

## INSTITUT FÜR QUALITATIVE MEDIEN- UND INNOVATIONSFORSCHUNG (IQ) AN DER HDM

- Wie gehen Menschen mit Medieninnovationen um?
- Wie sehen Rahmenbedingungen für einen innovativen, kreativen Medienstandort aus?
- Wie lässt sich Innovation am besten erforschen?

Mit solchen und ähnlichen Fragestellungen beschäftigen wir uns am IQ – Institut für qualitative Medien- und Innovationsforschung. Innovation sehen wir als wichtigen Faktor des Medienwandels, der zu tiefgreifenden Veränderungen des Alltags, der Kommunikationsformen in der Gesellschaft und der Ökonomie führt. Wir bieten am IQ Forschungskonzepte für dieses wichtige, zukunftsorientierte Feld der Medienforschung an, das wissenschaftlich bislang eher unterrepräsentiert ist.

### Medieninnovationsforschung: unser Verständnis

Durch Medieninnovationsforschung versprechen wir uns neue Einsichten in Felder wie Innovationsentstehung, soziokulturelle Bedingungen für Innovation sowie Erkenntnisse über die Rolle von Technologie, räumlicher Situation und von Machtkonstellationen für Innovationen und den Medienwandel. Da Innovationsprozesse schwer zähl- und ausrechenbar sind, bieten sich in der Forschung besonders qualitative Ansätze an, die eher danach fragen *wie* Medienphänomene und Medienpraktiken zustande kommen. Die Forschung des IQ ist aber nicht auf qualitative Methoden beschränkt. Oft ergänzen sich quantitative und qualitative sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden sinnvoll in Mixed-Methods-Designs.

### FORSCHUNGSSCHWERPUNKT / KNOW-HOW

Im Rahmen unserer Arbeit wollen wir neue Forschungsmethoden und deren Kombination ausprobieren und evaluieren. Je nach konkreter Forschungsfrage können wir auf langjährige Erfahrungen im Bereich Gruppendiskussionsverfahren und dokumentarische Methode, auf ethnografische Ansätze oder leitfadengestützte Tiefeninterviews zurückgreifen. Bei der Datenanalyse können wir eine Bandbreite von Verfahren zum Einsatz bringen: Eher deduktive, hypothesenprüfende Verfahren, wie z.B. die Inhaltsanalyse nach Mayring oder offenere, induktive Analysemethoden wie die dokumentarische Methode oder die Grounded Theory. Unsere Erhebungsmethoden reichen von Beobachtungen über Fragebogenerhebungen bis zu onlinebasierten Methoden, z.B. Online-Gruppendiskussionen, Netzwerkanalysen oder Inhaltsanalysen von Online-Diskursen. Diese Ansätze werden sinnvoll und unter forschungsökonomischen Gesichtspunkten miteinander verknüpft, um aussagekräftige Ergebnisse zu bekommen.

### Kontakt

---

Prof. Dr. Boris Kühnle  
Studiendekan

Nobelstraße 10  
70569 Stuttgart  
Deutschland

0711 8923 2246  
kuehnle@hdm-stuttgart.de

<https://www.hdm-stuttgart.de/hochschule/forschung/forschung>



### Ansprechpartner

IHK Region Stuttgart

---

Markus Götz

Jägerstr. 30  
70174 Stuttgart

Tel.: 0711 / 2005 -1329  
[markus.goetz@stuttgart.ihk.de](mailto:markus.goetz@stuttgart.ihk.de)

### Top-Wissenschaft.de

---

Unternehmen trifft Wissenschaft  
Ein Angebot der Industrie- und  
Handelskammern in Baden-  
Württemberg und Rheinland-Pfalz

Top  Wissenschaft  
suchen und finden

So lassen sich Aspekte von Medieninnovationen auf Nutzer-, Produzenten- oder Prozessebene verstehen und intensiv beleuchten.

## AUSSTATTUNG

Je nach Forschungsprojekt nutzen wir die moderne und umfangreiche technische Ausstattung der Hochschule der Medien. Kooperationen mit anderen Einrichtungen/Laboren der HdM sind jederzeit möglich, z.B. mit dem [Institut für digitale Ethik](#) oder mit dem [User Experience Research Lab](#) das u.a. Test-Studios, Eye-Tracking-Systeme und Screentrackingsysteme für mobile Geräte anbietet.

Folgende technische Ausstattung der Hochschule der Medien steht uns u.a. zur Verfügung:

Leicht transportierbare Kameraausrüstungen zur Aufzeichnung von Situationen (Beobachtung), Gruppendiskussionen oder Interviews:

- Canon XA20 3MP (HD) (8 Stück)
- Inkl. Mikrofonen zur Gesprächsaufzeichnung
- Stative

Minikamera, z.B. als Helmkamera für ethnografische Erkundungen oder Situationsaufzeichnungen:

- GoPro Minikamera, eingebautes Mikrofon
- Befestigungssysteme für Stative, Stirnbänder und ähnliches

Professionelle digitale Spiegelreflexkameras inkl. verschiedener Objektive und Zubehör zur Dokumentation (Foto/Video):

- Canon 40 D
- Canon 5D Mark II
- Olympus Camedia 4.1 Megapixel

Audioaufzeichnungsgeräte für Interviews und Gruppendiskussionen:

- Zoom H4n Audio Recorder
- Tascam HDP2 Compact Flash Recorder („Fliegender Reporter“)

Zur Aufbereitung der erhobenen Daten verwenden wir moderne Videoschnittprogramme und Audiosoftware. Durch die gute Ausstattung der HdM können wir in experimentellen Forschungsdesigns auch Medienprodukte als Stimuli herstellen und in der Forschung einsetzen.