

Kundenwirtschaft

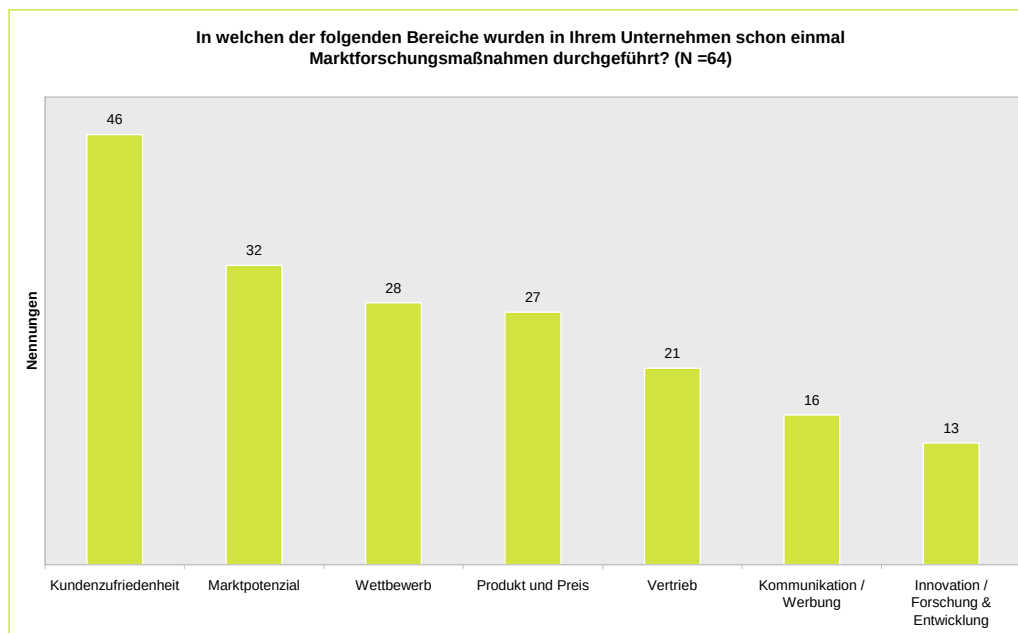
Marktforschung im Mittelstand

Mit der Untersuchung „Marktforschung im Mittelstand“ setzt die VEND consulting GmbH ihre Studienreihe „Managementmethoden im Mittelstand“ fort. Die aktuelle Studie setzt sich mit der Bedeutung und der Entwicklung der Marktforschung im klassischen Mittelstand in Deutschland auseinander. Insgesamt repräsentiert die 122 Unternehmen starke Stichprobe, in der in erster Linie Entscheider (Geschäftsführer, Kfm. Leiter, Marketingleiter etc.) aus Unternehmen mit einer Größe zwischen 50 und 250 Mitarbeitern und einem jährlichen Umsatz zwischen fünf und 25 Mio. € befragt wurden, sehr gut den Querschnitt des typisch deutschen Mittelstands.

Die Marktforschung spielt im deutschen Mittelstand bislang eine geringe Rolle. Lediglich die Hälfte der Studienteilnehmer ist der Meinung, dass Marktforschung und deren Ergebnisse eine wichtige Orientierungshilfe im Wettbewerbsumfeld darstellen. Für über ein Drittel dient die Marktforschung dazu, sich im Vorfeld einer Entscheidung abzusichern und somit das Risiko zu verringern. Nur sehr wenige Entscheidungsträger sehen die Marktforschung dabei als teuer und wenig nützlich an. Die Durchführung von Marktforschungsmaßnahmen wird nicht nur den großen Unternehmen oder den Herstellern von Konsumgütern zugerechnet. Allerdings spielt sie im Mittelstand eine eher geringe Rolle. Dennoch ist ein deutlicher Trend zu mehr Aktivitäten im Bereich der Marktforschung im Mittelstand zu erkennen, welche für die Zukunft als absolut notwendig betrachtet werden. Bisher haben lediglich 48 Prozent der befragten Unternehmen Marktforschungsmaßnahmen durchgeführt.

Marktforschungserfahrene Unternehmen und Unternehmen, die Marktforschungsaktivitäten bereits fest geplant haben, bedienen sich der Marktforschung in erster Linie, um die Zufriedenheit ihrer Kunden sowie die Absatzpotenziale bestehender und neuer Märkte zu ermitteln (siehe Abb. 1).

Abb. 1



Kontakt:

Oliver Vollrath

VEND consulting GmbH
Burgschmietstraße 2-4
90419 Nürnberg

Tel. +49 (0) 911 373 000 17
Fax +49 (0) 911 373 000 29

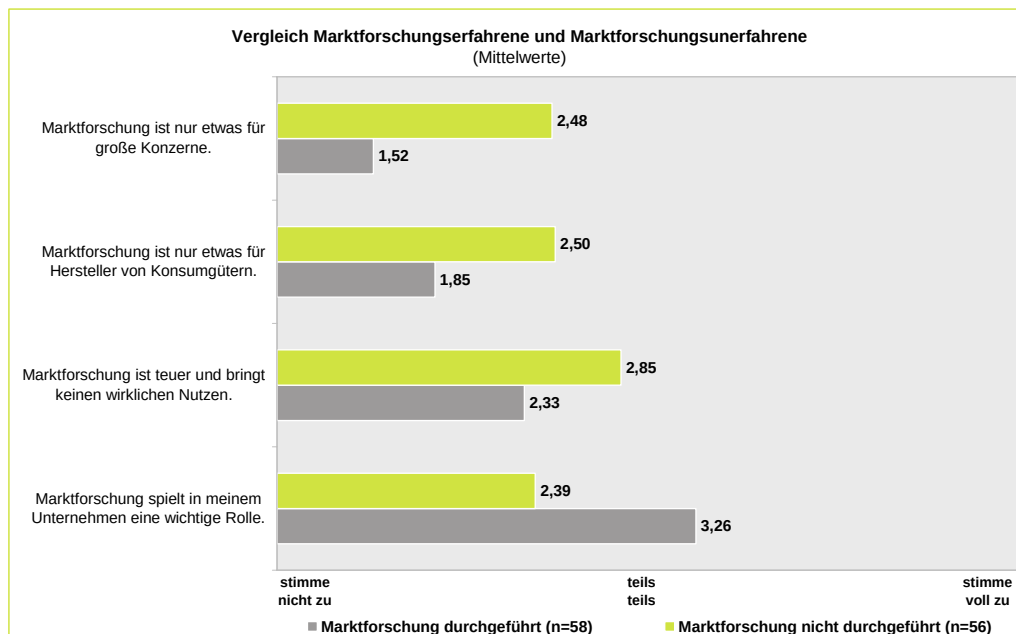
vollrath@vend-consulting.de
www.vend-consulting.de

Nur knapp jedes vierte Unternehmen beauftragt für Marktforschungsmaßnahmen einen externen Dienstleister. Im Falle einer externen Vergabe greifen Firmen meist auf ein mittleres Marktforschungsunternehmen oder eine Unternehmensberatung zurück. Gründe für eine externe Durchführung sind häufig mangelnde zeitliche und fachliche Ressourcen sowie das Fehlen einer eigenen Marktforschungsabteilung. Die Studienteilnehmer erwarten sich dadurch auch klare Vorteile bei der Objektivität und der Qualität der Ergebnisse gegenüber der eigenen Durchführung. Dabei sollen vor allem Absatzchancen erhöht sowie Kundenzufriedenheit und -bindung nachhaltig verbessert werden.

Bei den Befragten, die Maßnahmen extern durchgeführt haben, zeigt sich eine hohe Zufriedenheit mit den daraus gewonnenen Ergebnissen. So würden 88 Prozent der Teilnehmer die Marktforschung wieder extern vergeben. Von den Unternehmen, die keine Maßnahmen bzw. diese intern durchführen, werden vor allem die hohen Kosten für einen externen Dienstleister als Gegenargument ins Feld geführt. Die Qualität der Ergebnisse wird als zu gering eingeschätzt, um den finanziellen Aufwand zu rechtfertigen.

Beim Vergleich der Unternehmen, die bereits Marktforschung durchgeführt, und denen, die bisher auf derartige Maßnahmen verzichtet haben, wird deutlich, dass zwischen beiden Gruppen erhebliche Unterschiede bei der Bewertung der Marktforschung bestehen (siehe Abb. 2).

Abb. 2



Verantwortliche der Unternehmen, die noch keine Marktforschung betrieben haben, sehen diesen Bereich eher bei großen Konzernen und im Bereich der Konsumgüter angesiedelt als die Entscheidungsträger der Unternehmen, die derartige Maßnahmen bereits durchgeführt haben. Diese schätzen den Nutzen höher und die Kosten geringer ein als die in der Marktforschung unerfahrenen Unternehmen. Die Kosten werden zwar auch berücksichtigt, aber aus ihren Erfahrungen heraus wissen sie, dass durchaus auch ein hoher Nutzen aus den Ergebnissen generiert werden kann.

Tendenziell glauben beide Gruppen, dass die Marktforschung im deutschen Mittelstand zukünftig an Bedeutung gewinnen wird.

Bei den Anforderungen an ein passendes externes Marktforschungsunternehmen stehen drei Punkte im Zentrum. Am wichtigsten ist den Teilnehmern ein professioneller Umgang hinsichtlich der verwendeten Methoden. An zweiter und dritter Stelle stehen Branchenkenntnis und das zielgerichtete Übersetzen der erhobenen Informationen in konkrete Handlungsempfehlungen.

Im Ergebnis der Studie zeigt sich, dass die Anforderungen des Mittelstands an eine effektive und zugleich effiziente Marktforschung nicht zu vergleichen sind mit dem traditionellen Verständnis der Marktforschung, wie es insbesondere in der Konsumgüterbranche vorherrscht. Mittelständler wünschen sich auf ihre Branche zugeschnittene, kostengünstige und schnelle Methoden der Datenerhebung und -auswertung, die zu einer effektiven Entscheidungsfindung beitragen.

Detaillierte Ergebnisse dieser Studie mit 19 Abbildungen sind auf Anfrage bei Herrn Christian Oswald oder Herrn Oliver Vollrath erhältlich.

oswald@vend-consulting.de
vollrath@vend-consulting.de

Über die VEND consulting GmbH

Die VEND consulting GmbH bietet eine marktorientierte Unternehmensberatung, die aus einer prozessorientierten Perspektive Beratung nicht nur auf den Punkt bringt, sondern sie auch effizient umsetzt. Ziel der Beratung ist primär die Implementierung effektiver und zeitgleich effizienter Prozesse auf Basis derer nachhaltige Wettbewerbsvorteile generiert werden können.

Neben der Entwicklung marktgerichteter Strategien und Konzepte erfasst und restrukturiert die VEND consulting GmbH mit einem anpackenden Projektmanagement auch die dafür notwendigen innengerichteten Leistungsprozesse eines Unternehmens.

Die Marke VEND steht metaphorisch für innovative Techniken und Methoden in den Bereichen der strategischen Geschäftsfeldentwicklungen, der Kundenwirtschaft sowie des Prozess- und Projektmanagements.