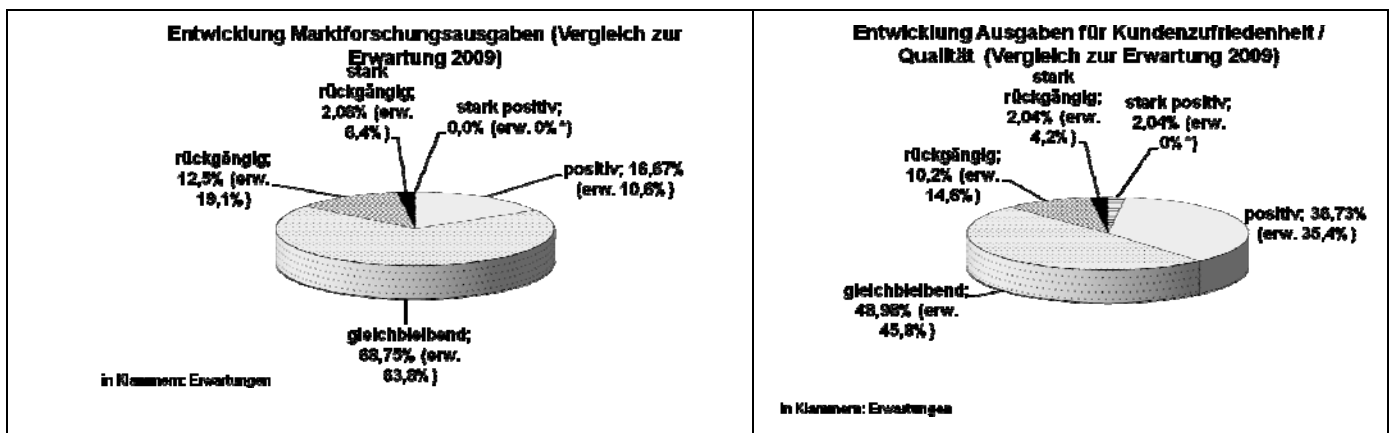


Qualiance-Befragung zur Budgetentwicklung in der Marktforschung 2011

Die Marktforscher in den Unternehmen sehen die Geschäftsentwicklung des Jahres 2010 positiv, dies wird aber für das kommende Jahr 2011 nicht zu einem starken Wachstum der Budgets in der Marktforschung führen. Qualiance führt seit 2008 jährlich eine online-Befragung zur Entwicklung der Budgets in der Marktforschung und bei der Messung der Qualität im Kundenkontakt durch.

Während im Vorjahr nur 45% der Befragten eine positive Geschäftsentwicklung absahen, sehen jetzt 71,2% die Geschäftsentwicklung ihres Unternehmens positiv oder sehr positiv. Nur noch 4,1% erwarten einen Rückgang der Geschäfte.

Die Marktforschung hat sich in diesem Jahr etwas positiver entwickelt als erwartet: insgesamt 25,5% der Befragten erwarteten einen Rückgang der Budgets, eingetroffen ist dies nur bei 14,6%. Nur 10,6% der Befragten trauten sich ein Wachstum zu, eingetroffen ist dies für 16,67%. Eingetroffen sind die Erwartungen bezüglich der Ausgaben für die Kundenzufriedenheit / Qualität im Kundenkontakt. Hier erwarteten im Vorjahr 35,4% ein Wachstum, realisiert hat sich das bei 36,73% der Unternehmen. Bemerkenswert ist der Rückgang der Erwartungen in diesem Bereich seit 2008, wo immerhin 57% der Befragten steigende Budgets bei Ausgaben für Kundenzufriedenheit abgesehen haben – ohne dass sich dies bestätigt hätte.



Die Erwartungen für das nächste Jahr haben sich leicht positiv verändert. Hier rechnen 17,6% (Vorjahr 10,6%) der Befragten mit steigenden Marktforschungsbudgets, 20% (Vorjahr 25,5%) erwarten aber einen Rückgang.

Weiter eingetrübt haben sich die Perspektiven für die Kundenzufriedenheit / Qualität im Kundenkontakt. Während hier im Vorjahr noch 35,4% mit einer positiven Entwicklung rechneten, sind es in diesem Jahr nur noch 30,6%. Rückläufig sehen 14,3% die Budgets (Vorjahr 18,8%).

Vor dem Hintergrund der nahezu stagnierenden Budgets werden auch die Schwerpunkte bei 53,3% der Unternehmen nicht verändert werden. Bei den Unternehmen, die mehr investieren wollen, stehen verstärkte online-Aktivitäten im Mittelpunkt, wobei aber auch Mystery- und qualitative Verfahren annähernd gleiche Bedeutung als Investitionsschwerpunkte haben.

Langfristig gesehen sind die Wachstumsaussichten für die Marktforschung stabil. 60,4% der Unternehmen rechnen mit unveränderten Budgets für Rückmeldungen vom Kunden.

Fazit aus Sicht von Qualiance: Während sich die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen sehr positiv gestaltet, ist die Erholung in den Marktforschungsabteilungen noch nicht angekommen. Die Aussichten für die Marktforschungsbudgets haben sich für das nächste Jahr nicht verbessert. Bedenklich sind die Tendenzen, sogar an der Qualität im Kundenkontakt zu sparen. Statt der viel gerühmten Investitionen in die Kundenzufriedenheit ist bestenfalls Stagnation angesagt.