



# Studie Desk Research 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 2014

# Informationen zur Studie (1)

## Sie möchten wissen ...

### auf Nachfragerseite (betriebliche Marktforscher u.a.)

- ... wie viele der befragten Unternehmen Desk Research betreiben?
- ... in wie vielen Unternehmen es eine zentrale Anlaufstelle/ Abteilung für Desk Research gibt?
- ... wie die internen Zuständigkeiten bzgl. Desk Research aufgeteilt sind?
- ... was die hauptsächlichsten unternehmensinternen und externen Informationsquellen sind?
- ... wie viele verschiedene Wettbewerber analysiert werden?
- ... wie die aufbereiteten Daten/Informationen genutzt und präsentiert werden?
- ... wie viele Unternehmen bei der Desk Research mit externen Dienstleistern arbeiten?
- ... mit welcher Art von Dienstleistern die Unternehmen zusammenarbeiten?
- ... wie diese Projekte im Einzelnen aussehen? Thema, Quellen, Analyseverfahren... ?
- ... welche aktuellen Trends und Herausforderungen gibt es im Bereich Desk Research?
- ... wie die zukünftige Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Desk Research gesehen wird?

### auf Anbieterseite (Marktforschungsinstitute u.a.)

- ... wie viele Anbieter Projekte im Bereich Desk Research anbieten?
- ... zu welchem Zweck Desk Research durchgeführt wird?
- ... welche Quellen genutzt und wie die Ergebnisse aufbereitet/ präsentiert werden?
- ... wie die Anbieter die zukünftige Entwicklung der Desk Research einschätzen?
- ... welche Trends und Herausforderungen die Anbieter im Bereich Desk Research sehen?
- ... wie das letzte Desk Research-Projekt der Anbieter aussah?

# Informationen zur Studie (2)

**Für diese Studie wurden 50 meist große Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in Deutschland zu folgenden Punkten befragt:**

- Interne Zuständigkeiten für Desk Research, Beschaffung und Aufbereitung der Daten
- Art der genutzten internen und externen Informationsquellen
- Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
- Zukünftige Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Desk Research
- Trends und zukünftige Herausforderungen im Bereich Desk Research
- 12 ausgewählte Musterprojekte der Desk Research werden skizziert

**Für diese Studie wurden 35 deutschsprachige Anbieter von Desk Research-Leistungen zu folgenden Punkten befragt:**

- Aktueller Stand zur Desk Research, zu welchem Zweck wird Desk Research durchgeführt
- Trends und Herausforderungen im Bereich Desk Research.
- Einschätzungen zu zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Desk Research.
- Projektstatistik Desk Research: Anlass, Thema, Quellen, Analyseverfahren, Branche, etc. des letzten Desk Researchs-Projekts.
- 10 Musterprojekte der Desk Research werden skizziert
- Anbieterprofile und persönliche Statements zur Desk Research aus Anbietersicht.

Die 112 Seiten umfassende Studie ist für 500 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF-Datei zur Verfügung gestellt.

# Inhaltsverzeichnis (1)

|   |    |
|---|----|
| ➤ Management Summary  | 4  |
| ➤ Forschungsdesign  | 10 |
| ➤ Desk Research aus Nachfragersicht   |    |
| ▪ Desk Research allgemein   | 22 |
| Ansiedlung der Desk Research im Unternehmen, Name der Abteilung für Desk Research, Anzahl Arbeitstage, die für Desk Research aufgewendet werden, Unternehmensinterne Informationsquellen für Desk Research, Externe Informationsquellen für Desk Research, Wichtige Einzelquelle für Desk Research, Anzahl der beobachteten Wettbewerber, Anzahl der intensiv vs. weniger intensiv beobachteten Wettbewerber  |    |
| ▪ Methodeneinsatz, interne Zuständigkeiten und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern   | 31 |
| Abteilungen, die an Desk Research beteiligt sind, Abteilungen, die den Anstoß zu Desk Research geben, Abteilungen, die die Informationen beschaffen und aufbereiten, Abteilungen, die die aufbereiteten Informationen nutzen, Aufbereitung/ Präsentation der recherchierten Marktinformationen, Zusammenarbeit mit Dienstleistern/ Art des Dienstleisters/ Anzahl der in 2013 mit Desk Research beauftragten Dienstleister, die wichtigsten Desk Research-Dienstleister   |    |
| ▪ Projektstatistik und Musterprojekte   | 42 |
| Thema/ Zielsetzung und Anlass des letzten Desk Research-Projekts, Art der gesammelten Marktinformationen/ herangezogene Quellen beim letzten Desk Research-Projekt, Wichtige Informationsquellen für Desk Research, Projektart des letzten Desk Research-Projekts, Zuordnung Marketing- Bereiche zu möglichen Projekt-Anlässen, Zuordnung Projekt-Anlässe zu entsprechenden Marketing-Bereichen, Vergabe von Aufgaben/ Beauftragung beim letzten Desk Researchs-Projekt, Analyseverfahren des letzten Desk Researchs-Projekts, Musterprojekte Desk Research |    |
| ▪ Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen  | 61 |
| Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Desk Research, Zukünftige Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Desk Research, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Bereiche im Vergleich, Anteil Unternehmen mit optimistischen Prognosen unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich, Aktuelle Trends im Bereich Desk Research   |    |

# Inhaltsverzeichnis (2)

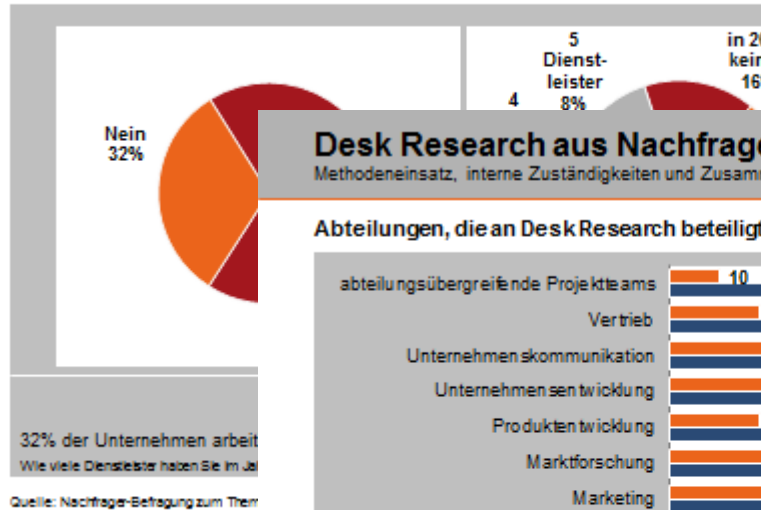
|   |     |
|---|-----|
| ➤ Desk Research aus Anbietersicht   |     |
| ▪ Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends  | 67  |
| Angebot von Desk Research, Zweck von Desk Research, Ansiedlung der Desk Research im Institut/ Unternehmen, Informationsquellen für Desk Research, Aufbereitung/ Präsentation der recherchierten Marktinformationen, Anzahl der in 2012 durchgeführten Desk Research-Projekte, Entwicklung der Anzahl der Desk Researchs-Projekte, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Desk Research, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich, Aktuelle Trends/ Herausforderungen im Bereich Desk Research  |     |
| ▪ Projektstatistik Desk Research: Anlass, Art, Analyseverfahren, Branche etc.   | 78  |
| Anlass letzten Desk Research-Projekts, Projektart des letzten Desk Research-Projekts, Art der gesammelten Marktinformationen beim letzten Desk Research-Projekt, Wichtige Einzelquellen für Desk Research, Erwerb von externem Datenmaterial für dieses letzte Desk Research-Projekt, Analyseverfahren des letzten Desk Researchs-Projekts, Anzahl Arbeitstage, die für Desk Research aufgewendet werden, Art des letzten Desk Research-Projekts, Branchen-Gruppe in der das letzte Desk Researchs-Projekt durchgeführt wurde, Verantwortliche Abteilung beim letzten Desk Researchs-Projekt, Abteilung des verantwortlichen Ansprechpartners beim Kunden |     |
| ▪ Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter  | 90  |
| Musterprojekte Desk Research  |     |
| ▪ Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen/ Anbieterprofile  | 96  |
| 5 Institutsmanager skizzieren aktuelle Aspekte der Desk Research, Anbieterprofile von 7 Anbietern von Leistungen im Thema Desk Research   |     |
| ➤ Literatur   | 107 |
| ➤ Kontakt   | 112 |

# Beispielseiten (1)

## Desk Research aus Nachfragersicht

Methodeneinsatz, interne Zuständigkeiten und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

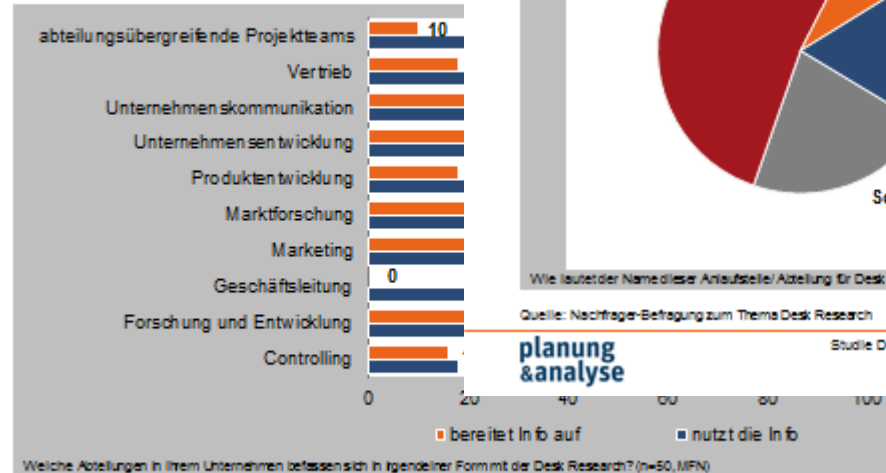
### Anzahl der in 2013 mit Desk Research beauftragten Dienstleister



## Desk Research aus Nachfragersicht

Methodeneinsatz, interne Zuständigkeiten und Zusammen

### Abteilungen, die an Desk Research beteiligt



Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Desk Research

planung & analyse

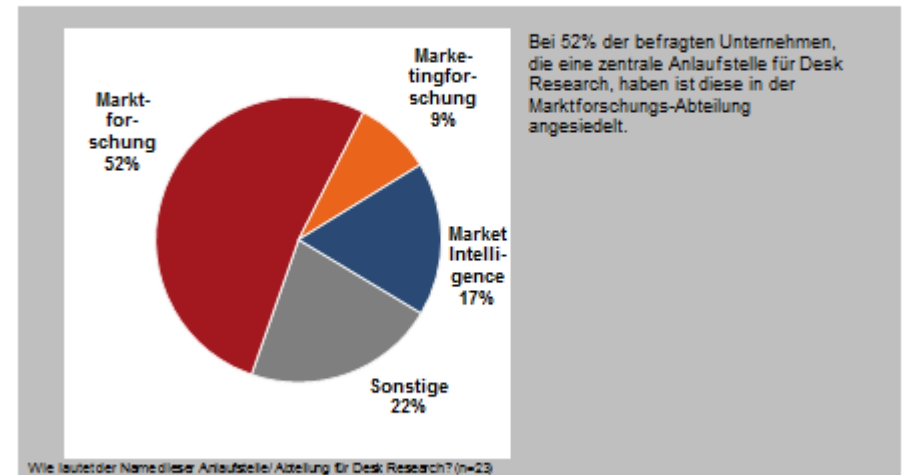
Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

## Desk Research aus Nachfragersicht

Desk Research allgemein

### Name der Abteilung für Desk Research



Bei 52% der befragten Unternehmen, die eine zentrale Anlaufstelle für Desk Research, ist diese in der Marktforschungs-Abteilung angesiedelt.

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Desk Research

planung & analyse

Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen



# Beispielseiten (2)

## Desk Research aus Nachfragersicht

Projektstatistik und Musterprojekte

### Anlass des letzten Desk Research-Projekts

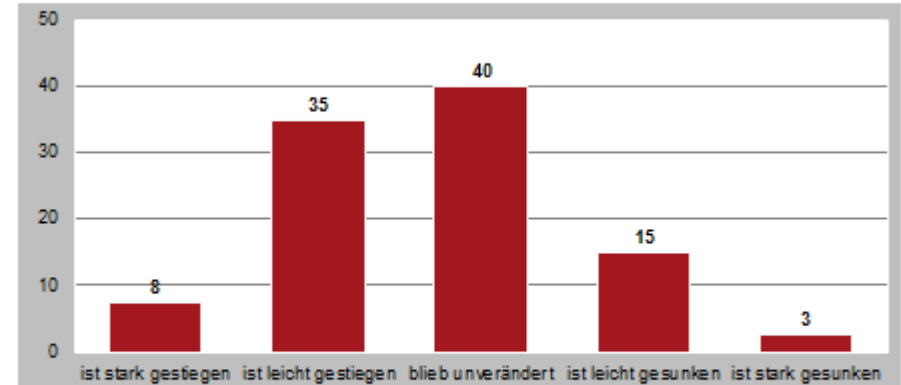


planung & analyse

## Desk Research aus Nachfragersicht

Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen

### Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Desk Research (Angaben in %)



43% der befragten Unternehmen bauten ihre Aktivitäten aus, 40% hielten das Aktivitätsniveau.

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Projekte im Bereich Desk Research in 2013 gegenüber 2012 entwickelt? (n=40)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Desk Research

planung & analyse

Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

planung & analyse

Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

# Beispielseiten (3)

## Desk Research aus Anbietersicht

Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends

### Zweck von Desk Research (Angaben in %)

|  |     |
|--|-----|
| Vorrecherche zu einem Angebot                                | 20% |
| Vorrecherche zu einem Auftrag                                | 10% |
| Bestandteil eines Auftrages                                  | 10% |
| Recherche für eigene Marktstudien/Veröffentlichungen         | 10% |
| Recherche zur Entwicklung eigener Marktforschungsinstrumente | 10% |
| Zu welchem Zweck wird in Ihrem Institut...                   | 10% |

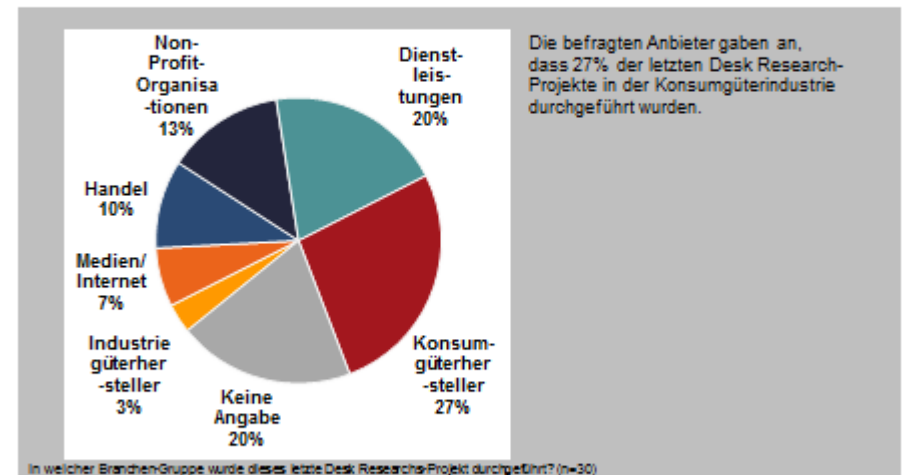
Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema

planung & analyse

## Desk Research aus Anbietersicht

Projektstatistik Desk Research: Anlass, Art, Analyseverfahren, Branche etc.

### Branchen-Gruppe in der das letzte Desk Researchs-Projekt durchgeführt wurde



Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Desk Research

planung & analyse

Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Musterprojekte Desk Research

| Projekt-Beschreibung:  | Marktanalyse - Markteintrittscharakteristika                        |
|------------------------|---|
| Anlass:                | Hauptbestandteil eines Auftrages                                    |
| Art der Informationen: | Markterfolg, Unternehmensstrategie                                  |
| Informationsquellen:   | Internetquellen, Fachzeitschriften, Befragung                       |
| Analyseverfahren:      | Markt-, Potential- und Portfolioanalyse; Prognose- und SWOT-Analyse |
| Art des Projekts:      | Neues Projekt<br>National in Deutschland                            |
| Externe Daten:         | nein, keine externen Daten gekauft                                  |
| Arbeitsstage:          | 10 Arbeitstage  |
| Abteilung:             | Institut: Marktforsch./ Untern.: Marketing                          |
| Branche:               | Dienstleistung  |

Quelle: Anbieter-Befragung zum Thema Desk Research

planung & analyse

Studie Desk Research in Deutschland

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen



# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 - 55090384**

**Auftragnehmer:**

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

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

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

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

Datum/Ort: \_\_\_\_\_

# Kontakt

Dr. Gwen Kaufmann  
Chefredakteurin und Objektleitung  
planung & analyse

Telefon: +49 (0) 69-7595-2019

Fax: +49 (0) 69-7595-2017

E-Mail: [gwen.kaufmann@planung-analyse.de](mailto:gwen.kaufmann@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  
Lehrbeauftragter für Marktforschung

Telefon: +49 (0)711 55090381

Fax: +49 (0)711 55090384

E-Mail: [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.