



Presse-Information

Größte Konzeptdatenbank für langlebige Konsumgüter

Hamburg/Möln, 30. April. Kürzlich konnten die Marktforscher von Ipsos Vantis das 21.000ste Konzept in ihrer Datenbank erfassen. Damit verfügt die auf quantitative Innovations-, Preis- und Produktforschung spezialisierte Unit von Ipsos Marketing über die weltweit größte Datenbank für Konzepte langlebiger Konsumgüter und Dienstleistungen, die als Benchmarking-Grundlage für Produkt- und Konzepttests verwendet wird.

Die Erfassung des ersten Konzeptes auf Basis standardisierter Fragestellungen erfolgte bereits vor über 20 Jahren. Allerdings ist der Großteil der 21.000 Konzepte erst in den letzten Jahren hinzugekommen. 2009 waren es allein mehr als 5.000 oder knapp ein Viertel der aktuellen Datenbank. Die getesteten Konzepte decken eine große Branchenbreite ab, besonders viele Tests liegen aus den Bereichen Consumer Electronics, Telekommunikation und Haushaltsgeräte, aber auch von logistischen Diensten oder Finanzdienstleistungen vor.

Die Datenbank bietet neben Selektionsmöglichkeiten nach Kategorieebenen auch eine Selektion nach methodischen Kriterien, z.B. der Art des Stimulusmaterials oder der Erhebungsmethode. Und sie enthält über 1.500 sogenannte New-to-the-world-Konzepte, die neue Kategorien erst definieren. „Diese vielfältigen Möglichkeiten sind wichtig, damit man nicht Äpfel mit Birnen vergleicht“, kommentiert Martin Hellich, Department Manager Ipsos Vantis in Deutschland, „jeder kann nachvollziehen, dass Befragtergebnisse für ein Tourismuskonzept anders ausfallen als beispielsweise für einen Energietarif, weil grundsätzlich unterschiedliche Begeisterungs- bzw. Interessenniveaus für diese Kategorien existieren. Ein undifferenziertes Vergleichen dieser Konzepte wäre ein ´unfairer´ Benchmarking mit der möglichen Folge systematisch verzerrter Unternehmensentscheidungen.“

Einschränkend fügt Martin Hellich hinzu: „Benchmarking-Ergebnisse sollten lediglich eine von mehreren Informationsgrundlagen für Unternehmensentscheidungen sein. Je nach Produktentwicklungsphase empfehlen wir weitere diagnostische Analysen, die bis hin zu volumetrischen Modellierungen (klassisches Forecasting) gehen.“

Über Ipsos

Die Ipsos GmbH ist ein unabhängiges und weltweit tätiges Marktforschungsunternehmen und ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine weltweit vernetzte Organisation untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorausszusehen. So bestimmen wir Marktpotentiale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Mit präzisen Daten und konkretem Know-how bringen wir die Projekte unserer Kunden zum Erfolg. „Nobody´s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.



Presse-Information

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt
Division Manager Communications
Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
Gudrun.witt@ipsos.com
www.ipsos.de