Studie Innovationsmarktforschung in Deutschland

erarbeitet von:
planung & analyse, Frankfurt am Main, www.planung-analyse.de
research tools, Esslingen am Neckar, www.research-tools.net

August/ September 2012

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen ...

auf Nachfragerseite

… wie viele der befragten Unternehmen Innovationsmarktforschung betreiben?
… welche Abteilungen in welchen Bereichen der Innovationsmarktforschung involviert sind?
… welche Erhebungs- und Analysemethoden werden bei der Innovationsmarktforschung angewandt?
… wie viele Unternehmen bei der Innovationsmarktforschung mit externen Dienstleistern arbeiten?
… mit welcher Art von Dienstleistern die Unternehmen zusammenarbeiten?
… worauf bei der Wahl des Dienstleisters geachtet wird?
… welche Bereiche der Innovationsmarktforschung von den Unternehmen selbst übernommen werden?
… wie sehen diese Projekte aus?
… welche Anstoße/Gründe für das letzte Innovationsmarktforschungs-Projekt ausschlaggebend waren?
… welche Trends, News und Herausforderungen in diesem Bereich gesehen werden?

auf Anbieterseite

… wie viele Projekte die Anbieter im Bereich Innovationsmarktforschung-Projekte pro Jahr realisieren?
… wie die Anbieter die zukünftige Entwicklung der Innovationsmarktforschung einschätzen?
… welche Trends und Herausforderungen die Anbieter sehen?
… wie das letzte Innovationsmarktforschungs-Projekt der Anbieter aussah?

Informationen zur Studie (2)

Für diese Studie wurden 53 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in Deutschland zu folgenden Punkten befragt:

- Durchführung von Innovationsmarktforschung
- Beteiligung der Abteilungen an den verschiedenen Bereichen und Aufgaben bei der Innovationsmarktforschung.
- Angewandten Erhebungs- und Analysemethoden bei der Innovationsmarktforschung
- Zusammenarbeit mit externen Anbietern, die Aufgabenverteilung zwischen externen Dienstleistern und den eigenen Mitarbeitern.
- Trends und zukünftige Herausforderungen im Bereich Innovationsmarktforschung
- 7 ausgewählte Musterprojekte der Innovationsmarktforschung werden vorgestellt

Für diese Studie wurden 32 deutschsprachige Anbieter von Preisforschungs-Leistungen zu folgenden Punkten befragt:

- Anzahl der durchgeführten Innovationsmarktforschung-Projekte.
- Trends und Herausforderungen im Bereich Innovationsmarktforschung.
- Einschätzungen zu zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Innovationsmarktforschung.
- Projektstatistik Innovationsmarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc. des letzten Innovationsmarktforschungs-Projekts.
- aus den letzten Projekten im Bereich Preisforschung werden acht Musterprojekte vorgestellt.

- ausführliche Anbieterprofile von 34 Anbietern runden die Anbieterseite ab.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary 3
- Forschungsdesign 9

- Innovationsmarktforschung aus Nachfragersicht
  - Innovationsmarktforschung allgemein 20
    Durchführung von Innovationsmarktforschung, Eigenschaften des Unternehmens und der Branche, Beteiligung der Abteilungen an der Innovationsmarktforschung, bei der Involvierung bei Projekten sowie in den Phasen der Entwicklung, in Phase 1, 2 und 3, Gründe die gegen die Durchführung von Innovationsmarktforschung sprechen
  - Methodeneinsatz in der Innovationsmarktforschung 33
    Eingesetzte Erhebungsmethoden, in den einzelnen Phasen, in Phase 1, 2 und 3, Eingesetzte Methoden der Sekundärforschung in den einzelnen Phasen, Eingesetzte Analysemethoden, in den einzelnen Phasen
  - Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern 49
    Zusammenarbeit mit Dienstleister bei Innovationsmarktforschung, Stärken der Dienstleister, Verteilung der Leistung auf eigene Mitarbeiter und externe Dienstleister, Verteilung der Leistung in den Phasen auf eigene Mitarbeiter und externe Dienstleister, Wichtigkeit der Eigenschaften von externen Dienstleistern
  - Ausgewählte letzte Projekte im Bereich Innovationsmarktforschung 60
    Zeitpunkt der Durchführung der letzten Innovationsmarktforschung-Projekts, Anstoß zum letzten Innovationsmarktforschungs-Projekt, Grund für die Durchführung dieses letzten Projekts, Thema des letzten Innovationsmarktforschung-Projekts, Zielgruppen, die beim letzten Projekt befragt wurden, Methode des letzten Innovationsmarktforschung-Projekts, Beauftragung eines Dienstleisters beim letzten Innovationsmarktforschung-Projekt, Art und Gesamtkosten des letzten Innovationsmarktforschung-Projekts, Musterbeispiele Innovationsmarktforschung

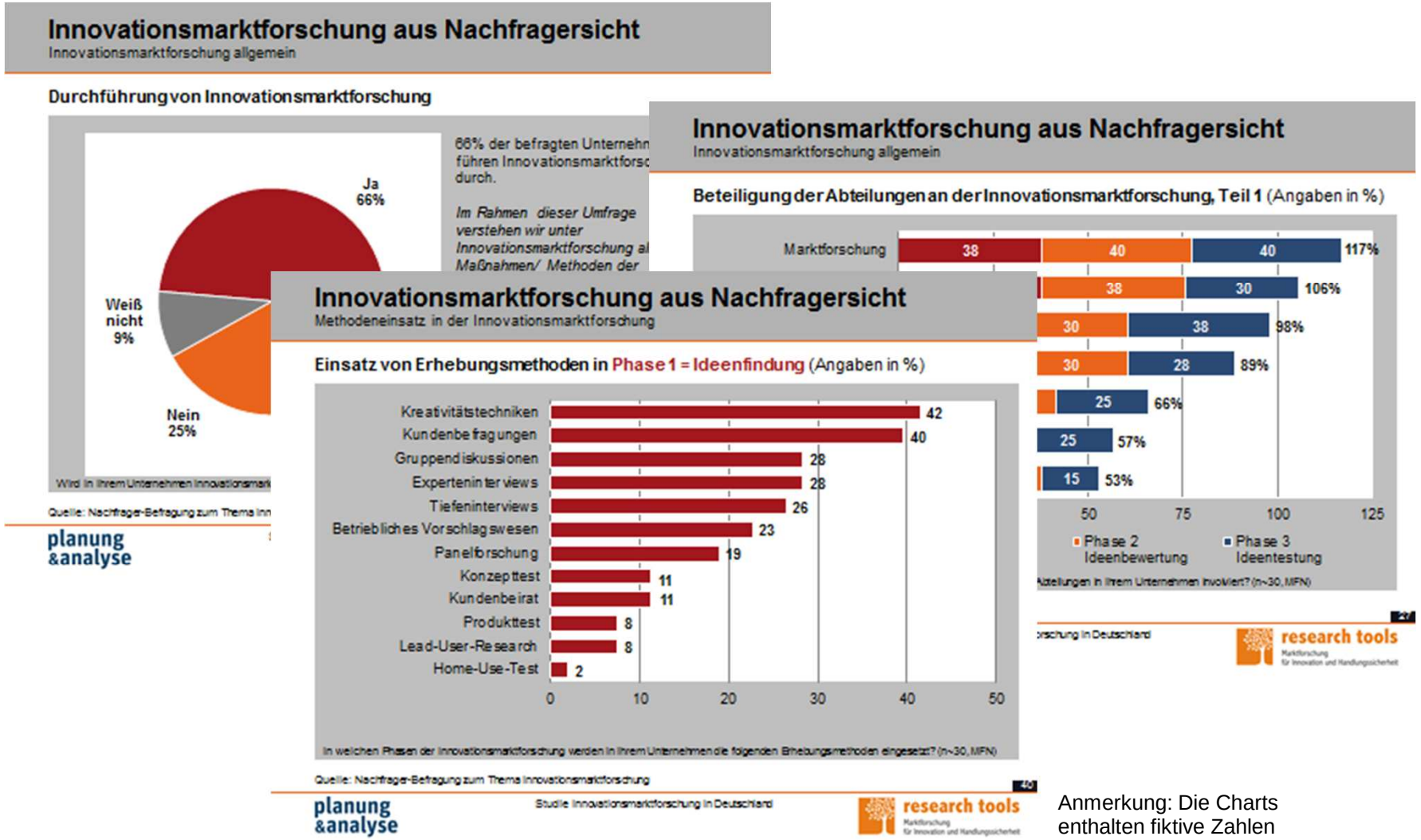
Inhaltsverzeichnis

- Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen 77
  Entwicklung der Aktivitäten im Bereich, Zukünftige Entwicklung der Innovationsmarktforschung, Gründe für geplanten Ausbau wie auch für geplantes Zurückfahren der Innovationsmarktforschung, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Bereiche im Vergleich, Aktuelle Trends/Herausforderungen im Bereich Innovationsmarktforschung

➢ Innovationsmarktforschung aus Anbietersicht
- Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends 83
  Anzahl der im Jahre 2011 durchgeführten Innovationsmarktforschungs-Projekte, Die größten Herausforderungen im Bereich Innovationsmarktforschung, Entwicklung der Anzahl der Innovationsmarktforschungs-Projekte, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte im Bereich Innovationsmarkt, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Projekte im Bereich Innovationsmarktforschung, zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich, Aktuelle Trends im Bereich Innovationsmarktforschung
- Projektstatistik Innovationsmarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc. 93
  Art des Forschungsobjekts beim letzten Innovationsmarktforschung-Projekt, Zielgruppen, die beim letzten Projekt befragt wurden, Thema des letzten Innovationsmarktforschungs-Projekts, Anzahl der analysierten Interviews pro Innovationsmarktforschungs-Projekt, Art, Gesamtkosten und Branche des letzten Innovationsmarktforschung-Projekts
- Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter 101
  Musterprojekte Innovationsmarktforschung
- Anbieterübersicht und Anbieterprofile/ persönliche Statements 110
  Alle Anbieter (33) in alphabetischer Reihenfolge, Anbieterprofile

➢ Literatur 157
➢ Kontakt 161

Beispielseiten (1)



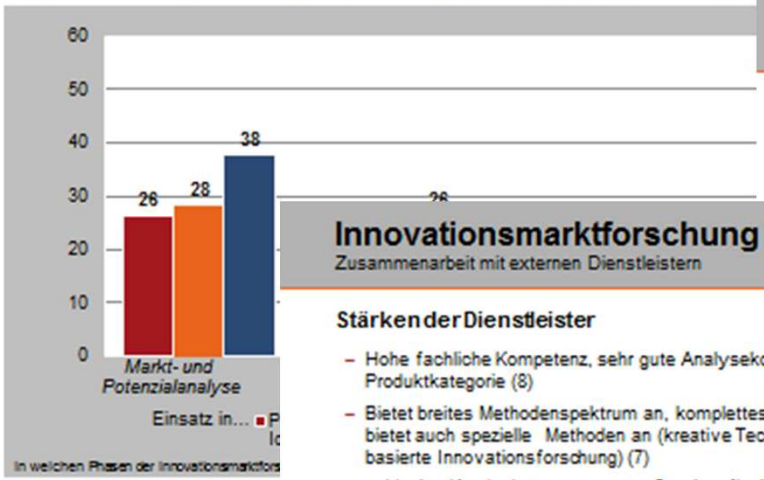
Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (2)

Innovationsmarktforschung aus Nachfragersicht

Methodeneinsatz in der Innovationsmarktforschung

Eingesetzte Analysemethoden in den einzelnen Phasen (Angaben in %)



In welchen Phasen der Innovationsmarktfors

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema In

planung &analyse

Innovationsmarktforschung aus Nachfragersicht

Ausgewählte letzte Projekte im Bereich Innovationsmarktforschung

Musterprojekte Innovationsmarktforschung

	Neue Variante eine bestehenden Dienstleistung	Neues Produkt in bestehender Produktgattung
	Veränderte Anforderungen von Kunden, ntiertes ilfe vor	Veränderte Anforderungen von Kundenseite, Umweltaspekte, Wettbewerbsdruck
		Keine Angabe
		Privatkunden Interne Mitarbeiter Externe Experten
		National
		innerhalb der letzten 7 - 12 Monate
		Kein externer Dienstleister beauftragt
		Geschäftsleitung
		Energiewirtschaft/ Versorgung
		20 - 50 T€

orschung in Deutschland

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Innovationsmarktforschung aus Nachfragersicht

Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern

Stärken der Dienstleister

- Hohe fachliche Kompetenz, sehr gute Analysekompetenz, hohe Qualität, Erfahrung in der Produktkategorie (8)
- Bietet breites Methodenspektrum an, komplettes Paket der qualitativen Forschung, gute Konzepte, bietet auch spezielle Methoden an (kreative Techniken, Consumer Insights Creation, online-basierte Innovationsforschung) (7)
- exklusive Kundenbetreuung, guter Service, flexibel und kundenorientiert, individuelle Absprachen möglich (4)
- Gute Erfahrungen in der Vergangenheit, eingespielte Prozesse (3)
- Zuverlässigkeit (3)
- saubere professionelle Arbeit (1)
- Schnelligkeit (1)
- Forschungsarbeit können wir zeitlich oder regional bedingt nicht selber leisten (1)
- für anonym durchzuführende Studien sind Dienstleister zwingend erforderlich (1)

Was sind die wesentlichen Gründe für die Zusammenarbeit mit diesem Dienstleister? Wo liegen seine Stärken?
Anzahl der Nennungen in Klammern (n=29, MFN)

Quelle: Nachfrager-Befragung zum Thema Innovationsmarktforschung

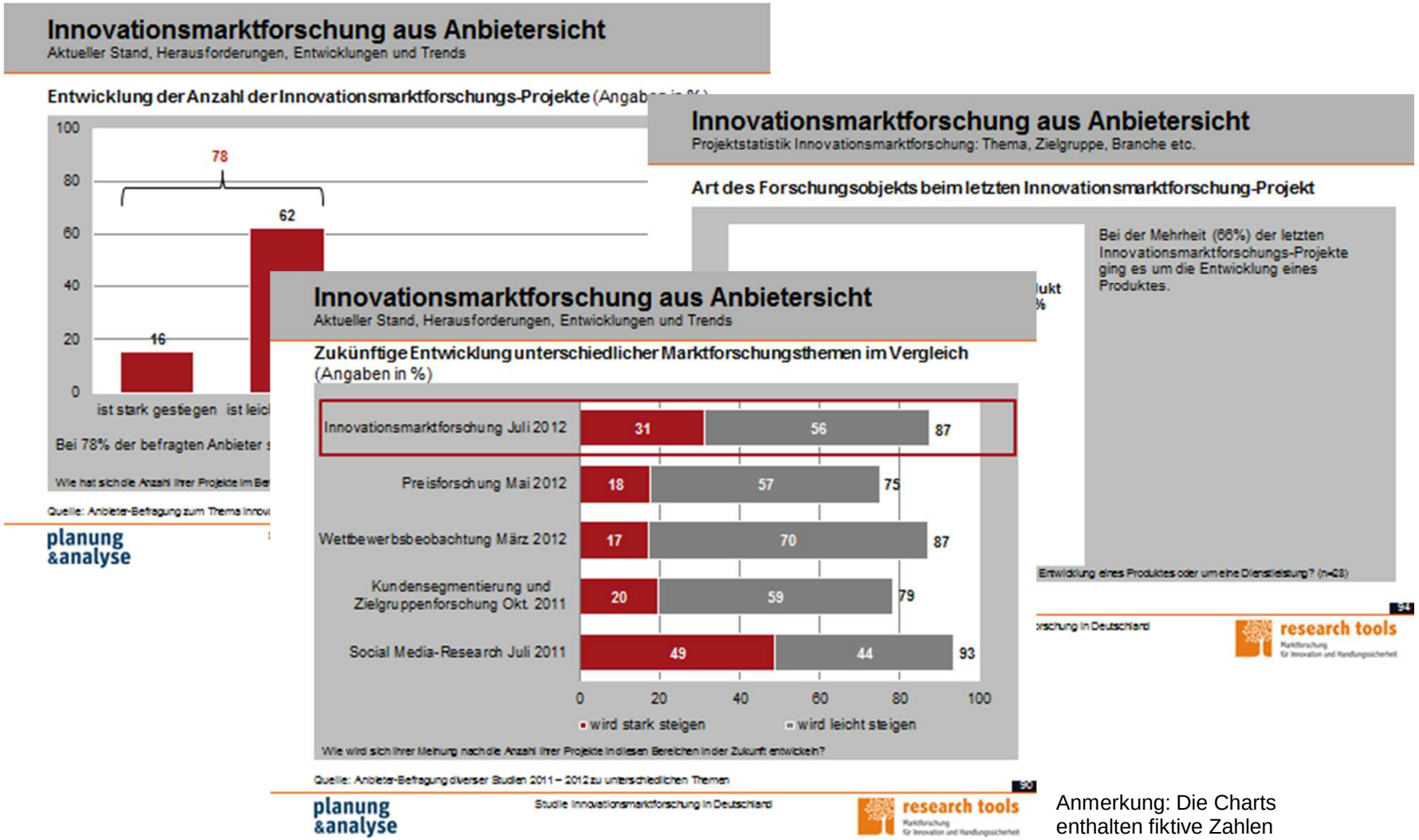
planung &analyse

Studie Innovationsmarktforschung in Deutschland

research tools Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Anmerkung: Die Charts enthalten fiktive Zahlen

Beispielseiten (3)



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
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir die Studie „Innovationsmarktforschung 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

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstrasse 251
60326 Frankfurt am Main
www.planung-analyse.de
www.dfv.de

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

research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

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

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.