



Fehlt der Marktforschung die Realitätsnähe?

Eine **erste Zwischenauswertung** der qualitativen Studie zur "Wertschöpfung durch Marktforschung" zeigt deutliche **Mankos und Erwartungen**:

Marktforschung analysiert oft mit zu wenig Realitätsbezug. Marktforschung forscht zum Teil an der Frage vorbei und Ergebnisse landen in der Schublade. comrecon^o setzt dem deutlich entgegen: Durch eine intensive Auseinandersetzung mit dem Unternehmen, der Branche und den Umfeldfaktoren (Gesellschaft, Politik, Trends etc.) kann das zielführende Untersuchungsdesign mit den richtigen Fragestellungen festgelegt werden.

Werbemitteltests stoßen auf Skepsis: Herausgelöst aus alltäglichen Rezeptionssituationen werden Menschen - die sogenannte Zielgruppe - befragt. Doch, haben wir es wirklich mit "unbedarften" Konsumenten zu tun? Nicht selten werden Laien zu Experten und kreative Ideen zu hohlen Aussagen.

Die Marktforschung, Feind der Kreativen? *Dazu gibt es übrigens auch ein interessantes Interview mit Frank Lowe ([klicken sie hier](#)).*

Marktforscher sind gefordert, hierfür Abhilfe zu schaffen. comrecon^o liefert mithilfe von semiotischen Analysen klare Erkenntnisse zu vermittelten Werten und Aussagen - noch bevor die "Zielgruppe" befragt wird. Also: **Zeichen decodieren** und in Übereinstimmung mit Unternehmen und Gesellschaft bringen.



Trotzdem: In erster Linie zählen jedoch immer noch **Zahlen, Daten, Fakten**. Für einen Status quo oder laufende Beobachtung von Veränderungen mithilfe von Kennzahlen (Bekanntheit, Image, Sympathie etc.) sind klassische Befragungsmethoden unabdingbar.

Welchen Stellenwert spielen die **Kosten**? Marktforschung ist wichtig, aber das Budget ist gering. Die Balance zwischen hochwertiger Forschung im Sinne der effektivsten Methodenwahl und einem günstigen Preis ist meist nicht gegeben. **Billig kann teuer sein und am Ziel vorbeiforschen ...**

Blieben Sie dran, wir liefern Ihnen demnächst weitere Erkenntnisse über den Stellenwert der Marktforschung.

Sollten Sie Fragen haben oder sich für den **methodischen Ansatz** von comrecon^o interessieren, [kontaktieren](#) Sie uns!

Termine

Normen in der Marktforschung?

Der Verband der österr. Marktforscher (VMÖ) veranstaltet einen Fachvortrag zum Thema "ISO-Normung. Qualität oder lästiges Korsett?" [>>Termine](#)

Aktuelles

comrecon^o ist ESOMAR Mitglied

comrecon^o ist Mitglied im internationalen Verband der Marktforscher.

[>>Unternehmen](#)

Sind Sie auf dem richtigen Weg?

comrecon^o analysiert den Markt, Marken, Produkte und Zielgruppen. Ergebnis: Wissen um die effizienteste Strategie. comrecon^o analysiert und gibt konkrete Handlungsempfehlungen.

[>>Gesundheitscheck](#)

Projekte

comrecon^o coacht Motorradreisen

Mittels Marketing-Coaching unterstützt comrecon^o "[Manfred's Motorradreisen](#)" und analysiert damit Maßnahmen für ein erfolgreiches Marketing.

Wertschöpfung durch Marktforschung

comrecon^o führt mit Unternehmen, Agenturen und Wissenschaftlern explorative Interviews, um den Stellenwert der Marktforschung zu analysieren. Die Studie ist sowohl qualitativ als auch quantitativ angelegt.

[>>Wertschöpfung](#)

