

## Studiensteckbrief

Oliver Vollrath, Stefan Praller

## Marktforschung im Mittelstand

Typ der Studie	Marktstudie
Jahrgang	09/2008, 1. Auflage
Verfasser	Oliver Vollrath, Stefan Praller
Sprachversion	Deutsch
Verfügbarkeit	Lieferbar
Seiten	27
Abbildungen	19

### Kontakt:

VEND consulting GmbH  
Burgschmietstraße 2-4  
90419 Nürnberg

Tel. +49 (0) 911 373 000 10  
Fax +49 (0) 911 373 000 29

info@vend-consulting.de  
www.vend-consulting.de

### Kurzbeschreibung:

Die 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.

### Inhaltsverzeichnis:

1. Untersuchungsdesign und Stichprobe
2. Bewertung der Marktforschung
3. Unternehmen, die Maßnahmen durchgeführt haben bzw. planen
4. Unternehmen, die Maßnahmen extern durchführen lassen
5. Unternehmen, die keine bzw. Maßnahmen intern durchführen
6. Marktforschungserfahrene vs. -unerfahrene Unternehmen
7. Anforderungen an ein Marktforschungsunternehmen
8. Schlussfolgerung

## Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen.....	6
Abbildung 2: Jährlicher Umsatz.....	6
Abbildung 3: Branchenzugehörigkeit.....	7
Abbildung 4: Position im Unternehmen.....	8
Abbildung 5: Verständnis des Begriffs „Marktforschung“.....	9
Abbildung 6: Kosten und Nutzen der Marktforschung.....	10
Abbildung 7: Marktforschung nur für Konsumgüterhersteller.....	11
Abbildung 8: Marktforschung nur für große Konzerne.....	11
Abbildung 9: Rolle der Marktforschung im Unternehmen.....	12
Abbildung 10: Zunehmende Bedeutung der Marktforschung.....	13
Abbildung 11: Bereiche der durchgeführten Maßnahmen.....	14
Abbildung 12: Interne vs. externe Durchführung der Maßnahmen.....	15
Abbildung 13: Gruppe der Dienstleister bei externer Durchführung.....	15
Abbildung 14: Gründe für externe Durchführung.....	16
Abbildung 15: Nutzen aus den durchgeführten Maßnahmen der Marktforschung.....	17
Abbildung 16: Gründe keine Maßnahmen bzw. die Maßnahmen intern durchzuführen..	18
Abbildung 17: Mögliche Dienstleister für zukünftige Maßnahmen.....	19
Abbildung 18: Vergleich Marktforschung durchgeführt vs. nicht durchgeführt.....	21
Abbildung 19: Anforderungen an ein Marktforschungsunternehmen.....	23

## Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Studiensteckbrief.....	5
-----------------------------------	---

## 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.