



Studiensteckbrief

# Studie Qualitative Marktforschung in Deutschland

erarbeitet von:

planung & analyse, Frankfurt am Main, [www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
research tools, Esslingen am Neckar, [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

August 2015

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Am häufigsten ging es in den befragten Unternehmen beim letzten qualitativen Marktforschungsprojekt um Produktoptimierung/-Entwicklung und Produkttest, gefolgt von Copytest, Werbepretest, Kampagentest.
- Über 40 Prozent der Unternehmen gehen von einer Steigerung der Projektanzahl qualitativer Marktforschung aus.
- Sowohl die Unternehmen, als auch die Marktforscher in den Instituten sehen einen Trend zur qualitativen Onlinebefragung.
- Mit circa 30% aller qualitativen Marktforschungsprojekte entfällt ein überraschend großer Teil auf Projekte, die nicht mit Verbrauchern sondern mit Experten realisiert werden.
- Als Erfolgsfaktoren qualitativer Forschungsprojekte benennen die Unternehmen unter anderem Briefing, Ergebnisanalyse und Kompetenz des Dienstleisters.
- Die klassische Fokusgroup wurde von den Anbietern im Jahr 2014 häufiger durchgeführt als der Kreativworkshop. Kreativworkshops haben eine längere durchschnittliche Dauer als Fokusgroups.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Befragung von **46 Unternehmen** aus **unterschiedlichen Branchen**

Befragung von **60 Anbietern** aus **Marktforschungsinstituten**

Skizzierung von **26 Musterprojekten**

alle Informationen gebündelt auf **171 Seiten**

als PDF- Datei **kurzfristig** verfügbar

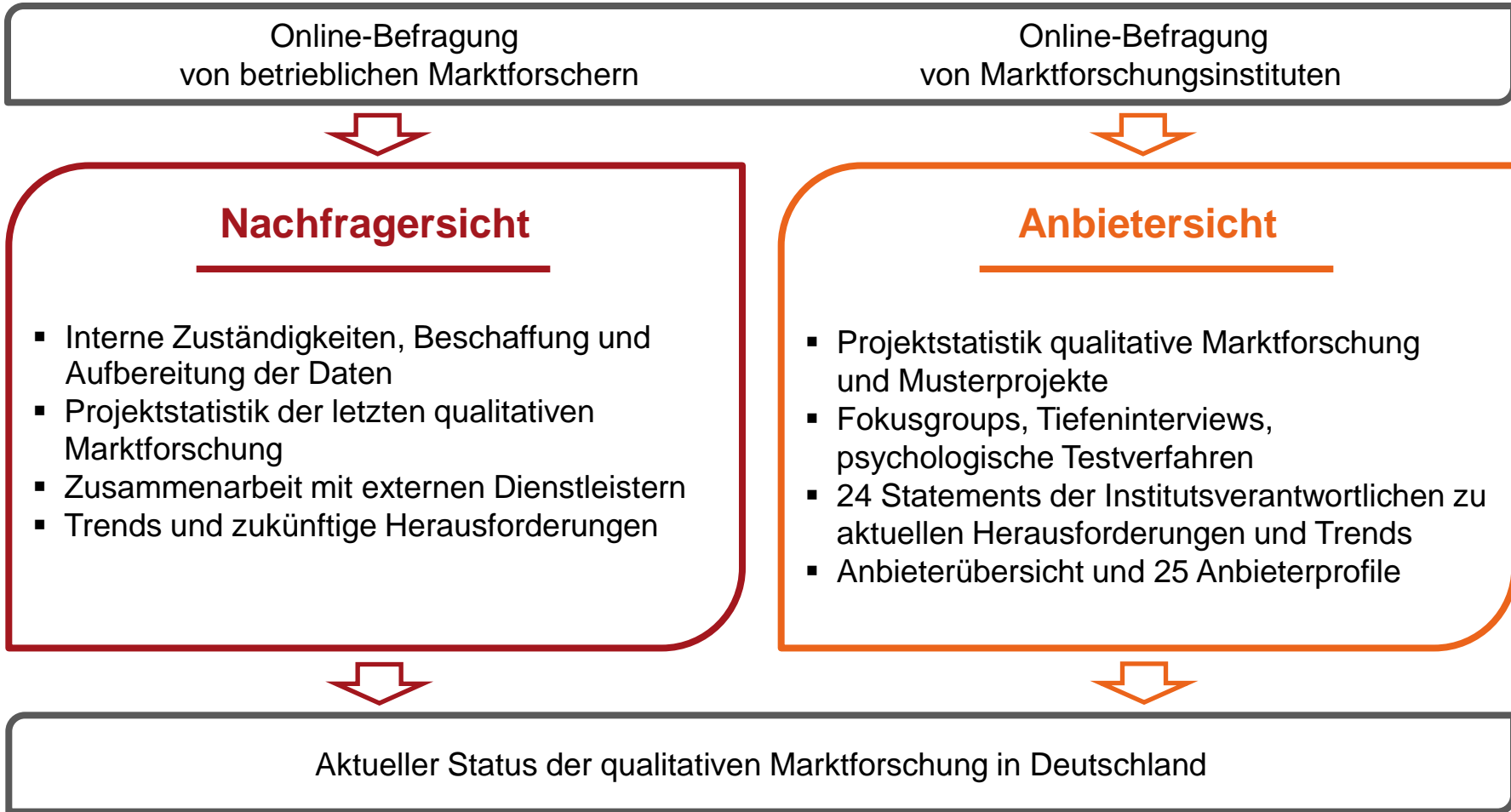
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** breite Status- und Anbieteranalyse bietet Vergleichsmöglichkeiten und Impulse

## Inhalte:

- Aktueller Stand, Trends, Entwicklungen
- Fokusgroups, Tiefeninterview, Testverfahren
- Projektstatistik
- Statements der Institutsverantwortlichen
- Anbieterübersicht, Anbieterprofile
- weiterführende Literatur

# Informationen zur Studie



# Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- in welchem Umfang und in welcher Form wird qualitative Marktforschung betrieben?
- welche Methoden werden eingesetzt?
- wie sieht die Umsetzung (Interviewdauer, Gruppengröße, Arbeitsmaterialien etc.) konkret aus?
- in welcher Form sind externe Dienstleister in die Projekte involviert?
- wie sehen diese Projekte aus?
- welche aktuellen Herausforderungen und Trends werden von Nachfragern und Anbietern gesehen
- wie wird die zukünftige Entwicklung qualitativer Marktforschung eingeschätzt?

Die **171 Seiten umfassende Studie kostet 500 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

## **Forschungsdesign:**

Online-Befragung von Marktforschungsverantwortlichen in 46 Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Zur Befragung der Anbieter wurden 60 Online-Interviews mit Institutsverantwortlichen geführt. 25 Institutsprofile sowie 24 Statements von Institutsverantwortlichen zu aktuellen Trends und Herausforderungen machen die Studie zu einem Arbeitsmittel für das Thema qualitative Marktforschung.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	12
➤ qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht	
▪ Aktueller Stand, Entwicklungen und Trends	24
Durchführung/ Beauftragung von qualitativer Marktforschung, Erfolgsfaktoren für qualitative Marktforschung, Anzahl der in 2014 durchgeführten Projekte, Entwicklung der Projekt-Anzahl, Entwicklung der Anzahl der verschiedenen qualitativen Projekte, Zukünftige Entwicklung der Projekt-Anzahl, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der verschiedenen Projekte, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Bereiche, Anteil Unternehmen mit optimistischen Prognosen unterschiedlicher Marktforschungsthemen, Aktuelle Trends	
▪ Focusgroups, Tiefeninterviews, psychologische Testverfahren	36
Durchführung von Focusgroups/ Workshops, Projektart der Focusgroups/ Workshops, Formen von Focusgroups/ Workshops, Anzahl in den letzten 3 Jahren durchgeführten klassischen Focusgroups/Kreativ-Workshops, Durchführung von Tiefeninterviews/ Leitfadengesprächen, Projektart der Tiefeninterviews/ Leitfadengesprächen, Formen von Tiefeninterviews/ Leitfadengesprächen, Anzahl Projekte mit persönlichen Interviews, Durchführung von psychologischen Testverfahren, Projektanzahl pro Methode und Art der Projekte mit psychologischen Testverfahren	
▪ Projektstatistik qualitative Marktforschung und Musterprojekte	48
Thema/ Zielsetzung, Projektart, Art, befragte Zielgruppen,, Anzahl der Focusgroups/ Workshops, Unterstützenden Materialien bei letzter Focusgroup/ letztem Workshop, Anzahl der Orte beim letzten Focusgroup/ Workshop, Unterstützenden Materialien bei letztem Interview, Durchschnittliche Dauer der Interviews, Erfolgsfaktoren des letzten Projekts, Gesamtkosten, Zuordnung Projekt-Anlässe zu Marketing-Bereichen, Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Gründe für die Wahl des Dienstleisters, Musterprojekte	

# Inhaltsverzeichnis

➤ qualitative Marktforschung aus Anbietersicht	
▪ Aktueller Stand, Entwicklungen und Trends	72
Angebot von qualitative Marktforschung, Genutzte Methoden um Unternehmen bekannt zu machen, Zeitpunkt, seit, Anzahl der in 2014 durchgeführten qualitativen Marktforschungs-Projekte, Entwicklung der Anzahl, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Marktforschungsthemen, Aktuelle Trends im Bereich qualitative Marktforschung	
▪ Focusgroups, Tiefeninterviews, psychologische Testverfahren	83
▪ Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends	104
24 Institutsmanager skizzieren aktuelle Aspekte der qualitative Marktforschung	
▪ Projektstatistik qualitative Marktforschung und Musterprojekte	113
Thema/ Zielsetzung des letzten qualitativen Forschungs-Projekts, Projektart, Zielgruppen, Rekrutierung, Anzahl der Focusgroups/ Workshops, Unterstützenden Materialien bei letzter Focusgroup/ letztem Workshop, Anzahl der Orte, Unterstützende Materialien bei letztem Interview, Durchschnittliche Dauer der Interviews, Erfolgsfaktoren, Gesamtkosten, Ergebnispräsentation, Auftraggeber, Grund für Beauftragung, Zuordnung Marketing-Bereiche zu möglichen Projekt-Anlässen, Musterprojekte qualitative Marktforschung	
▪ Anbieterübersicht und Anbieterprofile	137
Anbieterprofile von 25 Anbietern von Leistungen im Thema qualitative Marktforschung	
➤ Literatur	164
➤ Kontakt	170

# Beispielseiten (1)

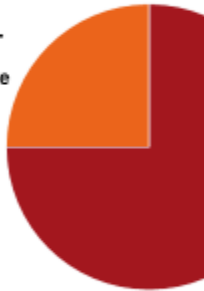
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht

Focusgroups, Tiefeninterviews, psychologische Testverfahren

Projektart der Tiefeninterviews/ Leitfadengesprächen in den letzten 3 Jahren

Vorstudie für quantitative Projekte 25%



Wie viel Prozent der Tiefeninterviews/ Leitfadengespr...

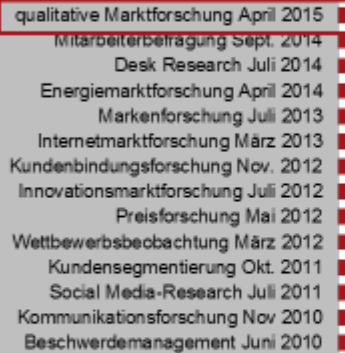
Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema qualitative Ma

planung & analyse

### qualitative Marktforschung aus N

Aktueller Stand, Entwicklungen und Trends

Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Bereiche im Vergleich (Angaben in %)



Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Bereich ... in Ihrem L

Quelle: Nachfrager-Befragung diverser Studien 2011 – 2015

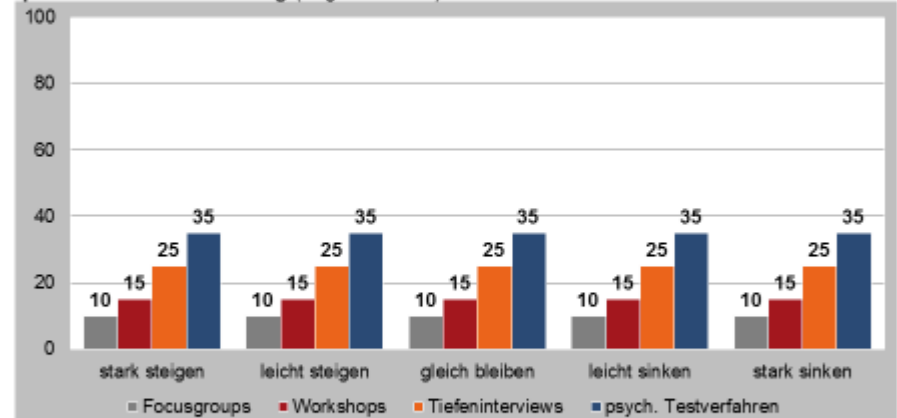
planung & analyse

Welche Entwicklung qualitativer Projektarten erwarten die betrieblichen Marktforscher?

### qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht

Aktueller Stand, Entwicklungen und Trends

Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der verschiedenen Projekte im Bereich qualitative Marktforschung (Angaben in %)



Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Anzahl der verschiedenen qualitativen Projekte in den kommenden 1-2 Jahren entwickeln? (n=28-35)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema qualitative Marktforschung

planung & analyse

Studie qualitative Marktforschung in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Projektart bevorzugen die Unternehmen?



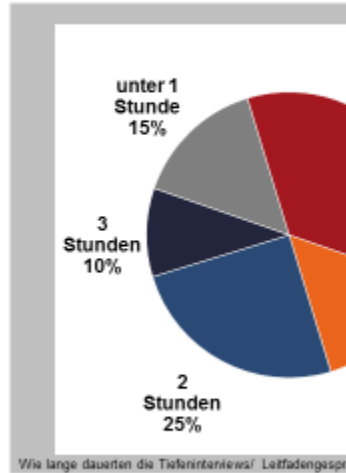
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht

Projektstatistik qualitative Marktforschung und Musterprojekte

Durchschnittliche Dauer der Interviews des letzten qualitativen Forschungs-Projekts



Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema qualitative Ma

planung & analyse

### qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht

Projektstatistik qualitative Marktforschung und Musterprojekte

Erfolgsfaktoren des letzten qualitativen Forschungs-Projekts



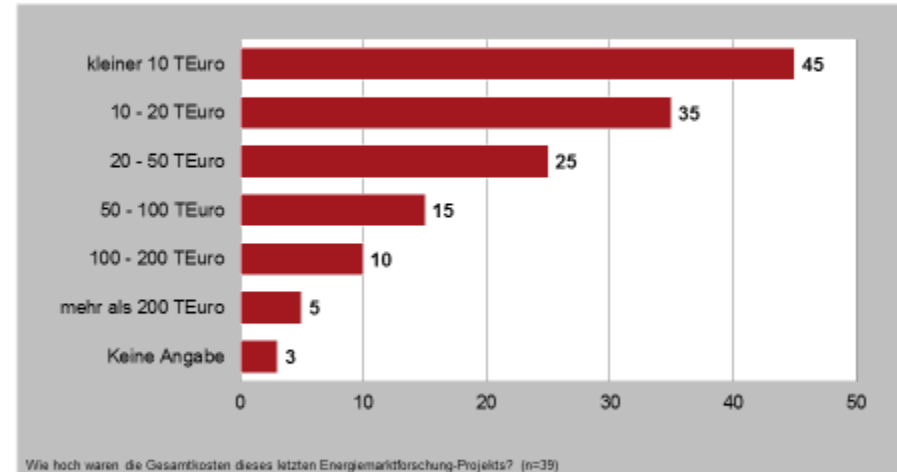
Was hat am meisten dazu beigetragen, dass dieses letzte qualitative Forschungs-Projekt erfolgreich war? (n=45, MFN)  
Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema qualitative Marktforschung  
Studie qualitative Marktforschung in Deutschland

Können qualitative Projekte für <10.000 Euro realisiert werden?

### qualitative Marktforschung aus Nachfragersicht

Projektstatistik qualitative Marktforschung und Musterprojekte

Gesamtkosten des letzten qualitativen Forschungs-Projekts (Angaben in %)



Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema qualitative Marktforschung

planung & analyse

Studie qualitative Marktforschung in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Was sind die Erfolgsfaktoren qualitativer Projekte?

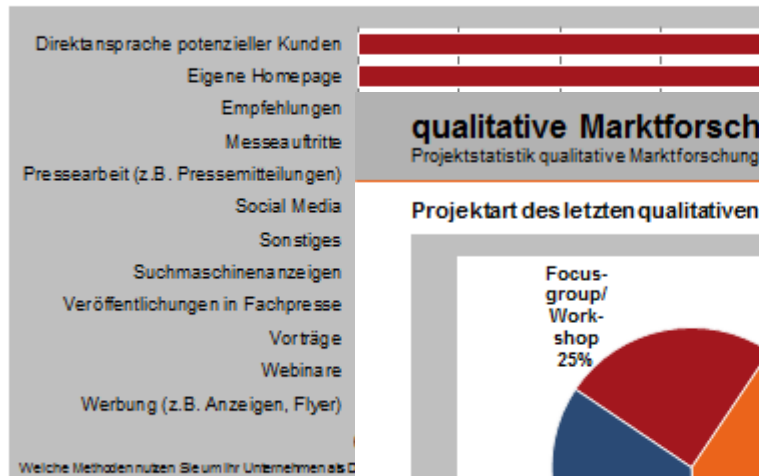
# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### qualitative Marktforschung aus Anbietersicht

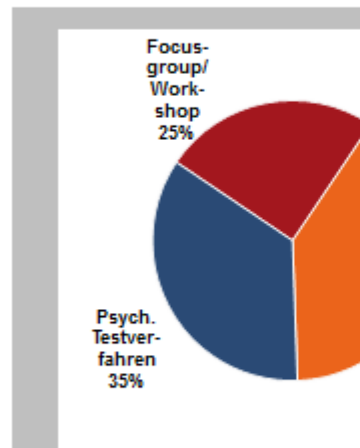
Aktueller Stand, Entwicklungen und Trends

Genutzte Methoden um Unternehmen bekannt zu machen (Angaben in %)



### qualitative Marktforschung

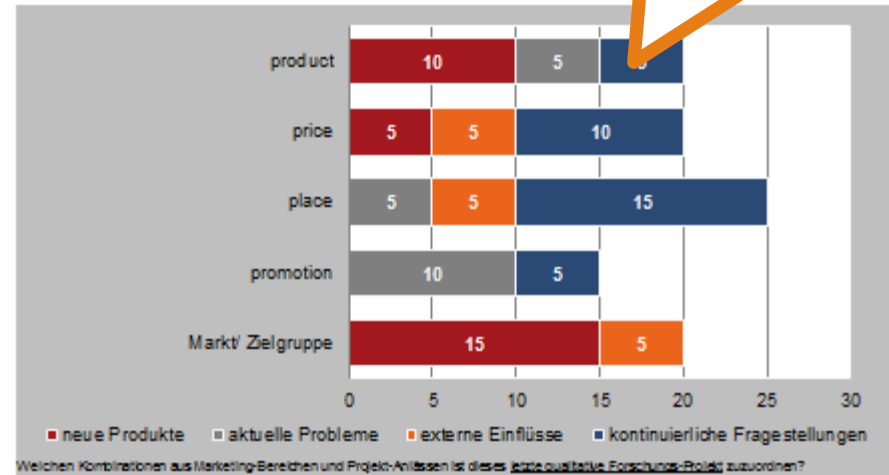
Projektart des letzten qualitativen



Welche Marketingthemen sind für qualitative Marktforschung relevant?

### qualitative Marktforschung

Zuordnung Projekt-Anlässe zu entsprechenden Marketing-Bereichen (Angaben in %)



Welche Marketinginstrumente setzen die Institute ein?

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

(stellvertretend für die Herausgeber planung & analyse, research tools)

research tools, Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 500 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Qualitative Marktforschung in Deutschland.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

# Kontakt

Sabine Hedewig-Mohr  
Redaktionsleitung  
planung & analyse

Telefon: +49 69 7595 2018  
Fax: +49 69 7595 2017

[sabine.hedewig-mohr@planung-analyse.de](mailto:sabine.hedewig-mohr@planung-analyse.de)

Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstrasse 251  
60326 Frankfurt am Main  
[www.planung-analyse.de](http://www.planung-analyse.de)  
[www.dfv.de](http://www.dfv.de)

**planung & analyse** ist die renommierte  
Fachzeitschrift für Markt-, Media- und  
Werbeforschung im deutschsprachigen Raum.

Dipl.-Kfm. Uwe Matzner  
Geschäftsführer  
Marktforscher BVM

Telefon: +49 (0)711 55090381  
Fax: +49 (0)711 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

**research tools**, Marketingmaßnahmen  
erfassen – verstehen – bewerten.