

„Marktforschung in der Praxis – Die Stimme der Verbraucher“

Im Workshop **„Marktforschung in der Praxis – Die Stimme der Verbraucher“** (seit 2013 jedes SoSe geleitet von Herrn Michael Kober, Division Manager und Prokurist bei der Schaefer market research GmbH) erhielten die Studierenden Einblicke in den Arbeitsalltag eines Marktforschungsinstitutes, dessen Schwerpunkt auf der quantitativen Verbraucherforschung, insbesondere im Bereich der Konsumgüter, liegt.

Der erste Teil des Seminars drehte sich um die theoretische Auseinandersetzung mit Fragen der Anlage und Durchführung einer Marktforschungsstudie, und zwar mit Blick speziell auf den Produkttestansatz. Behandelt wurden Fragen zur Marktrecherche, Fragebogen-Entwicklung, Auswahl geeigneter Beurteilungskriterien, Zielgruppenbestimmung und Datenerhebung. Dieses Wissen wurde von den TeilnehmerInnen dann im Rahmen von Datenanalysen für den Produktbereich Naturkosmetik Creme & Lotion in die Praxis umgesetzt. Für die Analysen stellte das Institut Daten zur Verfügung, die im Rahmen von Konsumentenstudien im Schaefer research panel erhoben wurden.

Die Aufgabe der einzelnen Arbeitsgruppen bestand zunächst darin, sich mit dem Markt der Körperpflegeprodukte vertraut zu machen, d.h. marktrelevante Informationen zusammenzutragen. Dabei standen folgende Fragen im Vordergrund: Wodurch zeichnet sich der Naturkosmetikmarkt aus? Wie lassen sich diese Marken einteilen bzw. segmentieren? Mit welchen Sorten ist die jeweilige Marke am Markt vertreten? Welche Marken bestimmen den Markt und wo werden sie angeboten? Wie bzw. wo werden die Marken angeboten? Wie sieht die Regalplatzierung in den Geschäften aus? All diese Fragen waren mittels Desk Research so wie „vor Ort“ in ausgewählten Geschäften zu erkunden.

Die Ergebnisse der Recherchen wurden dann in Form von Kurz-Präsentationen im Workshop vorgestellt. Dieses erworbene „Kategoriewissen“ diente als Grundlage für die Hauptaufgabe der Arbeitsgruppen: der Analyse, Interpretation und Präsentation der Daten und Ergebnisse einer Konsumentenstudie mit Naturkosmetikprodukten. Die Aufgabenstellung lautete: „Ein Hersteller von Naturkosmetik hat verschiedene neue Pflegeprodukte entwickelt. Diese sollen mit Hilfe eines geeigneten Marktforschungsansatzes hinsichtlich Produktleistung und Akzeptanz aus Verbrauchersicht sowie bezüglich der Konkurrenzfähigkeit überprüft werden. Welche Handlungsempfehlungen lassen sich ableiten?“ Diese Aufgabe wurde vorab eingehend im Plenum mit Blick auf die Herangehensweise, Analysekonzeption, Ergebnisaufbereitung und Interpretation behandelt.

Zwischen den einzelnen Workshop-Blöcken sollten sich die Arbeitsgruppen eigenständig mit den zur Verfügung gestellten Datensätzen und Ergebnissen auseinandersetzen, diese analysieren, interpretieren, im Verlauf des zweiten Seminarblocks zu einer aussagekräftigen Präsentation aufbereiten und abschließend im Plenum vorstellen. Ziel sollte sein, mit diesem

Thema einen (wesentlichen) Ausschnitt aus der vielfältigen Berufswelt „Marktforschung“ im Rahmen eines Workshops so real wie möglich erlebbar zu machen.