

Informationen zur Initiative Markt- und Sozialforschung

Die Initiative Markt- und Sozialforschung wurde gegründet, um durch eine aktive Außenkommunikation die Belange der Markt- und Meinungsforschung gegenüber der Öffentlichkeit zu verdeutlichen. Ihr Ziel ist es, Markt- und Sozialforschung klar von Werbung und Verkauf zu differenzieren und so das Image der Markt- und Sozialforschung insgesamt zu verbessern.



Aufgaben der Initiative



Informieren

Die Initiative informiert über die Markt- und Sozialforschung in Deutschland und klärt über Anonymität und Datenschutz auf.



Aufrufen

Die Initiative klärt über den Nutzen der Markt- und Sozialforschung auf und steigert so die Bereitschaft zur Teilnahme an Befragungen.



Abgrenzen

Die Initiative kommuniziert klare Unterschiede zu Werbung und Verkauf und verbessert so das Ansehen der Markt- und Sozialforschung.

Ziele der Initiative

Markt- und Sozialforschung trägt in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik wesentlich dazu bei, dass wichtige Entscheidungen im Sinne der Bürgerinnen und Bürger bzw. der Verbraucher getroffen werden. Häufig basieren diese Entscheidungen auf Forschungsergebnissen, die zuvor mithilfe von Befragungen erhoben wurden.

Dennoch ist in der Bevölkerung über die Arbeit der Markt- und Sozialforscher und den Nutzen der Forschungsergebnisse wenig bekannt. Auch über die Wissenschaftlichkeit der Arbeitsweisen weiß kaum jemand Bescheid. Hier möchte die Initiative Markt- und Sozialforschung aufklären.

- Verbesserung des allgemeinen Wissens über Markt- und Sozialforschung in der Bevölkerung
- Abgrenzung von Markt- und Sozialforschung zu Werbung und Verkauf
- Verdeutlichung des Nutzens von Markt- und Sozialforschung für den Verbraucher
- Positive öffentliche Meinung zu Markt- und Sozialforschung
- Steigerung der Bereitschaft zur Teilnahme an Befragungen
- Sicherung der Methoden und Ergebnisse der Markt- und Sozialforschung für die Zukunft
- Aufklärung über die Garantie von Anonymität und Datenschutz in der wissenschaftlichen Markt- und Sozialforschung

Aktionen der Initiative

Tag der Marktforschung

Der Tag der Marktforschung wurde im Jahr 2011 ins Leben gerufen. An diesem jährlichen Aktionstag wird die Markt- und Sozialforschung für alle Interessierten erlebbar. Zugleich soll der Nutzen und die Funktion der Marktforschung für Politik, Gesellschaft und Wirtschaft in Deutschland aufgezeigt werden.

Studien

Die Initiative Markt- und Sozialforschung gibt regelmäßig selbst quantitative Studien und Befragungen in Auftrag und weist auf einschlägige Befragungen beteiligter Verbände und Institute hin, um die Qualität echter Marktforschung zu unterstreichen. Die Ergebnisse werden stets auf der Webseite der Initiative veröffentlicht.

Kampagnen

Auch über die Medien erreicht die Initiative Markt- und Sozialforschung die Bevölkerung mit fundierten Informationen. Neben Radiospots und Anzeigenformaten werden regelmäßig aktuelle Pressemitteilungen, auch z.B. mit Hintergrundwissen oder Warnungen vor irreführenden Scheinumfragen, veröffentlicht.



Vorstand der Initiative



Bernd Wachter

Vorstand

Seit seinem 1992 erfolgreich abgeschlossenen Studium der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Kommunikationswissenschaft und Bankbetriebslehre arbeitet Bernd Wachter für die Psyma-Gruppe. Dort begann er als Research Manager und stieg im Jahr 1998 zum Leiter der Abteilung „Consumer Goods“ auf. Ein Jahr später wurde Bernd Wachter zum Geschäftsführer der Psyma GmbH. Ebenfalls 1999 gründete er die Psyma Online Research GmbH mit und wurde deren geschäftsführender Gesellschafter. 1999 wurde er zum Geschäftsführer der Psyma GmbH und gründete im gleich Jahr die Psyma Online Research GmbH. Seit 2001 ist Bernd Wachter im Vorstand der PSYMA GROUP AG und übernahm 2012 den Vorstandsvorsitz. Bernd Wachter ist darüber hinaus im Vorstand des ADM e.V. (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute), Vorstandsmitglied im Rotary Club Nürnberger Land sowie Vorstand und Sprecher der Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.



Prof. Dr. Raimund Wildner

Vorstand

Prof. Dr. Raimund Wildner ist Vizepräsident und Geschäftsführer des GfK Vereins. Nach dem Studium war er zunächst Assistent an der Universität Erlangen-Nürnberg, wo er 1984 mit einer Arbeit aus der Statistik promovierte. Danach ging er zur GfK, wo er zunächst maßgeblich am Aufbau und Betrieb des Testmarkts GfK BehaviorScan mitwirkte. 1988 wurde er mit dem Aufbau der Methoden- und Produktentwicklung der GfK Gruppe betraut, die er bis 2009 leitete. Seit 1995 ist er Geschäftsführer und seit 2005 Vizepräsident des GfK Vereins. Darüber hinaus ist er Mitglied des „Professional Standards Committees“ der internationalen Marktforschungsorganisation ESOMAR und Honorarprofessor der Universität Erlangen-Nürnberg. 2007 wurde er vom BVM zur „Marktforschungspersönlichkeit des Jahres“ ernannt.

Hintergrund der Initiative

Gesellschaft und Wirtschaft profitieren in vielfacher Weise von Markt- und Sozialforschung. Erst durch Befragungen erhält der Bürger das Gefühl: „Meine Meinung zählt“. Auf diese Weise können Entscheidungen in Politik und Gesellschaft kommentiert und beeinflusst werden. Zugleich profitieren Politik, Medien und Unternehmen von Markt- und Sozialforschung, indem sie aussagekräftige Daten und Meinungsbilder als Entscheidungsgrundlage erhalten. Für einen funktionierenden Wettbewerb ist dies unerlässlich.

Auf der anderen Seite nehmen nur wenige Menschen den Nutzen von Markt- und Sozialforschung wahr. Aus Unkenntnis oder schlechten Erfahrungen heraus verwechseln viele die Markt- und Sozialforschung oft mit Telefon-Direktmarketing. Denn der Begriff „Umfrage“ wird häufig als Täuschung im Direktmarketing verwendet. Deshalb sind immer weniger Menschen bereit, an Befragungen der seriösen Markt- und Sozialforschung teilzunehmen. Hier setzt die Initiative Markt- und Sozialforschung an.

Kontakt

Initiative Markt- und Sozialforschung e. V.

Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin

Telefon +49 (0)30 499074-19
Telefax +49 (0)30 499074-21

presse@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de

Träger der Initiative



ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V.
Der 1955 gegründete Wirtschaftsverband vertritt mit 74 Mitgliedern die Interessen der privatwirtschaftlich organisierten Markt- und Sozialforschungsinstitute in Deutschland.



Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. (ASI)
Die ASI ist ein Zusammenschluss sozialwissenschaftlicher Forschungseinrichtungen und Universitätsinstitute zur Förderung der sozialwissenschaftlichen Forschung.



BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.
Der BVM ist ein Experten-Netzwerk aus betrieblichen, akademischen und Instituts-Marktforschern, selbstständigen Beratern, Feldinstituten und anderen Dienstleistern.



Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e. V. (DGOF)
Die DGOF setzt sich mit 180 Mitgliedern für die Interessen der Online-Forscher (Wissenschaftler, Anwender und Unternehmen) im deutschen Sprachraum ein.

