



Stichwort Marktforschung

11. März 2011

Initiative Markt- und Sozialforschung  
Kontorhaus Mitte  
Friedrichstraße 187  
10117 Berlin  
Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19  
Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21  
[presse@deutsche-marktforscher.de](mailto:presse@deutsche-marktforscher.de)  
[www.deutsche-marktforscher.de](http://www.deutsche-marktforscher.de)

## Marktforschung heißt: Verbraucher bestimmen mit

**Berlin, 11.03.2011. Aus Anlass des Weltverbrauchertags am 15. März 2011 macht die Initiative Markt- und Sozialforschung auf die Möglichkeit der Verbraucher aufmerksam, ihre Meinung bei Umfragen der Markt- und Sozialforschung einzubringen. Durch ihre Teilnahme haben die Befragten die Chance, dass ihre Konsumentenwünsche in Produkte und ihre Bürgerwünsche in öffentliche Maßnahmen umgesetzt werden.**

Das Motto des Weltverbrauchertags 2011 ist: Verbraucherschutz – Ernährung – Landwirtschaft. In fast allen Bereichen bietet die Markt- und Sozialforschung wichtige Entscheidungshilfen für Unternehmen und Gesellschaft, so auch zum Thema Landwirtschaft und Ernährung. Zum Thema Ernährung werden zum Beispiel Umfragen unter Verbrauchern zu Ernährungsgewohnheiten als Grundlage für Strategie und Produktentwicklung durchgeführt. Auch bei Produkttests vor Produktneueinführungen ist die Meinung der Verbraucher gefragt. Beispielsweise wird eine neue Sorte Müsli einer ausgewählten Gruppe von Menschen, die zur Zielgruppe des Produkts gehören, zum Probieren gegeben, noch bevor es zu kaufen ist. Die Testpersonen geben ihr Urteil zu Geschmack, Konsistenz, Verpackung etc. ab. Die Ergebnisse bieten Unternehmen eine Entscheidungshilfe, ob das Produkt so in die Regale der Supermärkte kommt oder ob es zuvor verändert werden muss. „Hier haben die Verbraucher ganz konkret die Möglichkeit, ihre Meinung einzubringen und zu sagen, was sie wollen“, so der Vorstandsvorsitzende des BVM (Berufsverband Deutsche Markt- und Sozialforscher e.V.) Wolfgang Dittrich.

Generell erfahren Unternehmen durch Umfragen und Tests, was ihre Kunden wirklich wollen, was gefällt und wo vielleicht Verbesserungsbedarf besteht. Die Unternehmen können gezielt auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen und der Verbraucher bekommt das, was er möchte.



Berufsverband Deutsche Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM)



Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Auch der Verbraucherschutz ist ein wichtiger Teil der Markt- und Sozialforschung. So haben sich Markt- und Sozialforscher zur Einhaltung zahlreicher Standards und Richtlinien verpflichtet. Die Anonymität der Befragten wird gewahrt und der gesetzliche Datenschutz eingehalten. Zum Schutz der Privatsphäre erfolgen Anrufe in Privathaushalten nur tagsüber von 9 bis 21 Uhr. Mit diesen Standards grenzt sich die Markt- und Sozialforschung eindeutig vom Verkauf und Direktmarketing ab.

Die **Initiative Markt- und Sozialforschung** will die Öffentlichkeit über Markt- und Sozialforschung und deren Unterschied zu Werbung und Verkauf informieren. Weitere Aufgaben sind, die Garantie von Anonymität und Datenschutz zu betonen und den Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft zu verdeutlichen.

Träger der Initiative sind die Branchenverbände der Markt- und Sozialforschung: ADM, ASI, BVM und DGOF.