



## NEWS

### Marktforschung auf dem Weg in die Netzwerkgesellschaft von morgen

Vom 23. bis 24. Mai fand in diesem Jahr in Berlin der 46. Kongress des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) statt. Neben der kompetenten Behandlung aktueller Themen in diversen Vorträgen hatten Marktforschungsinstitute und Verbände zudem die Möglichkeit, auf rund 1.000 qm ihre Dienstleistungen zu präsentieren. Foerster & Thelen war in diesem Jahr erstmalig als Partner des BVM-Kongress vertreten und hatte so die Gelegenheit, gemeinsam mit den in der F+T Group verbundenen Unternehmen auszustellen.

Thematischer Schwerpunkt der diesjährigen Veranstaltung war der Wandel in Wirtschaft, Technik und Gesellschaft. Die zentrale Frage für den Kongress war demnach, wie sich die Marktforschung für die Zukunft aufstellen soll. Zwei wichtige Themen, über die in diesem Zusammenhang diskutiert wurde, sollen hier kurz vorgestellt werden.

In letzter Zeit wird immer wieder Kritik an den Diensten der Marktforschung laut. Sie liefere lediglich „Standardware“ und passe sich nicht an die Anforderungen der Auftraggeber an. Sie sei zu langsam, um Nutzen für die immer schnell-

lebigeren unternehmerischen Entscheidungsprozesse zu bringen und demzufolge zu teuer, da die gewonnenen Erkenntnisse zu schnell veralten. Eine Folge dieser Kritik ist der aktuelle Trend zur unternehmensinternen „Do-it-yourself“-Marktforschung. Inside Research hat deshalb 35 Chefs größerer Marktforschungsabteilungen in US-Unternehmen befragt, welche Vor- und Nachteile sich aus diesem Trend für die Unternehmen ergeben. Marktforschung nach dem „DIY“-Prinzip bietet zunächst hohe Einsparungspotenziale, birgt jedoch auch mehrere Risiken. Wenn ein qualifiziertes Team zusammengestellt und eine leistungsfähige Analysesoftware genutzt werden soll, können „DIY“-Studien schnell zur Kostenfalle werden. Außerdem verzichten Unternehmen, die die Marktforschung insourcen, auf einen wesentlichen Aspekt: den neutralen Blick von außen.

Diplom-Psychologin Melanie Sommer hat sich in der aktuellen Ausgabe des BVM Inbriefes mit neuen Erkenntnissen auf dem Gebiet der Neurowissenschaften zur Vorhersage von Verbraucherverhalten beschäftigt. Bislang basieren die meisten Forschungsmodelle auf der Annahme, der Mensch handle rational auf der Grundlage vollständiger Informationen. Mit diesem vereinfachten Modell soll vorhergesagt werden, wie sich

beispielsweise ein wirtschaftlich handelnder Mensch unter bestimmten Bedingungen verhalten wird. Sommer stellt fest, dass unser Verhalten nach jüngsten Erkenntnissen jedoch nur eingeschränkt von unserem bewussten Erleben bestimmt wird. Bewusstes Überlegen habe einen eher geringen Anteil an unseren Entscheidungen. Der größte Teil der Informationsverarbeitung erfolge hingegen unter Ausschluss unseres Bewusstseins. Wir nehmen demnach deutlich mehr wahr, als uns bewusst ist. Kurz gesagt: „Wir wissen sehr genau, was wir dürfen, wir wissen jedoch deutlich weniger genau, was wir wollen“. Die Autorin stellt sich deshalb die Frage, welchen Stellenwert Befragungen in der Marktforschung künftig überhaupt noch haben werden. Sie kommt zu dem Erkenntnis, dass Befragungen zwar weiterhin eine bedeutende Rolle spielen werden, es jedoch notwendig sein wird, sie durch andere Verfahren zu ergänzen. Die Marktforschung steht nach Sommer bei der Umsetzung der neuen wissenschaftlichen Erkenntnisse noch am Anfang und es bedarf noch eines erheblichen Forschungsaufwandes, um zu neuen und validen Instrumenten zu gelangen.

Quellen: BVM Inbrief April 2011, [www.bvm.org](http://www.bvm.org)

Verfasser: Alicja Zaczek

„Feldsalat“ mit Beilagen / Bitte beachten Sie auch die Beilagen unserer aktuellen Ausgabe des „Feldsalat(es)“: Die Namen und die Abteilungszugehörigkeit unserer festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können Sie dem aktualisierten Organigramm entnehmen; „Newsblatt“ - die quantitative Abteilung bittet Sie um Ihre Mithilfe bei einer Laptop-Studie, Sommerzeit heißt Urlaubszeit und Aktion „Interviewer werben Interviewer“; F&T- Karten; F&T-Aufkleber.

# DEUTSCHLAND, EIN SOMMERMÄRCHEN KEHRT ZURÜCK JULI 2011/NR. 75



## Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter,

es freut mich sehr, mich an dieser Stelle vorstellen zu dürfen. Mein Name ist Alicja Zaczek. Einige von Ihnen werden mich sicherlich schon aus der qualitativen Abteilung kennen. Nach neun Jahren Projektkoordination und Einsatzplanung, habe ich nun die Leitung der Schulungsabteilung übernommen und bin damit auch für die Inhalte unserer Firmenzeitschrift verantwortlich.

Das Schreiben hat mir nie Schwierigkeiten bereitet. Durch meine Tätigkeit in der qualitativen Abteilung bin ich es gewohnt, detaillierte Interviewerweisungen zu verfassen und auch während meines Studiums musste ich die eine oder andere Hausarbeit zu Papier bringen. Ich hätte jedoch nicht gedacht, dass es so schwierig ist, ohne große Umschweife direkt auf den Punkt zu kommen. „Die Texte sind zu lang, sie müssen kurz und prägnant sein“, hieß es. Nach mehreren Kürzungs-Attacken hat die Redaktion nun schließlich die finalen Entwürfe erhalten und es konnte mit dem Druck begonnen werden.

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Ausgabe eine interessante Themenauswahl zu bieten und wünschen viel Spaß beim Lesen!

*Alicja Zaczek*



Foto: Ina Förster

## NEUES

### Deutschland, ein Sommermärchen kehrt zurück

Nach der erfolgreichen Fußballweltmeisterschaft der Herren 2006 im eigenen Land, wollen auch die Frauen das Sommermärchen wieder aufleben lassen. Zwischen dem 26. Juni und dem 17. Juli 2011 werden 16 Frauen-Teams um den WM-Titel kämpfen. Die DFB-Auswahl zählt als zweifacher Titelverteidiger zu den Favoriten der sechsten Frauen-WM.

Die diesjährige WM wird unter dem Motto „20elf von seiner schönsten Seite!“ ausgetragen. Die Bewerbung verdanken wir dem amtierenden DFB-Präsidenten Dr. Theo Zwanziger. Deutschland setzte sich dabei gegen zahlreiche Mitkonkurrenten durch. Die neun Austragungsorte sind Augsburg, Berlin, Dresden, Frankfurt am Main, Leverkusen, Mönchengladbach, Sinsheim, Wolfsburg und die Heimatstadt von Foerster & Thelen, nämlich Bochum. Im Bochumer rewirepower-Stadion treten in der Vorrunde Kanada gegen Frankreich, Japan gegen Neuseeland, Korea DVR gegen Kolumbien und Australien gegen Äquatorialguinea an. Der Botschafter der Frauen-WM für Bochum ist der Ex-Fußballprofi Dariusz Wosz, der für den VFL Bochum 346 Ligaspiele bestritt.

Alle neun Teilnehmerstadien fassen zusammen knapp 350.000 Zuschauer. Nachdem der Ticketverkauf nur schleppend begann, rechnet der DFB zum Turnierbeginn nun mit einer Auslastung von mehr als 80%. In den freien

Verkauf kamen ungefähr 800.000 Eintrittskarten. Wie bereits 2006 mussten sich auch diesmal alle Interessenten um ein Ticket online bewerben.

Der DFB hat für die Frauen-WM ein Gesamtbudget von 51 Millionen Euro vorgesehen. Ungefähr die Hälfte davon soll mit den Einnahmen aus dem Kartenverkauf refinanziert werden. Die andere Hälfte wird durch nationale Förderer, wie beispielsweise die Deutsche Telekom, die REWE-Group oder Allianz, getragen. Das deutsche Team ist mit diesen starken Partnern und den unzähligen Fans bestens gewappnet, einen weiteren Coup zu landen. Das mit Spannung erwartete Finale wird am 17. Juli in Frankfurt am Main ausgetragen. Es bleibt zu hoffen, dass wir ein erneutes Sommermärchen erleben können. Die Prognosen können uns durchaus positiv stimmen. Eine Event-Agentur befragte über 100 Marketingentscheider zur Wahrnehmung rund um die FIFA Frauen-WM 2011. 64% aller Befragten erwarten zur Weltmeisterschaft eine große Euphorie in Deutschland. Ungefähr 80% der Experten glauben sogar an einen erneuten Titel der Damen. Zum Vergleich: lediglich 22% der Befragten glaubten an einen Sieg der Männer bei der WM 2006. Wir freuen uns also auf den Sommer und auf eine gigantische Party in ganz Deutschland!

Verfasser: Fabian Gunkler



## PORTRAIT

### Carsten Drinkuth – stets auf der Suche nach neuen Herausforderungen

Vor 10 Jahren kam Carsten Drinkuth zu Foerster & Thelen und unterstützt seit dem unser Telefonstudio. Er stellt tagtäglich seine Flexibilität unter Beweis, anfänglich als Telefoninterviewer, anschließend als studentische Hilfskraft und seit 2009 als Festangestellter.

Zu den Aufgabenbereichen des studierten Statistikers gehören neben der Projektbetreuung auch die Schulung, die Bewertung und die Betreuung der Telefoninterviewer. Er übersetzt Fragebögen bei internationalen Studien, plant und erstellt Stichproben bei Projekten mit engen Zielgruppen, erzeugt tabellarische und grafische Auswertungen kleinerer Studien und ist darüber hinaus für die Wartung und Instandhaltung der PCs im Telefonstudio mitverantwortlich, kurz gesagt: ein Multi-Talent.

Auf die Frage, was ihm an seiner Arbeit bei F&T besonders gefällt, nannte uns Carsten an erster Stelle die Vielseitigkeit seiner Aufgaben. Er empfindet es als eine Herausforderung, sich in einer Woche mit Kundenzufriedenheitsstudien, in der nächsten mit Medienforschung und anschließend mit Werbewahrnehmung beschäftigen zu können.

Wir wollten von Carsten wissen, ob es ein bestimmtes Aufgabenfeld gibt, das ihm besonders am Herzen liegt. Er erzählte uns, dass es seit Jahren für Telefoninterviewer immer schwieriger wird, Probanden für Befragungen zu finden. Telefonumfragen haben zunehmend mit Imageproblemen zu kämpfen. In der Vergangenheit haben viele Telemarketing-Firmen unter dem Vorwand, Marktforschung zu betreiben, den Befragten Waren verkaufen wollen. Obwohl diese dubiosen Unternehmen rechtlich verfolgt wurden, hinterließen ihre Machenschaften einen faden Beigeschmack in der Wahrnehmung der Marktforschung und senkten die Bereitschaft, an Befragungen teilzunehmen. Die nachhaltige Verbesserung von Studien, im Hinblick auf ihre Umsetzbarkeit, ist daher, laut Carsten, eine der interessantesten Aufgaben, die ihn in der nächsten Zeit erwarten.

Wer nun denkt, dass sich Carstens Leben lediglich um die Arbeit dreht, der täuscht sich. Auch in puncto Freizeit ist er vielseitig orientiert. Viel Zeit mit seiner Freundin und seiner Familie zu verbringen, ist ihm dabei sehr wichtig. Aber auch lesen kommt nicht zu kurz. Vom Comic bis zum Klassiker ist dabei nichts vor

ihm sicher. Eine weitere Leidenschaft von Carsten ist das Kochen. Und wo gekocht wird, muss auch gegessen werden – am besten gemeinsam mit Freunden. Um dabei nicht aus der Form zu geraten, treibt er viel Sport. Neben Badminton und Joggen gehört vor allem Fußball, oder besser gesagt der BVB zu seinen Favoriten. Auf die Frage, was sein Highlight des Sommers 2011 sein wird, antwortete er lächelnd: „Da der BVB schon Meister ist, hatte ich mein Highlight bereits!“

Verfasser: Alicja Zaczek

## SOMMER- GEWINNSPIEL

Pünktlich zum Anfang der Urlaubssaison möchten wir Sie über die aktuellen Trends für den Sommer 2011 informieren. Pauschalreisen und Massentourismus sind nicht mehr angesagt. Der Trend geht klar zu Individualreisen. Flexible Urlauber, Alleinstehende und Frührentner suchen exklusive Angebote und interessieren sich für nachhaltigen Tourismus.

Ein weiterer Trend sind Unterkünfte für Selbstversorger, wie z. B. Ferienwohnungen in geografisch nahen Urlaubsländern. Der Grund dafür liegt in der seit Januar 2011 geltenden Flugsteuer. Vor allem Fernreisen werden deutlich teurer. Der Zuschlag für Kurzstrecken beträgt aktuell 8 Euro, der für Mittelstrecken 25 Euro. Wissen Sie, was der Zuschlag für einen Langstreckenflug kostet? Wenn ja, haben Sie die erste Frage unseres Gewinnspiels richtig beantwortet!

Ein weiterer Grund, warum sich vor allem Autofahrer für nahe gelegene Urlaubsorte entscheiden, sind die horrenden Kraftstoffpreise. Sie erreichten in diesem Jahr Rekordwerte. Ein bestimmter Monat wird dabei als der „teuerste Monat aller Zeiten“ betitelt. Die monatliche ADAC Auswertung der

Kraftstoffpreise an Tankstellen ergab, dass der 29. des besagten Monats den Autofahrern den höchsten jemals gemessenen Benzinpreis bescherte: 1,612 Euro pro Liter E10. Sie wissen, welchen Monat wir meinen? Prima, dann haben Sie auch die zweite Frage unseres Gewinnspiels richtig beantwortet!

Nun kommen wir zur letzten und entscheidenden Frage. In einer Studie des Online-Reiseportals Expedia steht ein bestimmtes europäisches Land mit 38 Ferientagen an der Spitze im internationalen Urlaubsranking, gefolgt von Italien und Spanien. Wissen Sie, welches Land als wahrer Reiseweltmeister gilt – jedenfalls wenn es um die Zahl der verfügbaren Urlaubstage geht? Ein kleiner Tipp: Deutschland ist es nicht, es liegt gemeinsam mit Österreich eher im Mittelfeld.

Wenn Sie alle drei Fragen beantworten können, senden Sie uns Ihre Antworten als E-Mail an [schulung@ftmafo.de](mailto:schulung@ftmafo.de) oder als Fax an 0234-5074-199 oder als eine ausreichend frankierte Postkarte an unsere Firmenadresse. Als Preis winkt Ihnen ein Amazon Gutschein im Wert von 50 Euro. Einsendeschluss ist der 31. August 2011. Wie immer entscheidet bei mehreren richtigen Einsendungen das Los. Der Sieger wird in der Winterausgabe des „Feldsalat“ bekannt gegeben. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Quellen: [www.tourist-online.de](http://www.tourist-online.de), [www.adac.de](http://www.adac.de), [www.focus.de](http://www.focus.de), [www.urlaub-und-reise.magazin-2011.de](http://www.urlaub-und-reise.magazin-2011.de)

Verfasser: Alicja Zaczek