steht also bei der Arbeit des ADM genauso wie bei der Tätigkeit der Marktforschungsinstitute an erster Stelle. Die Weitergabe von im Rahmen der Markt- und Sozialforschung erhobenen Daten in personenbezogener Form ist in Deutschland aufgrund datenschutz- und standesrechtlicher Regelungen ohne jede Ausnahme strikt untersagt. Allerdings bedurfte es keiner gesetzlichen Regelungen, um die Anonymität der Befragten zu gewährleisten. Schon immer haben die Institute aus wissenschaftlich-methodischen Gründen die erhobenen Daten nur in anonymisierter Form an die Auftraggeber weitergegeben.

Selbstverständlich müssen auch die Interviewer, die als "verlängerter Arm" des Forschers nach gegebenen Richtlinien Auskünfte sammeln, die absolute Anonymität der Auskunftspersonen wahren. Sie sind verpflichtet, zu Beginn eines Interviews die Befragten auf die Freiwilligkeit ihrer Teilnahme und die Wahrung ihrer Anonymität hinzuweisen.

Die ausdrückliche Zusicherung gegenüber den Befragten, daß die erhobenen Daten nicht in personenbezogener Form an Dritte weitergegeben werden, war und ist die Voraussetzung dafür, daß in den Verhandlungen mit den obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im Jahr 1980 den Markt- und Sozialforschungsinstituten der Ausnahmestatus zugestanden wurde, der den Verzicht auf die sonst nach § 4 des Bundesdatenschutzgesetzes erforderliche Schriftform der Einwilligung in jedes Interview ermöglichte.

Aber auch die Tätigkeit der Interviewer ist schutzwürdig. Die Bezeichnung Interviewer ist durch die Rechtsprechung für diese Tätigkeit im Rahmen der Markt- und Sozialforschung geschützt. Wer sich fälschlich als Interviewer ausgibt und unter dem Vorwand eines Interviews Werbung betreibt oder Produkte verkauft, handelt rechtswidrig und erschwert dem "richtigen" Interviewer die Arbeit: Das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Markt- und Sozialforschung würde darunter leiden und als Folge davon die Teilnahmebereitschaft der Bevölkerung an Umfragen drastisch sinken.

Die Tätigkeit der Markt- und Sozialforschung darf also sowohl wegen entsprechender rechtlicher Regelungen als auch aus wissenschaftlich-methodischen Überlegungen heraus nicht mit anderen forschungsfremden Tätigkeiten verbunden werden. Wer unter dem Deckmantel der Forschung Werbung, Direktmarketing oder sonstige forschungsfremde Tätigkeiten betreibt, handelt unlauter. Bei zahlreichen bekanntgewordenen Verstößen gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb hat der ADM zum Schutz der Markt- und Sozialforschung auf rechtlichem Wege sehr erfolgreich für Abhilfe gesorgt.

Schutz der Auftraggeber

Nicht nur die Befragten als Auskunftspersonen und die Interviewer als Kommunikationsinstanz bedürfen eines qualifizierten Schutzes, sondern auch die Auftraggeber und Empfänger von Studien und Gutachten. Der wesentliche Schutz der Auftraggeber besteht in der vertraulichen Behandlung der Forschungsergebnisse. Es würde gegen die standesrechtlichen Verhaltensnormen der Marktforschung verstoßen, wenn Erkenntnisse oder Betriebsgeheimnisse an Wettbewerber weitergegeben oder öffentlich gemacht würden.

Der ADM verlangt für den Auftraggeber bei der Berichterstattung über das durchgeführte Forschungsvorhaben auch Informationen über technische Details der Studie wie beispielsweise Stichprobengröße, Auswahlmethode und die genauen Fragestellungen. Hierdurch wird dem Auftraggeber die Möglichkeit gegeben, die Qualität der Ergebnisse und die Tragfähigkeit der Interpretationen beurteilen zu können.

Informationen

Weitere Informationen über den ADM sowie seine Aufgaben und Ziele sind unter der

folgenden Adresse erhältlich:

ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.

Langer Weg 18, 60489 Frankfurt am Main
Telefon: 069 - 97 84 31 36
Telefax: 069 - 97 84 31 37
Internet: <http://www.adm-ev.de>
eMail: ADM.eV@t-online.de

| [Wir über uns](#) | [Mitgliedsinstitute](#) | [Satzung](#) | [Geschäftsbedingungen](#) | [Kodex](#) | [Richtlinien](#) |
| [Qualitätsstandards](#) |
| [Zahlen](#) | [Pressemitteilungen](#) | [Stellungnahmen](#) | [Veranstaltungen](#) | [Home](#) |

Standards zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung

November 1998

Rudolf Sommer, Gerhard Unholzer, Erich Wiegand

► Qualitätsstandards komplett als PDF-Datei

Inhalt

I. Einleitung

II. Allgemeine Aspekte der Qualitätssicherung

- A. Qualitätsmanagement / Qualitätskontrolle
- B. Mitarbeiterschulung
- C. Aufbewahrung und Sicherung von Projekt- und Forschungsunterlagen
- D. Vertraulichkeit
- E. Vergabe von Leistungen an externe Auftragnehmer

III. Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber

- A. Projektanfrage, Aufforderung zur Angebotsabgabe
- B. Reaktion auf Anfragen
- C. Mindestinhalt von Untersuchungsangeboten
- D. Verträge mit den Auftraggebern
- E. Unterlagen, Materialien, Produkte des Auftraggebers
- F. Mitwirkung des Auftraggebers
- G. Übergabe elektronisch gespeicherter Daten an den Auftraggeber

IV. Konzeptionelle Studienbegleitung / Studienleitung

- A. Entwicklung von Forschungskonzeption und Stichprobe
- B. Fragebogen / Diskussionsleitfaden / Beobachtungsplan
- C. Schulung der Moderatoren (qualitative Studien)
- D. Bestimmung des Analysekonzeptes
- E. Festlegung der Anforderungen an die Datenerhebung
- F. Festlegung der Anforderungen an die Datenverarbeitung
- G. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

V. Datenerhebung

- A. Anwerbung und Schulung der Interviewer
- B. Kontrolle der Interviewer
- C. Umsetzung des Stichprobenplans / Interviewereinsatz
- D. Feldsteuerung / Rücklaufkontrolle
- E. Kontrolle der Fragebogen
- F. Kontrolle / Validierung der erhobenen Daten

VI. Datenverarbeitung

- A. Entwicklung von Codeanweisungen
- B. Durchführung und Kontrolle des Codings
- C. Durchführung und Kontrolle der Datenerfassung
- D. Bereinigung der Rohdaten
- E. Gewichtung der Daten
- F. Darstellung und Analyse der Daten

VII. Beratung des Auftraggebers

VII. Beratung des Auftraggebers

- A. Spezifische Erfahrungen des Instituts
- B. Qualifikation der Mitarbeiter
- C. Problemadäquate Untersuchungsverfahren

| [Wir über uns](#) | [Mitgliedsinstitute](#) | [Satzung](#) | [Geschäftsbedingungen](#) | [Kodex](#) | [Richtlinien](#) |
| [Qualitätsstandards](#) |
| [Zahlen](#) | [Pressemitteilungen](#) | [Stellungnahmen](#) | [Veranstaltungen](#) | [Home](#) |

GfK Gruppe	Neue Instrumente	Neue Studien	
Omnibus Fahrplan	Presse aktuell	Stellenangebote	

[[GfK Gruppe](#) | [Neue Instrumente](#) | [Neue Studien](#)]
 [[Omnibus Fahrplan](#) | [Presse aktuell](#) | [Stellenangebote](#)]

[[Zurück](#)]

Die GfK Medienforschung

Im Unterschied zur Fernsehforschung sind die Studienanforderungen der GfK Medienforschung aus den Erfordernissen verschiedener Medien definiert:

- [Hörfunk](#)
- [Presse](#)
- [TV](#)
- [Multimedia](#)

Pressemedien:

- Reichweitenuntersuchung: Repräsentative Studie zur Ermittlung der Verbreitung bestimmter Zeitschriften- oder Tageszeitungstitel (u.a. im Rahmen der jährlichen Untersuchungsdurchführung der Media-Analyse durch die AG.MA.)
- Gruppendiskussion: Zur Untersuchung variierender Fragestellungen, die einer qualitativen Bearbeitung bedürfen.
- Copy-Test: Kontinuierliche Überprüfung thematischer und formaler Heftstrukturen, Überprüfung der Akzeptanz von Anzeigen.
- Nutzerstrukturanalyse: Untersuchungen, die zur Überprüfung der Zielgruppenstruktur dienen.

Hörfunk:

- nationale/regionale Reichweitenuntersuchung: z.B. Media-Analyse (MA), Elektronische Media-Analyse Nordrhein-Westfalen (EMA NRW).
- Programm-Monitor: Kontinuierliche Überprüfung der Akzeptanz einzelner oder mehrerer Programme.
- Programm-Pretest: Überprüfung der Akzeptanz einzelner oder mehrerer Programmelemente (z.B. Jingles, Nachrichten, Moderation).
- Musikakzeptanz-Test: Kontinuierliches Testen von einzelnen Musiktiteln zur ständigen Überprüfung des Musikformats.

Fernsehen:

- Format-Pretest: Überprüfung der Akzeptanz einzelner oder mehrerer Programmformate.
- Gruppendiskussion: Round-Table-Gespräch mit Repräsentanten verschiedener Zielgruppen zu variierenden Fragestellungen, die einer qualitativen Bearbeitung bedürfen.

Multimedia:

- Begleitforschung im Rahmen von DAB (Digital Audio Broadcasting)-Pilotprojekten

- Begleitforschung im Rahmen von DVB (Digital Video Broadcasting)-Pilotprojekten
- Nutzerschaftsforschung im Bereich der Online-Medien

Ansprechpartner:

Ressortdirektor:

Michael Spohrer
Tel. 0911/395-3001

Quantitative Medienforschung: Reichweitenuntersuchungen Hörfunk und Printmedien:

Roland Bronold
Tel. 0911/395-2909
email: Roland.Bronold@gfk.de

Qualitative Medienforschung: Ad Hoc Forschung Hörfunk und Printmedien:

Ronald Frank
Tel. 0911/395-3004

Sandra Leck
Tel. 0911/395-2704

Multimedia:

Roland Bronold
Tel. 0911/395-2909
email: Roland.Bronold@gfk.de

E-Mail gültig für alle Ansprechpartner : [GfK Medienforschung](#).

[[Zurück](#) | [Homepage](#)]

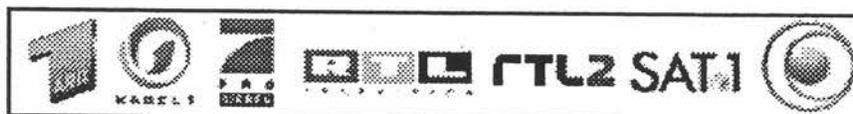
GfK Gruppe	Neue Instrumente	Neue Studien	
Omnibus Fahrplan	Presse aktuell	Stellenangebote	

[[GfK Gruppe](#) | [Neue Instrumente](#) | [Neue Studien](#)]
 [[Omnibus Fahrplan](#) | [Presse aktuell](#) | [Stellenangebote](#)]

[[Zurück](#)]

Die GfK Fernsehforschung

Die GfK Fernsehforschung führt exklusiv im Auftrag der AGF (Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung), zu der sich die Sender

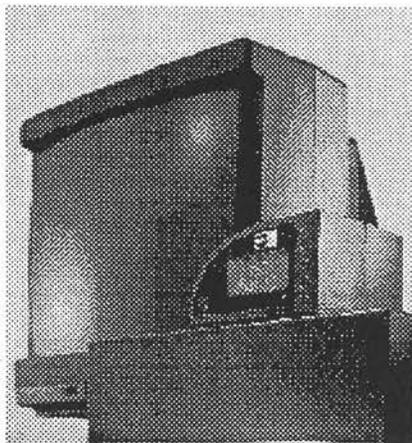


[[ARD](#) | [KABEL 1](#) | [PRO SIEBEN](#) | [RTL](#) | [RTL 2](#) | [SAT. 1](#) | [ZDF](#)]

zusammengeschlossen haben, die kontinuierliche Fernsehzuschauerforschung in Deutschland durch. Neben den Programmen der auftraggebenden Sender (zu denen auch die Dritten Programme der ARD sowie 3Sat gehören) gibt es Lizenzsender, die ebenso im Berichtssystem der GfK Fernsehforschung ausgewiesen werden. Es handelt sich dabei um

arte, DSF, Eurosport, NBC, Nickelodeon,
n-tv, pulsTv, Super RTL, tm3, VOX.

Das Panel der GfK Fernsehforschung besteht aus 5.200 privaten deutschen Fernsehhaushalten (das entspricht ca. 12.000 Personen ab 3 Jahre). Es stellt damit das größte Panel zur Fernsehzuschauerforschung in Europa dar. In den Panelhaushalten ist an allen Fernsehgeräten ein Meßgerät, das sogenannte GfK-Meter, installiert. Es mißt und speichert sekundengenau alle Nutzungsvorgänge am Fernsehgerät (d.h. Ein- und Ausschalten, Umschalten und alle sonstigen Verwendungsmöglichkeiten des Fernsehgerätes wie z.B. VCR, VTX etc.). Mit Hilfe einer Personentaste auf der Fernbedienung melden sich alle Mitglieder eines Haushalts als Zuschauer an und ab. Dadurch ist es möglich, Fernsehnutzung auch personenindividuell abzubilden.



- Geräteaufbau -

Um die Repräsentativität des Panels und die Zuverlässigkeit der Personenan- und -abmeldung zu überprüfen, werden in regelmäßigen Abständen der Externe bzw. Interne Coincidental Check telefonisch durchgeführt.

Der Datenabruf der in den GfK-Metern gespeicherten Daten erfolgt nachts ab 3.00 Uhr über die Telefonleitung. Nach diversen Gewichtung- und Hochrechnungsverfahren stehen ab etwa 9.30 Uhr die vorläufigen Zuschauerzahlen vom Vortag für Sender, Werbeagenturen und Werbungtreibende zur Verfügung.

Das Berichtswesen der GfK Fernsehforschung basiert auf der PC-Software PC#TV. Fast 60 Sender, Werbeagenturen und Werbungtreibende können online auf die Fernsehnutzungsdaten zugreifen und individuelle Auswertungen für beliebig definierbare Zielgruppen nach Sendungen, Werbeblöcken oder Zeitabschnitten vornehmen.

Der Datenzugang wird im Auftrag der AGF durch die GfK Fernsehforschung und beauftragte Datenverwerter abgewickelt. Somit wird auch Dritten, die häufig keinen kontinuierlichen Datenbezug wünschen, die Möglichkeit eingeräumt, Zugang zu Fernsehnutzungsdaten zu erhalten.

Wir haben eine kleine Ergebniszusammenstellung häufig erfragter Daten (hier in Halbjahresschritten) vorgenommen. In z.B. Videotexten einzelner Sender werden solche und ähnliche Daten tagesaktuell veröffentlicht.

Ansprechpartner:

Geschäftsleitung:	Michael Darkow
Leitung Ressort New Business:	Thomas Pauschert
Leitung Ressort Methode:	Robert Nicklas
Leitung Ressort Daten-Service:	Werner Lessmann

GfK Fernsehforschung
 Nordwestring 101
 90319 Nürnberg
 Tel.: ++49 / 911 / 395-2440
 Fax: ++49 / 911 / 395-2686

[[Adresse](#) | [Zurück](#) | [Homepage](#)]

Tracking Food

Tracking-Forschung ist ein anderer Begriff für die kontinuierliche Marktbeobachtung mittels Panels. In einer solchen Stichprobe sind eine repräsentative Anzahl von Handelsgeschäften bzw. Verbraucherhaushalten zusammengefaßt. Die gesamte Stichprobe der GfK im Food-Bereich umfaßt rund 6.400 Handelsgeschäfte und rund 50.000 Haushalte. Sie verfügt über Handels-, Haushalts-, Scanner- und Mailpanels in nahezu 20 europäischen Ländern. Kooperationen mit renommierten Marktforschungsunternehmen ermöglichen vergleichbare Panelstudien in allen wichtigen Märkten der Welt. Die Tracking-Forschung Food ist in den beiden Firmen IRI/GfK Retail Services und GfK Panel Services Consumer Retail konzentriert.

Medienforschung

Der Geschäftsbereich Medien wird zum einen von der GfK Fernsehforschung und zum anderen von der GfK Medienforschung wahrgenommen. Im Auftrag der AGF (Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung) erhebt die Fernsehforschung in einer Stichprobe von fast 5.200 Haushalten mit elektronischen Meßgeräten das Fernsehverhalten der Bundesbürger. Vielbeachteter Ausdruck dieser Tätigkeit sind die täglich festgestellten Einschaltquoten. Die Medienforschung erstellt u.a. große nationale Reichweitenstudien im Bereich Hörfunk und Printmedien sowie qualitative Untersuchungen für nahezu alle Mediensektoren. Ein wachsendes Geschäftsfeld ist der Bereich Multimedia.

Tracking-Non-Food Ad Hoc

In diesem Bereich ist die kontinuierliche Marktbeobachtung mittels Panels für den Bereich der technischen Gebrauchsgüter zusammengefaßt. Es ist die Domäne der GfK Handelsforschung. Sie liefert ihren Kunden wöchentlich Daten von hoher Aktualität: von Distribution und Preisen einzelner Artikel über die technische Ausstattung bis hin zu Abverkäufen, Wiederkaufsrate und Markentreue.

Die Tochterunternehmen der GfK Gruppe erheben und übermitteln Daten aus allen wichtigen Wirtschaftszentren der Welt: Europa, Asien, Amerika und Australien. Das Handelspanel-Angebot der GfK umfaßt 16 europäische Länder und 12 Staaten in Übersee. Bei Foto- und Elektrogeräten sowie bei der Unterhaltungselektronik ist die GfK Handelsforschung weltweit der Marktführer. Immer größere Bedeutung nehmen im globalen Ausmaß auch die Bereiche Telekommunikation/Multimedia, Bürokommunikation und Do-it-Yourself ein.

Die Innovationskraft der GfK sichert den besonders in diesem Bereich erforderlichen hohen technologischen Standard der GfK-Instrumente und Systeme. Die Kunden der GfK können sich zudem auf effiziente Analyse- und Support-Systeme verlassen. Die GfK schafft so Entscheidungsgrundlagen für weltweite Marken-Strategien und liefert Basisdaten für den optimalen Marketing-Mix.

Die Ad Hoc Forschung der GfK umfaßt zum Beispiel die Bereiche Umfrage- und Testmarktforschung. Rund 14.000 freiberufliche Interviewer führen derzeit pro Jahr mehr als eine Million Befragungen in 28 europäischen Ländern durch. Bei der Datenerhebung - sowohl im persönlichen wie auch im Telefoninterview - werden zunehmend Computer eingesetzt. Neben ihren Kundenstudien führt die GfK zahlreiche eigeninitiierte Studien durch. Zu den bekanntesten zählen "Die Sorgen der Nation", die Studien zum Konsum- und Sparklima sowie die GfK Kaufkraftkarten. Der Micro-Testmarkt Haßloch der GfK Testmarktforschung war eine Pioniertat der GfK. Noch heute gehört die GfK mit dieser Einrichtung zu den Weltmarktführern. Die Ad Hoc Forschung ist hauptsächlich in den Unternehmensbereichen GfK Marktforschung und GfK Testmarktforschung sowie in weiteren spezialisierten Firmen der GfK Gruppe angesiedelt.

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Hier finden Sie demnächst den Internet-Auftritt des Instituts für Demoskopie Allensbach.

Informationen über das Institut können Sie bis dahin per E-Mail bei uns anfordern.

Ihre Anfrage an uns:

Anschrift:

Firma:

Name:

Funktion:

Abteilung:

Straße:

PLZ / Ort:

Telefon:

Telefax:

E-Mail:



Infratest
... gut zu wissen

Willkommen bei Infratest Burke!

A member of the **NFO** family of companies
worldwide

V Viel Neues:
Infratest Burke News

A Alle Produkte:
Service und Nutzen

L Lassen Sie uns präsentieren:
Gut zu wissen...



U Unsere Umfragen:
Ihre Meinung zählt

E Exklusiv und Express:
Informationstransfer

S Ständig aktuell:
Software und Statistiken gratis

Politik und Wahlforschung
Stadt- und Regionalforschung



Infratest dimap

Infratest Burke



Türkei

Infratest Burke



Wenn Sie nach dem schnellsten Weg zu unserem Service- und Produkt-Angebot suchen: Einfach das gewünschte Kapitel anklicken!

Unsere Gesellschaften (Standorte)

Service und Nutzen

- Die Arbeitsfelder
 - Strategisches und operatives Marketing
 - Öffentliche Aufgaben
 - Kundenbindung
 - Personalentwicklung
- Geschäftsfelder im strategischen und operativen Marketing
 - Auto und Verkehr
 - Gesundheitswesen/Pharmamarkt
 - Informationstechnik und Medien
 - Finanzdienstleistungen
 - Konsum- und Gebrauchsgüter



- Die Strategiefelder
 - Strategische Marktstudien - das Beispiel IMPSYS
 - Kontinuierliche Marktbeobachtung - die Tracking-Systeme
 - Produkt-Strategien - das Beispiel BASES
 - Kommunikations-Strategien - das Beispiel AD-VISOR/A.C.E.
 - Preis-Strategien - das Beispiel PRICER
 - Vertriebs-Strategien - das Beispiel COSMOS
 - Kontinuierliche Ertragssteigerung - mit TRI:M

Infratest Burke hat in vielen Branchen ein hohes Maß an Marktvertrautheit und Beratungskompetenz erreicht. Lernen Sie unsere Arbeitsfelder kennen, die Geschäftsfelder, auf die wir uns spezialisiert haben, und den Fächer an hochklassigen Forschungsinstrumenten und Ressourcen.



Willkommen bei Infratest dimap!

Aktuelles **BerlinTREND IV**

Sonntagsfrage

Politik- und Wahlforschung

Stadt- und Regionalforschung

Publikationen

Infratest dimap

Kontakt

Infratest Burke München

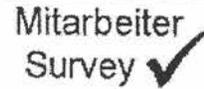
Impressum

Willkommen bei Infas.

Mehrthemenumfrage mit infas



Mitarbeiterbefragung mit infas



Wählerwanderungen:
Landtagswahl in Sachsen

Kundenzufriedenheitsforschung
mit infas



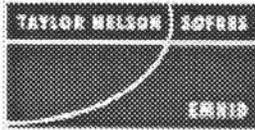
Kundenbefragung:
Stadtbibliothek Bonn
aus Sicht der Kunden

kommunale Umfragen mit infas



infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH ● Margaretenstr. 1 ● D-53175 Bonn
Telefon: (0228) 38 22 - 409 ● Fax: (0228) 31 00 71
Die infas GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Hunzinger Information AG
Mitglied im Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM)

Herzlich Willkommen beim EMNID-Institut GmbH&Co.



Stieghorster Straße 90
33605 Bielefeld
Telefon 0 521 / 92 57-0
Telefax 0 521 / 92 57-333
E-Mail: info@emnid.tnsfres.com

Geschichte

EMNID wurde im September 1945 von Karl Georg Fr. von Stackelberg als "Institut für Marktforschung und Marktermittlung" in Bielefeld gegründet.

In den späten 40er und den frühen 50er Jahren entwickelt sich Emnid rasch zu einem Full-Service-Institut für Markt- und Meinungsforschung.

Vielfältige Veröffentlichungen zu aktuellen politischen Fragen prägen das Image des Institutes bis in unsere Tage und verhelfen EMNID zu einem hohen Bekanntheitsgrad nicht nur in Fachkreisen, sondern auch in einer breiten Öffentlichkeit.

Ende der 50er Jahre expandiert EMNID national mit eigenen Büros in Berlin, Frankfurt, Hamburg und München sowie international durch seine Mitgliedschaft in der weltweit operierenden GALLUP-Gruppe (1954) und eigene Institutsgründungen in verschiedenen asiatischen und südamerikanischen Ländern.

EMNID-Tagungen (meist in Bad Godesberg) waren seit 1951 die Plattform für Erfahrungsaustausch und Methodendiskussionen nicht nur zwischen betrieblichen Marktforschern und ihren Institutskollegen, sondern auch zwischen Deutschland und dem benachbarten Ausland.

Entwicklung

EMNID war in all diesen Jahren maßgeblich an der Entwicklung der Markt- und Meinungsforschung in Deutschland beteiligt.

K.F. Flockenhaus, Methodischer Direktor von EMNID, entwickelte im Auftrag von Philips bereits 1961 eine der ersten Flächenstichproben für die damalige Bundesrepublik. Theodor Harder führte eine der ersten Reichweitenuntersuchungen durch und Siegfried Drescher, von Haus aus Jurist und viele Jahre EMNID-Geschäftsführer, bemühte sich früh um die Anerkennung der Demoskopie im Rahmen der Beweisermittlung bei wettbewerbsrechtlichen Prozessen.

Infolge vielfältiger Anregungen von GALLUP-Instituten in aller Welt war EMNID meist auch technologisch mit vorn:

Für das "data processing" wurde nach einer längeren Phase des "online subcontracting" an ein Rechenzentrum im Ruhrgebiet eine in-house-Lösung mit Großrechnern von Nixdorf, IBM und Bull geschaffen. Sie wurde in der zweiten Hälfte der 80er Jahre Schritt für Schritt in eine flexiblere PC-Lösung überführt. Die Datenerfassung erfolgt bereits ab 1980 mit Hilfe des "optical mark reading" bzw. seit 1997 mit einem Scanner-System, so daß das mühsame und zeitraubende "Lochen" ad acta gelegt werden konnte. Heute arbeitet Emnid mit moderner CATI- und CAPI-Technologie unter Zuhilfenahme einer speziell entwickelten Software (ODIN von NIPO, Amsterdam).

Zukunft

EMNID gehört heute zu den "top ten" der deutschen Institute und wird mit einem jungen Team hochmotivierter Researcher den eingeschlagenen Kurs zielstrebig weitergehen:

Kunden- bzw. problemorientierte Forschung auf hohem Qualitätsniveau bei einem vernünftigen Preis-Leistungsverhältnis. Um diese Zielsetzung auch bei einer sich ständig vergrößernden betrieblichen Organisation gewährleisten zu können, führte EMNID 1995 ein Quality-Management ein, das nach ISO 9001 zertifiziert wurde.

Neben dem Qualitätsaspekt werden es insbesondere Kreativität und Flexibilität sein, die sowohl die Tagesarbeit als auch die EMNID-Strategie für die Zukunft bestimmen.

Seit 1997 gehört EMNID mehrheitlich zur Taylor Nelson Sofres-Gruppe, London.

Neue Organisationsformen, eine mittelfristige strategische Planung und neue Aktivitäten der verschiedensten Art schaffen eine neue Institutskultur, die sich seither überaus positiv auswirkt.

prognos

Herzlich willkommen

bei einem der führenden europäischen Beratungsunternehmen, das in seiner Interdisziplinären Projektarbeit Synergien optimal zu nutzen weiss.

Welcome

to one of the leading European consultancies which knows how to exploit synergies optimally in its interdisciplinary project works.



Europäisches Zentrum
für Wirtschaftsforschung und
Strategieberatung

DEUTSCH

JA
 NEIN

ENGLISH

YES
 NO

JAVA

Best Viewed with Java / JavaScript enabled.
Win 3.11: Internet Explorer 3.02/4.0 recommended
Win 95/NT, Macintosh, Unix: Navigator 3.0/4.0 or Explorer 3.02/4.0 recommended

[Netscape Navigator 3.0](#)



[Internet Explorer 3.02](#)



DESIGN BY ATELIER W



Probleme lösen – Zukunft formen

Dieser Slogan, der zugleich Programm ist, hat Prognos zu seinem Ruf als einem der führenden europäischen Beratungsunternehmen verholfen. Mit seiner Gründung im Jahre 1959 etablierte sich zum ersten Mal in Europa ein Unternehmen, das sich als Bindeglied zwischen Wirtschaftsforschung und Wirtschaftspraxis verstand. Bis heute sind wir dem Grundsatz treu geblieben, die Vorteile des Generalisten mit dem Spezialwissen von Experten zu vereinen. In enger Kooperation mit unseren Kunden erarbeiten wir auf Basis neutraler Analysen, kompetenter Gutachten und fundierter Prognosen praxisnahe Entscheidungsgrundlagen, unterstützen die Entwicklung innovativer und kreativer Unternehmensstrategien und begleiten deren Umsetzungsprozess.

Neue Beiträge auf der Prognos-Website:

- — | Weisbuch Presseförderung Österreich
- — | Modellprogramm »Altenhilfestrukturen der Zukunft«
- — | Prognos Deutschland-Report Nr. 2
- — | Benchmarking Informationsgesellschaft
- — | Der Zukunftsmarkt für Entsorgungsleistungen
- — | Prognos World Reports

Wir haben uns bemüht, alle relevanten Informationen zu unserem Unternehmen und seiner Arbeit in unsere Website aufzunehmen und möchten Sie herzlich zu einem virtuellen Rundgang einladen.

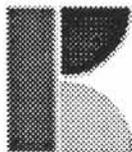
- Suchen Sie gleich etwas ganz bestimmtes? Dann wird Ihnen unsere Volltextsuche sicherlich weiterhelfen können.
- Wollen Sie sich über unsere Dienstleistungen informieren? Dann werfen Sie einen Blick in die Seiten

unserer neun Beratungsbereiche: Politik&Gesellschaft, Wirtschaft&Bevölkerung, Gesundheit&Soziales, Städte&Regionen, Medien&Kommunikation, Energie, Verkehr, Umwelt und Managementberatung oder die Seite unseres Tochterunternehmens prognos & simma.

- Wollen Sie aktuelle Informationen zu unserer Arbeit erhalten und wissen, was die Presse dazu schreibt, dann klicken Sie auf Aktuell/Presse.
- Sind Sie an der Geschichte unseres Unternehmens interessiert? Wollen Sie wissen, wo sich unsere Standorte befinden? Interessiert Sie, welche Personen bei uns auf Geschäfts- und Bereichsleitungsebene arbeiten? Schauen Sie sich in Ruhe um !
- Interessieren Sie ausführlichere Berichte über laufende oder soeben abgeschlossene Projekte? Dann lesen Sie in Ruhe die aktuellen Ausgaben unserer Prognos trendletter - Sie können sie übrigens auch downloaden und ausdrucken.
- Suchen Sie eine bestimmte Publikation von Prognos. Geben Sie einfach ein Stichwort in die Suchmaske ein. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit, Publikationen zu bestellen. Füllen Sie dazu einfach das vorgesehene Formular aus und faxen Sie es uns zu.

Sind noch Fragen offengeblieben? Dann nehmen Sie doch einfach Kontakt mit uns auf. Wir werden uns bemühen, Ihre Anfrage so schnell wie möglich zu beantworten.

[HOME](#) [UP](#) [COPYRIGHT](#) ©

**K o n k r e t**

**Institut für innovative Markt- &
Meinungsforschung GmbH**

Marktforschung in Deutschland

Nichts ist unmöglich, behauptete einmal ein Autohersteller. Das stimmt vielleicht nicht ganz, aber mit der nötigen Erfahrung, großem Engagement, dem Zugriff auf alle erdenklichen Ressourcen und nicht zuletzt dem Einsatz der erforderlichen Kreativität läßt sich doch fast alles bewerkstelligen.

REGIONAL**BUNDESWEIT****HOME****STUDIO****TELEFON****PHARMA**

Wenn Sie nicht gerade ein Auto kaufen wollen, sondern eher ein Problem haben, das sich mit den Mitteln eines Marktforschungsinstituts lösen läßt, so wählen Sie doch eines, das auf über 15 Jahre Erfahrung zurückgreifen kann, über ein bundesweites Interviewerfeld und eigenes Teststudio verfügt hat (mit 14 separaten Testplätzen, Gruppendiskussionsräumen, Einwegspiegeln und umfangreicher Technikausstattung) und Ihnen auch sonst alles bietet, das zur zuverlässigen und erfolgreichen Abwicklung Ihres Projektes beiträgt. (Ganz konkret denken wir da übrigens an uns.)



Sagen wir Ihnen also einmal, was wir für Sie tun können:

- regionale, überregionale und bundesweite Studien
- alle gängigen Studiotests
- Gruppendiskussionen mit Audio-/Videoaufzeichnung, auch mit eigener Moderation
- Messebefragungen, Firmenbefragungen, Expertengespräche
- Pharmastudien
- Einzelexplorationen, Telefoninterviews durch psychologisch geschulte Interviewer
- computergestützte Interviews
- Telefonstudien
- Beobachtungen
- Gruppendiskussionen und Studiotests auch in kleineren Städten durch mobiles Einsatzteam

Wir garantieren Ihnen kompletten Service - und zwar in ganz Deutschland!

Egal, ob wir Ihren Test in Bremen durchführen oder ob Sie Ihre bundesweite Studie vollständig in unsere Hände legen - wir passen uns selbstverständlich an Ihre Bedürfnisse an. Nach Wunsch bereiten wir die Erhebung für Ihre Auswertung bis zur Vercodung, Datenerfassung und tabellarischen oder grafischen Aufbereitung vor.

Alle Studien werden von einem Supervisor vor Ort betreut, intensive Interviewerkontrolle garantiert beste Leistungen als Basis für sichere Entscheidungsgrundlagen.

Wenn Sie also Qualität, Flexibilität und einen individuellen Service auf der Grundlage langjähriger Erfahrung wollen, lassen Sie und Ihre Anfrage zukommen, damit wir Sie **konkret** von unserer Leistungsfähigkeit überzeugen können. Gern informieren wir Sie über weitere Details der einzelnen Geschäftsbereiche.

SIGMA

Please select

Search:

Go

e mail

institute

main areas of research

clients

service

headlines

Can you hear the "voice" of the market? Do you understand the "signals" of the market?

As experts in marketing and market research for your company you are confronted with the challenge of getting hold of authentic data on market requirements and market potential as you accompany the overall process of new and follow-on development of brand products.



Is your company's homepage a one-way street?

As a rule the marketing and market research departments of your company learn nothing about the consumer wants and preferences of the Internet surfers contacting your company everyday via your homepage.



Institute

We provide a scientific service for companies who...

- are opening up markets the world over
- operate in highly segmented sub-markets
- require intelligent target group systems
- value experience and scientific competence

Get to know the SIGMA team and find out how to contact us.



Main areas of research

We are known for our international research into target groups, trends and everyday aesthetics, but the list of SIGMA research tools is getting longer every day...

Find out all about SIGMA's global research into target groups, trends and everyday aesthetics, the worldwide Internet- und Intranet identification system Target it!™ for use worldwide, the nationwide SIGMA-ONLINE-PANEL and our qualitative and quantitative approaches and methods which make up SIGMA Ad Hoc Research.



Clients

References are like children...

They all have something special and one has a soft spot for each of them. Which is why we'd like to present our clients here.



Service

Articles, studies, press reviews, recommended reading and far more besides...

are here for you to read in full or available for downloading as Adobe Acrobat Reader files.



e mail

institute

main areas of research

clients

service

top

Willkommen!

WELCOME!

Bienvenue!

Bienvenido!

[mehr News finden Sie hier..](#)

Wir sagen Ihnen die Meinung.

Ipsos ist Ihr Partner in der Marktforschung! Mit excellenter Beratung, gutem Service und modernsten Techniken steht Ipsos für schnelle, geprüfte Qualitätsdaten, auf die Sie sich verlassen können. Ipsos garantiert eine professionelle Durchführung von Studien aus allen wichtigen Forschungsbereichen:

FORSCHUNGSBEREICHE

Ipsos findet die richtigen Antworten
in allen Forschungsbereichen

Ipsos gehört zu den führenden Markt- und Meinungsforschungsinstituten in Europa und weltweit.

Ipsos Deutschland bietet mit 200 Mitarbeitern und jahrzehntelanger Erfahrung seinen Kunden aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik eine professionelle Anlage und Durchführung von qualitativen und quantitativen Studien aus allen wichtigen Forschungsbereichen:

● MARKETINGFORSCHUNG:

- Leistungsspektrum
- Forschungsinstrumente
- Branchen
- Ansprechpartner

● MEDIENFORSCHUNG:

- Print-Medien
- Plakat
- Elektronische Medien
- Online-Forschung
- Reichweiten-Analysen
- Ansprechpartner

● SOZIAL- UND POLITIKFORSCHUNG:

- Leistungsspektrum
- Internationale Forschung
- Forschungsinstrumente
- News
- Ansprechpartner

● QUALITÄTSFORSCHUNG:

- Brieflaufzeiten
- Presse- und Infopostlaufzeiten
- Weitere Projekte
- werden Sie Teilnehmer
- Ansprechpartner

● QUALITATIVE FORSCHUNG:

- Leistungen
- Methoden
- Service
- Insight
- Team

● EMPIRISCHE RECHTSFORSCHUNG

● MEHRTHEMENUMFRAGEN:

- Capibus Deutschland
- Capibus Europe
- Osteuropa-Omnibus
- Grossumfrage
- Ansprechpartner

● ONLINE-FORSCHUNG

Fragen bitte an:

Madeleine Göhring (Leiterin PR)
E-Mail: goehring@ipsos.de

**Ipsos Deutschland GmbH
Marketing-, Medien- und
Sozialforschung**

**Sitz der Gesellschaft
Langelohstr. 134**

22549 Hamburg

Tel.: +49(0)40 800 96 -0

Fax: +49(0)40 800 96 -100

Kollaustraße 67-69

22529 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 554 936 - 0

Fax: +49 (0)40 554 936 - 55

UNTERNEHMEN

DAS INSTITUT
GESCHICHTE /
REFERENZEN / KUNDEN

DIE MITARBEITER
STUDIENLEITER /
CONSULTANTS

DIE KOOPERATIONEN
TOCHTER- UND PARTNERFIRMEN

UNTERNEHMEN DAS INSTITUT

Das Monheimer Institut blickt auf mehr als 17 jährige Erfahrungen in der Kommunikations- und Werbewirkungsforschung zurück. Das 1982 gegründete Institut ist Full- Service- Partner im In- und Ausland für qualitative Kommunikations-, Werbewirkungs-, und Programmforschung.

Damit Sie sich einen Überblick verschaffen können, in wessen Auftrag wir forschen.

ARD Werbung Sales & Services, Frankfurt

BOSCH TELECOM GMBH, Frankfurt

DEUTSCHE TELEKOM AG, Bonn

DIAVITA, Düsseldorf

DSF - Deutsches Sportfernsehen GmbH, Unterföhring

E/B/D INTERPARTNERS MARKETING- UND WERBEAGENTUR GMBH, Düsseldorf

GRUNDY UFA TV, Potsdam-Babelsberg

GRUNER UND JAHR Funk- und Fernsehproduktions GmbH, Hamburg

HENKEL KGaA, Düsseldorf

HENKEL COSMETICS, Düsseldorf

JOHNSON WAX GmbH, Haan

MAGIECIOK & FAMILY, Düsseldorf

MANNESMANN D2 Mobilfunk, Düsseldorf

MARS GMBH, Viersen

MDR MITTELDEUTSCHER RUNDFUNK, Leipzig

MIRO SPORTSWEAR GMBH, Pulheim

PREMIERE MEDIEN GMBH & Co.KG, Hamburg

RTL TELEVISION GMBH & CO BETRIEBS KG, Köln

SCHÖLLER, Nürnberg

SERVICE BANK GMBH, Köln

SUPER RTL, Köln

STUDIO HAMBURG, Hamburg

VOX Fernsehen, Köln

WDR - WESTDEUTSCHER RUNDFUNK, Köln

WELDEBRÄU, Plankstadt

WESTDEUTSCHE LOTTERIE GMBH & CO., Münster

WWF WESTDEUTSCHER RUNDFUNK, Köln

ZDF - Medienforschung, Mainz



UNTERNEHMEN - RESEARCH - NEWS - KONTAKT

SKOPOS

Institut für Markt-
Sozialforschung Gr



Fragen,
Entscheiden,
Handeln!



Ihre Ziele...
...unsere Kompetenz



Marktforschung -
mehr als
Datenbeschaffung



Verstehen
statt Zählen

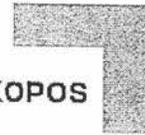


Fakt
statt My



[Philosophie](#) | [Fakten](#) | [Leistungen](#) | [Methoden](#) | [Kunden](#) | [News & Archiv](#) | [Bewegen Sie uns...](#) | [e-mail](#) | [English](#)

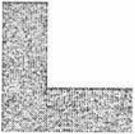
© Copyright 1998 SKOPOS GmbH



FULL-SERVICE **SKOPOS**

LEISTUNGEN

Ad Hoc-Marketingforschung
Business to Business-Forschung
Desk Research
Evaluationsforschung
Imageanalysen
Konzepttests
Kundenzufriedenheitsuntersuchungen
Markenwertforschung
Marktsegmentierungen/Typologien
Mediaforschung
Mitarbeiterbefragungen
Produkt- und Verpackungstests
Qualitative TV-Forschung
Werbewirksamkeitsanalysen und -kontrollen
Zielgruppenforschung



[Startseite](#) | [Philosophie](#) | [Fakten](#) | [Methoden](#) | [Kunden](#) | [News & Archiv](#) | [Bewegen Sie uns...](#) | [e-mail](#) | [English](#)

© Copyright 1998 SKOPOS GmbH

A&B. Analyse und Beratung.

past

present

future

▶ Studien

▶ Referenzen

▶ Forschung

▶ Lehre

▶ Jobs

▶

▶ Unser Selbstverständnis

NEWSLETTER

Herzlich willkommen auf der Homepage von abakus Marktforschung, Karlsruhe.

Diese Seite liefert Ihnen Informationen zu Themen rund um die Marktforschung - und natürlich zum abakus-Institut.

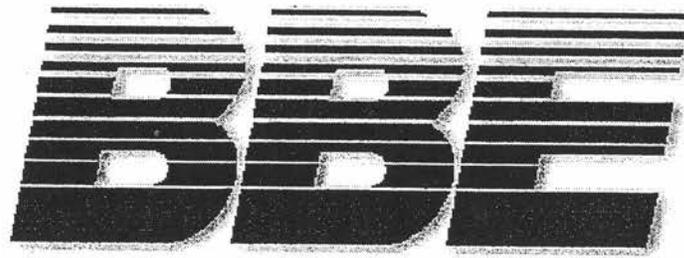
1. Kurzprofil abakus Marktforschung.
 2. Was leistet die Marktforschung?
 3. Typische Fehler unprofessioneller Marktforschung.
 4. Ein Beispiel: Die Studie "Schriftliche Kundenbefragung für Banken".
 5. Auszug aus der Kundenliste des abakus-Instituts.
 6. Was ist eigentlich ein "Abakus"?
 7. Marktforschungs-Links und Literaturhinweise.
-



*abakus Marktforschung, Inh. Dominik May
Institut für Marktforschung und Unternehmensberatung
Marienstraße 63
D-76137 Karlsruhe
fon: 0721.32520
fax: 0721.9375704*

*Mitglied im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM)
d.may@t-online.de*

[Letztes Update: 28. Februar 1999]



Unternehmensberatung GmbH

<i>Branchenberatung</i>
<i>Marketing / Marktforschung / Studien</i>
<i>Training / Seminare</i>
<i>Planung / Bau / Einrichtung</i>
<i>Verlag</i>

Über diese Website ...

<< zurück

Desk Research

Allgemeine Informationen: Ansprechpartner Herr Jürgen Liebig,
Telefon: 0221 / 9 36 55 - 225, Telefax: -222, eMail: liebig@bbeberatung.com

BBE - Studien

(Distributionsstudien für derzeit 130 Branchen/Fachsparten)

- Branchenreports
- Sonderdokumentationen
- Spezialreports
- Trendstudien / Handelsberichte
- Markenbarometer



Direktbestellung

(Kontakt: Herr Dr. Klaus Vossen, Telefon 0221/9 36 55-210,
eMail vossen@bbeberatung.com)

(über 50 Einzelmärkte)

(Kontakt: Herr Uwe Krüger, Telefon 0221/9 36 55-204,
eMail krueger@bbeberatung.com)

Regionalforschung



(Kontakt: Herr Klaus-Peter Teipel, Telefon: 0221/9 36 55-215,
eMail teipel@bbeberatung.com)

Euro - Forschung West- und Ost-Europa

- Länder-Studien

- BBE-Euro-Reports (Länder/ Branchen)
- BBE-Euro-Focus
- BBE-Euro-Dateien

(Kontakt: Herr Dr. Horst Brandenburg, Telefon: 0221/9 36 55-298)

[<< zurück zur Homepage](#)





ComCult Research hat sich als Marktforschungsinstitut auf das Forschungsgebiet New Media Research spezialisiert. Wir bieten Ihnen quantitative und qualitative, klassische und innovative Methoden (z.B. Online-Panel) der Onlineforschung.

Die Internetstudien von ComCult Research geben Ihnen einen detaillierten Einblick in das Nutzungsverhalten der Anwender, deren Umgang mit dem Netz, deren differenzierten Erwartungen und Präferenzen an ein Online-Angebot

ComCult Research informiert Sie über die Entwicklung des Internet, wir beraten Sie bei strategischen Planungen Ihres Unternehmens und unterstützen Sie bei Ihren Marketingentscheidungen zum Internet.

[COMCULT NEWS](#)[COMCULT UMFRAGE](#)[NEWSLETTER](#)



Wir über uns

Unsere Leistungen

Dokumentationen

App.-Verfahren

Referenzen

Willkommen beim Compagnon Marktforschungs-Institut

Bitte verwenden Sie zur Navigation in der Compagnon Web site die obere Leiste oder klicken Sie einfach auf die einzelnen Punkte!

 [Kontakt](#)

 [Wegbeschreibung](#)

Copyright © 1999 Compagnon Marktforschungs-Institut GmbH & Co. KG

Willkommen bei Dr. Niebrügge und Partner

Innovative Dienstleistungen für die Markt- und Meinungsforschung

Wir freuen uns, daß Sie uns hier besuchen.

Wir arbeiten seit mehreren Jahren erfolgreich für Marktforschungsinstitute und Unternehmensberatungen in ganz Deutschland, die für ihre Projekte unsere innovativen Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Der Ursprung unserer Arbeit liegt genau da, wo sich "Me-too-Marktforschung" von anspruchsvoller Qualitätsmarktforschung trennt: In der Entwicklung und Adaption von Studiendesigns, die das Potential innovativer Methoden nutzen und Ihren konkreten Fragestellungen angepaßt werden, im sicheren Datenhandling und im kundenorientierten und klaren Reporting.

Schneller Überblick

- ▣ **Services**
 - für Unternehmen
 - für Marktforscher
 - Methoden
 - Instrumente
- ▣ **Online-Umfragen**
 - Informationen zu Online-Umfragen
 - laufende Befragungen
- ▣ **Panel**
 - Informationen zum Panel
 - Ich will Teilnehmer werden!
 - Jetzt teilnehmen!
- ▣ **Home**
- ▣ **Kontakt**
- ▣ **Team**

Marktforschung ist mehr als nur

Willkommen bei der



Datenverarbeitung in der Marktforschung

Montag, 4.10.99

Seit 1983 beschäftigt sich ERGO mit allen EDV-Aufgaben rund um die Marktforschungsbranche.

Auf den folgenden Seiten können Sie mehr über uns und unsere Dienstleistungen erfahren.

Wenn Sie Fragen haben, so freuen wir uns über Ihre E-Mail.



postoffice@ergo-data.de

[SiteMap](#)



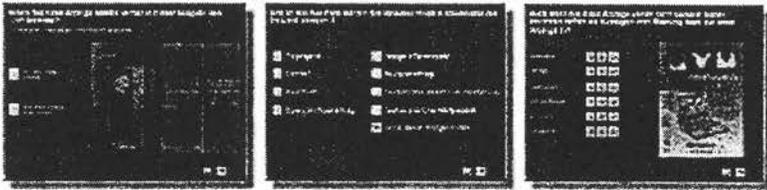
Multimedia

Hier können Sie an einigen kleinen Beispielen die Möglichkeiten von multimedial gestalteten Umfragen betrachten.

Hierbei handelt es sich um ein laufendes Panel von ERGO-Data.

Die Probanden erhalten von uns eine Multimedia-CD-ROM auf der die Befragung enthalten ist.

Die Ergebnisse der Umfrage werden dann per E-Mail auf unserer "research engine" gesammelt und dann ausgewertet.



(Klicken Sie die Bilder an, um sie in Originalgröße zu betrachten.)



Das Unternehmen

Wir über uns

Die Leistungen

Die Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH führt seit 1 bundesweit Feldarbeit im Rahmen der Markt- und Meinungsforschung. Mit 36 Angestellten (davon 7 mit Hochschulabschluß) und ca. 2000 Interviewern erzielte Foerster & Thelen 1997 einen Netto-Umsatz von ca. 10 Millionen DM.

Die Interviewer

Die Qualität

Foerster & Thelen bietet:

- ⊕ bundesweite Feldarbeit im Rahmen quantitativer und qualitativer Projekte
- ⊕ telefonische Befragungen im zentralen Telefonstudio
- ⊕ Studiotests in der gesamten BRD durch die Tochterfirma Foerster & Thelen Teststudio GmbH
- ⊕ Koordination multinationaler Projekte im "Quality Fields Intern Verbund"

Internationales

Jobboerse

Links

Das Service-Angebot umfaßt:

- ⊕ Untersuchungsplanung
- ⊕ Fragebogenkonzeption
- ⊕ Fragebogenadaption und Druck
- ⊕ Feldarbeit
- ⊕ Auswertung

Full-Service-Projekte werden in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern realisiert.

Kontaktinformation

Telefon

+49 234 5074 0

FAX

+49 234 591070

Postadresse

Foerster & Thelen Marktforschung, Harpener Feld 34, D-44805
Germany

E-Mail

Allgemeine Information: field@f-t-gmbh.com
Webmaster: webmaster@f-t-gmbh.com

Besuche seit dem 21.09.1998: 

[[Home](#)] [[Das Unternehmen](#)] [[Die Leistungen](#)] [[Die Interviewer](#)] [[Die Qualität](#)]
[[Internationales](#)] [[Jobboerse](#)] [[Links](#)]

Senden Sie E-Mail mit Fragen oder Kommentaren zu dieser Website an: webmaster@f-t-gmbh.com
Stand: 20. May 1999



Herzlich Willkommen

IMS HEALTH - der neutrale Informationspartner im Gesundheitswesen.



IMS GmbH, Institut für Medizinische Statistik
Hahnstraße 30 - 32, 60528 Frankfurt/Main

Copyright by IMS GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Insbesondere dürfen Nachdruck, Aufnahme in andere online-Dienste, Datenbanken, Internet sowie die Vervielfältigung, gleich in welcher Weise, ganz oder teilweise nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung durch IMS GmbH erfolgen.





Neu! Specials und Sonderaktionen

<u>Niedergelassener Bereich</u>	IMS betrachtet die Umsatz- und Absatzentwicklung des deutschen Pharmamarktes. Dies gilt sowohl auf nationaler wie auch auf regionaler Ebene.	
<u>Medizinischer Bereich</u>	Hier stehen Diagnosen und das Verordnungsverhalten der Ärzte im Mittelpunkt. Eine weitere Dienstleistung beschäftigt sich mit Patientenmonitoring.	
<u>Krankenhaus Bereich</u>	Der Einsatz von Medikamenten und Hilfsmitteln im Krankenhaus wird in gesonderten Analysen betrachtet, um auch hier detaillierten Markteinblick zu erlangen.	
<u>Selbstmedikation</u>	Der Selbstmedikationsmarkt unterliegt anderen Mechanismen. Wir bieten Dienstleistungen, die exakt auf diesen Markt zugeschnitten sind.	
<u>IMS Online</u>	Unsere Datenbanken integrieren verschiedene IMS-Daten. Der Nutzer kann diese online abrufen. Dies gilt für Gesamtmarktdaten und auch für regionale Daten.	
<u>Software Tools</u>	IMS-eigene Software garantiert die optimale Weiterverarbeitung der Daten. Das EDV-Konzept berücksichtigt auch kundenspezifische Anforderungen und die Integration fremder Daten.	
<u>Sonstige Dienstleistungen</u>	Es gibt weitere quantitative und qualitative IMS-Dienstleistungen, die hier zusammengefaßt sind. Themen von A wie Anwendungsbeobachtungen bis Z wie Zulassungsverfahren.	

! Informationen über IMS Praktika zu den einzelnen Dienstleistungen finden Sie im Kapitel Service.



Letzte Aktualisierung: 14. Juli 1998
Copyright by IMS GmbH

Beratung.

Information.

Problemlösung

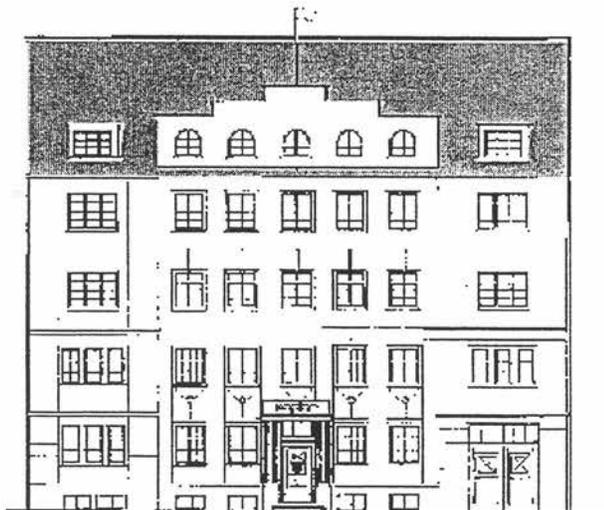
MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG

Die Dienstleistungen.

Einige Beispiele für das inhaltliche Leistungsspektrum der INFO GmbH:

- ▶ Kauf-, Verbrauchs- bzw. Verwendungsgewohnheiten und ihre Entwicklung
- ▶ Produkt- und Konzepttests
- ▶ Kundenbindungsanalysen (CCS)
- ▶ Kundenstruktur-Analysen, Kundensegmentationen, Zielgruppenanalysen, Käufertypologien
- ▶ Ausgabenstrukturen und Marktanteilsanalysen
- ▶ Kunden- und Umsatzprognosen
- ▶ Imageanalysen
- ▶ Standortanalysen
- ▶ Mediennutzungsverhalten
- ▶ Pre-/Post-Werbewirkungsanalysen
- ▶ Copytests, Plakattests (SAPT), Anzeigentests (SAAT)
- ▶ Analysen zur Kundenbindung
- ▶ Wahlforschung, politische Meinungsforschung
- ▶ Verkehrsstromanalysen

Ein persönlicher Ansprechpartner im Institut für den Kunden während der gesamten Laufzeit eines Projektes ist für uns ebenso selbstverständlich wie eine intensive Beratung zu Forschungsmethoden und Maßnahmeableitungen.



 **Marktforschung und Marketing für Unternehmen**

 **Stadt- und Regionalplanung**

 **Europa-Beratung und internationale Zusammenarbeit**

 **Arbeitsmarktforschung, Ausländerbeschäftigung**



**Info-Dienst
Ausländer in
Deutschland**



**isoplan-Institut GmbH, Martin-Luther-Straße 20, 66111 Saarbrück
Tel.: 06 81 - 9 36 46-0, Fax: 9 36 46-11, e-mail: info@isoplan.de**