



Institut für Marktforschung Leipzig  
Erfahrung. Kompetenz. Qualität.

2007  
**50**  
JAHRE

MITTEN **IM** MARKT  
LEIPZIG



## **SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,**

1957 als Einrichtung der Handelshochschule gegründet und seit 1991 privatwirtschaftlich geführt hat sich das Institut für Marktforschung Leipzig heute als Institut mit bundesdeutscher Kompetenz fest etabliert. Nicht ohne Stolz sehen wir, dass „Markt 10“ zu einer angesehenen Adresse in der deutschen Institutslandschaft geworden ist. Unsere Kunden schätzen unser Fachwissen, unsere Erfahrungen, unsere Flexibilität und die persönliche Beratung eines Instituts mittlerer Größe.

Wir sind seit vielen Jahren Mitglied im ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V.) und stehen für höchste Qualitätsstandards bei der Datenerhebung und Analyse. Als Full Service-Institut mit eigenem

Interviewerfeld, eigenem Telefonstudio und eigenen Studios bieten wir unseren Kunden Marktforschung aus einer Hand. Damit können sich unsere Kunden darauf verlassen, dass wir unser Qualitätsversprechen in allen Stufen des Forschungsprozesses konsequent umsetzen.

Die Reaktionen unserer Kunden zeigen uns, dass wir mit unseren Vorstellungen von qualitätsorientierter Marktforschung und persönlicher Beratung richtig liegen. Auch für Ihre Forschungsfragen sind wir ein zuverlässiger Partner. Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsfähigkeit.

Dr. Andreas Czaplicki  
Geschäftsführer

## Drei Faktoren für präzise Marktforschung



### ■ UNSER LEISTUNGSSPEKTRUM

Unsere Leistungen auf dem Gebiet der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung stellen wir in den Dienst des Kunden: Wir erarbeiten individuell auf Ihre Fragestellungen zugeschnittene Forschungsdesigns, so exakt wie erforderlich und so wirtschaftlich wie möglich. Dafür sorgen erfahrene Projektleiter und kompetente Spezialisten aus allen Disziplinen – die Ihnen in allen Phasen eines Projektes persönlich und beratend zur Seite stehen – von der Problemfindung bis zur Ergebnispräsentation.

Beratung ist unser Prinzip – wo andere nur Daten liefern, gehen wir viele Schritte weiter.



### ■ UNSERE METHODEN

Bei unserer Forschungs- und Feldarbeit setzen wir ein breites Spektrum an quantitativen und qualitativen Instrumentarien ein. „State of the art“ ist dabei unser methodischer Anspruch – immer auf dem neuesten Stand!

Ob Telefon-Interview, persönliche Einzelbefragung oder Gruppendiskussion: Wir stellen die richtigen Fragen und liefern die Antworten, die Sie für Ihre Entscheidungsfindung benötigen. Damit Sie genau wissen, was Ihre Zielgruppe von Ihnen erwartet!



### ■ UNSER STANDORT

Direkte Marktnähe dürfen Sie bei uns wörtlich nehmen: Denn wir sitzen nicht nur inmitten einer pulsierenden Messe-, Medien- und Kulturmetropole mit über einer halben Million Einwohnern, sondern auch im Zentrum einer wachsenden Wissenschafts- und Wirtschaftsregion, die sich mit Unternehmensansiedlungen wie BMW, Porsche oder DHL rasant entwickelt.

Als Institut an der Handelsdrehscheibe zwischen Ost und West arbeiten wir von Leipzig aus für Ost und West.

## Fachliche Kompetenzen für alle Bereiche

Ziel unserer Arbeit ist es, den Markterfolg und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden zu sichern bzw. nachhaltig zu verbessern.

Denn wenn Sie Erfolg haben, sind wir zufrieden. Und dafür setzen wir all unsere Erfahrungen und unser Wissen ein. Zahlreiche Kunden nutzen unsere Kernkompetenzen bereits auf folgenden Gebieten:

### ■ IMAGE- UND KUNDENZUFRIEDENHEITS-FORSCHUNG: ZWISCHEN SCHEIN UND SEIN

Image ist viel, aber Kundenzufriedenheit ist alles, denn nur zufriedene Kunden verhalten sich loyal.

- Welchen Ruf genießt mein Unternehmen und seine Marken?
- Wie zufrieden sind die Kunden mit meinen Produkten und Dienstleistungen?
- Wie kann ich meine Position in bestehenden Märkten ausbauen?
- Welche Marktchancen haben neue Produkte und Leistungen?

Das sind nur einige von vielen Fragen und zentralen Themen, die eine entscheidende Rolle beim Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens spielen und auf die wir im Rahmen der Image- und Kundenzufriedenheitsforschung eingehen.



### ■ PRODUKTFORSCHUNG: ZWISCHEN INHALT UND VERPACKUNG

Neue Produkte gibt es viele, aber nur wenige sind wirklich erfolgreich. Darum gilt es, die wesentlichen Fragen bereits im Vorfeld der Markteinführung zu stellen und zu beantworten.

- Welche Marktchancen hat mein neues oder verändertes Produkt?
- Welche Aufmerksamkeits- und Imagewirkung erreicht die Packungsgestaltung?
- Welche Zielgruppe wird durch die Packungsgestaltung angesprochen?
- Passt die Verpackung überhaupt zur Marke?

Um diese Fragen zu beantworten, testen wir Ihr Produkt nach all den Kriterien, von denen der Kunde seine Kaufentscheidung abhängig macht, zum Beispiel in Geschmackstests, Namenstests oder Verpackungstests.



### ■ MEINUNGS- UND SOZIALFORSCHUNG: ZWISCHEN WUNSCH UND WIRKLICHKEIT

Wertewandel, Globalisierung, wer wird der Wahlsieger? Das sind nur einige Stichworte aus unserem Bereich Meinungs- und Sozialforschung - denn wir schauen in Ihrem Auftrag ‚dem Volk aufs Maul‘.

Im Auftrag von Landes- und Bundesministerien, Medien, Unternehmen und Organisationen ermitteln wir regelmäßig die Einstellung der Gesamtbevölkerung sowie ausgewählter Gruppen zu aktuellen Fragestellungen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

### ■ **MEDIAFORSCHUNG: ZWISCHEN INHALTEN UND REICHWEITEN**

Interessen differenzieren sich immer mehr und es wird deutlich schwieriger, seine Zielgruppe punktgenau zu erreichen. Wir helfen Ihnen dabei.

Für Medienunternehmen aus den verschiedenen Bereichen untersuchen wir gezielt das Mediaverhalten und die Akzeptanz redaktioneller Inhalte - damit Sie wissen, was Ihre Nutzer von Ihnen erwarten und Ihre Werbekunden ein attraktives, zielgruppenadäquates Umfeld mit hoher Reichweite vorfinden.

### ■ **WERBEFORSCHUNG: ZWISCHEN SCHÖNHEIT UND WIRKUNG**

Werbung soll vor allem wirken, denn was nützt es Ihnen, wenn Sie mit Ihrer Werbung „in Schönheit sterben“, aber trotzdem keiner Ihr Produkt oder Ihre Leistung kauft.

Vorher testen und auch nachher die Wirkung überprüfen - so lautet die Devise unserer Werbeforschung, egal ob es sich dabei um Funk- oder Fernsehspots, Anzeigen, Plakate oder andere Werbemittel handelt.

### ■ **MESSEMARKTFORSCHUNG: ZWISCHEN MARKTPLATZ UND EVENT**

Gerade in Zeiten der Globalisierung und des Internets haben Messen ihre Bedeutung als Marktplätze, auf denen man sich noch persönlich trifft, weiter ausgebaut.

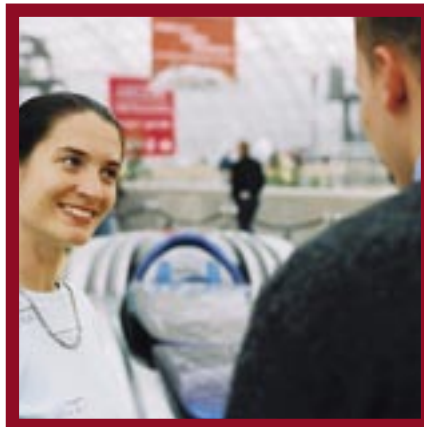
Im Rahmen unserer Messemarktforschung sagen wir Ihnen nicht nur, wer Ihre Messe oder Ihren Messestand besucht, sondern auch, was die Aussteller und Besucher von Ihrem Messeplatz erwarten und ob sie als zufriedene Aussteller und Besucher wiederkommen werden.

### ■ **BAUMARKTFORSCHUNG: ZWISCHEN ARCHITEKTEN, HÄNDLERN UND BAUHERREN**

Bauen ist ein vielschichtiger Prozess mit vielen Beteiligten.

- Worauf wird Wert gelegt bei der Auswahl von Baumaterialien?
- Wer entscheidet, welche Materialien von welchen Herstellern eingesetzt werden?
- Wie zufrieden sind die Verarbeiter mit den eingesetzten Baustoffen?

Diese und andere Fragen beantworten wir u.a. im Rahmen unserer Baumarktforschung, ein Forschungsbereich, in dem wir über langjährige Erfahrungen verfügen und den Ihnen nicht jedes Institut bietet.



# Vielseitige Instrumentarien für vielfältige Methoden

Als Full-Service-Dienstleister sind wir mit allen klassischen und innovativen Methoden der Marktforschung vertraut.

## ■ FACE TO FACE-BEFRAGUNGEN: VON ANGESICHT ZU ANGESICHT

Face to face Interviews sind unsere Stärke - in Haushalten, im Teststudio, am Point of Sale, am Arbeitsplatz oder wo immer wir Ihre Zielgruppe treffen. In unserer deutschlandweiten Feldorganisation stehen Ihnen mehr als 800 qualifizierte Interviewer zur Verfügung. Für qualitative Interviews, in denen wir der Sache auf den Grund gehen, stehen speziell geschulte Interviewer bereit.

## ■ TELEFON-BEFRAGUNGEN: GANZ OHR AUF ALLEN LEITUNGEN

CAT-Interviews mit Privatpersonen und im Business-to-Business-Bereich sind unsere am häufigsten



genutzte Methode zur Datenbeschaffung. Mit unserer äußerst flexiblen CATI-Software können wir auch die kompliziertesten Fragebogendesigns umsetzen. Aus unserem institutseigenen CATI-Studio mit 72 Telefonplätzen erhalten Sie auf Wunsch Ihre Ergebnisse schon einen Tag nach den Befragungen.

## ■ ONLINE-BEFRAGUNGEN : MIT LINKS IMMER IM NETZ

Ob zu Ihrem Webauftritt, aber auch zu den Themen, zu denen Sie Ihre Zielgruppe über das Web am besten erreichen können - wir finden den richtigen Weg.

## ■ GRUPPENDISKUSSIONEN: WIR DISKUTIEREN GERN

Sowohl in unserem Leipziger Teststudio als auch bei Partnerinstituten deutschlandweit bieten wir Ihnen Gruppendiskussionen aus einer Hand an: Organisation und Moderation von Gesprächsrunden



mit jeder Zielgruppe. Unsere erfahrenen und mit vielen Themengebieten vertrauten Moderatoren wissen genau, wie sie Ihre Zielgruppe ansprechen müssen - sachlich, kompetent und auf Augenhöhe mit den jeweiligen Diskussionsteilnehmern.

## ■ SCHRIFTLICHE BEFRAGUNGEN: ANTWORTEN SCHWARZ AUF WEISS

Manchmal kann man seine Zielgruppe nur auf schriftlichem Wege erreichen, insbesondere dann, wenn es um sehr persönliche oder auch mal heikle Themen, wie zum Beispiel bei Mitarbeiterbefragungen, geht.

Wir beraten Sie gern bei der Erarbeitung Ihrer schriftlichen Fragebögen und liefern Ihnen eine kompetente, neutrale und entscheidungsorientierte Auswertung mit Tabellen, Grafiken und Kommentaren.

## ■ UNSERE STICHPROBEN: DIE AUSWAHL MACHT'S

Die richtige Stichprobe ist das A und O dafür, dass wir Ihre Zielgruppe repräsentativ und damit realitätsnah abbilden.

Wir bieten für jeden Studienansatz die richtige Stichprobe und garantieren höchstmögliche Qualität. Als Mitgliedsinstitut im Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) gehören wir zu den wenigen ausgewählten Instituten, die Ihnen sowohl bei face to face Befragungen als auch bei Telefoninterviews mit den ADM-Stichproben das Beste bieten können, was es auf diesem Gebiet zur Zeit in Deutschland gibt.

## Komfortable Fläche für professionelles Testen



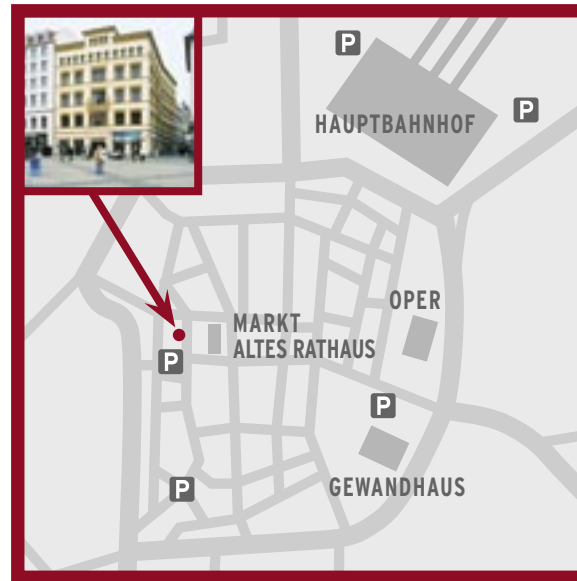
### ■ OPTIMAL AUSGESTATTET: UNSER TESTSTUDIO

Ganz gleich, ob Sie sich für kreative Workshops, Gruppendiskussionen oder Studiointerviews entscheiden: Für die qualitative Forschung stehen Ihnen in unserem Teststudio eine erfahrene Studioleitung, kompetente Moderatoren, gut ausgebildete Supervisoren sowie engagiert und korrekt arbeitende Interviewer und Baggerer für die erfolgreiche Durchführung der Feldarbeit zur Verfügung.

Neben unserem professionellen Studioteam bieten wir Ihnen auf einer Fläche von insgesamt 400 qm für alle Untersuchungsfacetten passende Räumlichkeiten: 8 helle, freundliche Testräume mit Einzeltestplätzen, eine kleinere Gruppendiskussionseinheit, ideal für Tiefen- und Paarinterviews bzw. Mini-Gruppendiskussionen sowie eine 130 qm umfassende repräsentative Einheit für Focus-Groups und Workshops, die keinen Kundenwunsch offen läßt.

Das gesamte Teststudio ist komfortabel mit allem forschungsrelevanten Equipment und Technik auf dem neuesten Stand ausgestattet.

# Günstige Lage für schnelle Verbindungen



Sie werden uns gut finden - denn wir sind auf allen Wegen schnell und einfach erreichbar: nur fünf Gehminuten entfernt vom Leipziger Hauptbahnhof über optimale Nah- und Fernverkehrsanschlüsse. Und per Auto über die A14 (Halle-Dresden) oder die A9 (Berlin-München) direkt in Richtung Zentrum. Denn auch das bedeutet

mitten im Markt: im Herzen Leipzigs, unmittelbar am Cityring, geradewegs neben der Markt-galerie mit über 400 Tiefgaragen-Parkplätzen.

Für weitere Fragen und Auskünfte rund um unseren Standort sowie unsere Services und Leistungen stehen wir Ihnen jederzeit gern zur

Verfügung - genauso wie für eine individuelle und auf Ihre Fragestellungen zugeschnittene Beratung. Nehmen Sie uns beim Wort und kontaktieren Sie uns!

MITTEN **IM** MARKT  
LEIPZIG

Institut für Marktforschung GmbH Leipzig · Markt 10 · 04109 Leipzig  
Telefon: 0341 / 99 50-0 · Telefax: 0341 / 99 50-111 · [www.imleipzig.de](http://www.imleipzig.de)