



## Warum das Psychodrama der Goldstandard für Zielgruppenstudien ist

Im K&A Psychodrama® erleben wir Marken und ihre Bedeutung in der Welt der Zielgruppe. Projektive Techniken wie Rollenspiele, Imaginationen, Symbolarbeit und viele andere mehr stammen aus der psychodramatischen Therapiearbeit. Sie werden deshalb bei K&A durch exklusiv für uns tätige, professionelle Psychodrama-Leiter eingesetzt.



Unser Ansatz des ‚Fragens, ohne zu fragen‘ umgeht das Grundproblem herkömmlicher Gruppendiskussionen und Einzelinterviews: Wir Menschen wissen häufig nicht was uns wirklich bewegt, können es nicht artikulieren oder wollen das manchmal einfach nicht.

Weil wir im K&A Psychodrama® nicht mit ‚Befragten‘ diskutieren, sondern mit ‚Teilnehmern‘ arbeiten, verheddern sich Forscher und Marketing nicht in vorgeschobenen Rationalisierungen, sondern setzen unmittelbar an Emotionen und wahren Treibern und Barrieren an.

Das tun wir seit 1989 in ständiger Weiterentwicklung, in bereits mehr als 1.300 Psychodrama-Veranstaltungen und für mehr als 400 Marken.