



Pressemitteilung

17. April 2012

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.
Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19
Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21
presse@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de

Stichwort Marktforschung

„Was bringt mir Markt- und Sozialforschung?“ – der Nutzen für Verbraucher

Berlin, 17. April 2012. „Was bringt es mir eigentlich, wenn ich an Umfragen teilnehme?“ Diese Frage stellen sich viele Bürgerinnen und Bürger, die um ihre Teilnahme an Umfragen gebeten werden. Zunächst gibt die Umfrage die Möglichkeit, die eigene Meinung zu sagen, einzubringen in Studien, deren Ergebnisse Grundlage für Entscheidungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sind. Der oder die einzelne Befragte bestimmt so mit, zum Beispiel bei der Gestaltung der Infrastruktur auf kommunaler Ebene oder bei der Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten.

So ist es bei regionalen Fragestellungen zum Beispiel zur Stadtentwicklung wichtig, dass die Haltung der Bürgerinnen und Bürger bekannt ist – denn so können deren Interessen gewahrt werden. Eine Politikerin oder ein Politiker weiß nicht immer, wo etwas fehlt, wie zum Beispiel ein neuer Kinderspielplatz und mehr Grünanlagen, oder etwas verbessert werden muss – Umfragen können helfen, den Bedarf zu klären. Oder bei einem größeren Neubau-Projekt: werden vorher die Anwohner befragt, was sie davon halten, können Verbesserungen in der Planung vorgenommen oder Bedenken zerstreut werden.

Am bekanntesten sind wohl Umfragen zum Wahlverhalten, diese geben gerade Sozialforschern wichtige Aufschlüsse über Entwicklungen in unserer Gesellschaft.

Doch auch für die Wirtschaft ist die Marktforschung ein wichtiges Entscheidungsinstrument. Der Endverbraucher kann aus dem täglichen Gebrauch heraus Verbesserungsvorschläge machen, auf die ein Unternehmen in der Planung nicht kommen kann. So kann jeder Einfluss darauf nehmen, wie Produkte gestaltet werden und erreichen, dass diese auch auf seine persönlichen Bedürfnisse abgestimmt sind.

Außerdem hilft Marktforschung Firmen bei der Entscheidung, welche Produkte überhaupt auf den Markt kommen sollen – denn ein Produkt, das von den Verbrauchern nicht gekauft wird, stellt für die Firmen einen finanziellen Verlust dar. Dies kann zwar dem Käufer zunächst egal sein, haben Unternehmen aber immer wieder Probleme ihre Waren abzusetzen, gefährdet dies Arbeitsplätze. Marktforschung ist daher auch für den Wirtschaftsstandort Deutschland ein wichtiger Faktor.

Was für Industrieprodukte gilt, das gilt auch für Dienstleistungen und Medien: zur Entwicklung und Optimierung von Angeboten ist Marktforschung unverzichtbar.



ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.



Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)



BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.



Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Über all dies informiert die Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. auch am Tag der Marktforschung, der in diesem Jahr am 16. Juni stattfinden wird. An diesem Aktionstag können die Verbraucher den Marktforschungsinstituten Fragen stellen: was Marktforschung ist, wem diese nutzt und wie man seriöse Befragungen von Werbung und Verkauf unterscheidet.

Die **Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.** will die Öffentlichkeit über Markt- und Sozialforschung und deren Unterschied zu Werbung und Verkauf informieren. Weitere Aufgaben sind, die Garantie von Anonymität und Datenschutz zu betonen und den Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft zu verdeutlichen.

Träger der Initiative sind die Branchenverbände der Markt- und Sozialforschung:

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.
- Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Kontakt

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.

Dr. Sibylle Appel

Kontorhaus Mitte

Friedrichstraße 187

10117 Berlin

Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19

Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21

presse@deutsche-marktforscher.de

www.deutsche-marktforscher.de