

# INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG HALLE

Delitzscher Str. 118, 06116 Halle

FAX: (0345) 7753821 oder 7753820 oder Tel. Dr. Helmut Rahneberg: (0345) 7753 808

## Konjunkturumfrage Januar 1995

- Marketing -

*Rückantwort erbeten bis 20. Januar 1995*

### Unternehmen:

Ansprechpartner:

Nr.:

Telefon Nr.:

Telefax Nr.:

### 0. Status des Unternehmens:

*(Frage wird in dieser ausführlichen Form nur einmal im Jahr gestellt)*

Eigentumsform:

- |                              |                       |               |
|------------------------------|-----------------------|---------------|
| Treuhand                     | <input type="radio"/> |               |
| Privat                       | <input type="radio"/> |               |
| Neugründung                  | <input type="radio"/> | wann: ..... ? |
| Ehem. Treuhandunternehmen    | <input type="radio"/> |               |
| Reprivatisiert               | <input type="radio"/> | wann: ..... ? |
| Privatisiert                 | <input type="radio"/> | wann: ..... ? |
| durch westdeutschen Investor | <input type="radio"/> | zu ..... %    |
| durch ausländischen Investor | <input type="radio"/> | zu ..... %    |
| durch ostdeutschen Investor  | <input type="radio"/> | zu ..... %    |
| MBO/MBI                      | <input type="radio"/> |               |

Anzahl der Tochterunternehmen: .....

### 1. Beschäftigte:

derzeitige Arbeitnehmerzahl: .....  
dar. Kurzarbeiter: .....  
Azubi: .....

### 2. aktuelle Geschäftslage des Unternehmens

- |               |                       |
|---------------|-----------------------|
| gut           | <input type="radio"/> |
| eher gut      | <input type="radio"/> |
| eher schlecht | <input type="radio"/> |
| schlecht      | <input type="radio"/> |

### 3. Geschäftsaussichten für die nächsten 6 Monate

- |               |                       |
|---------------|-----------------------|
| gut           | <input type="radio"/> |
| eher gut      | <input type="radio"/> |
| eher schlecht | <input type="radio"/> |
| schlecht      | <input type="radio"/> |

### 4. Auftragslage im Vergleich zum Vormonat

- |             |                       |
|-------------|-----------------------|
| besser      | <input type="radio"/> |
| unverändert | <input type="radio"/> |
| schlechter  | <input type="radio"/> |

**5. Sind in Ihrem Unternehmen Mitarbeiter mit Marketingaufgaben betraut?**

ja ☐ nein ☐

wenn ja,

Anzahl:

Mitarbeiter für Marketing insgesamt .....

Qualifikation der Mitarbeiter:

Kaufmännische Ausbildung .....

davon mit Studium .....

Technische Ausbildung .....

davon mit Studium .....

insgesamt mit spezieller Marketingausbildung .....

**6. Welches Jahresbudget \* steht für Marketingaktivitäten zur Verfügung?**

1993	..... DM	* Jahresbudget für Marketingaktivitäten
		Vertrieb: Materialaufwand
		Personalaufwand
1994	..... DM	Abschreibungen auf Anlagevermögen
		sonstige betriebliche Aufwendungen
1995	..... DM	Werbung/Öffentlichkeitsarbeit
		Verkaufsförderung

**7. Woran orientiert sich Ihr Unternehmen bei der Planung dieses Budgets?  
(Bitte maximal 2 Budgetierungsmethoden ankreuzen)**

Budgetorientierung am/an:

Umsatz 1994	<input type="radio"/>	Finanzierungsspielraum	<input type="radio"/>
Vorjahresbudget (Budget von 1993)	<input type="radio"/>	Unternehmensziele und -strategien	<input type="radio"/>

**8. Wie stellt sich der Informationsaustausch zwischen den Marketingmitarbeitern und den aufgeführten Abteilungen Ihres Unternehmens dar?**

	sehr gut				sehr schlecht
	1	2	3	4	5
Fertigung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F&E/Konstruktion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rechnungswesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**9. Führt Ihr Unternehmen eigene Marktstudien durch?**

ja ☐ nein ☐

**10. Hat Ihr Unternehmen externe Marktforschungs- oder Beratungsunternehmen in Anspruch genommen?**

ja ☐ nein ☐ Gründe: .....

Plant Ihr Unternehmen diese in Zukunft in Anspruch zu nehmen?

ja ☐ nein ☐ Gründe: .....

**11. Wie wichtig sind in der aktuellen Situation Ihres Unternehmens *ausgeprägte* Aktivitäten in den folgenden Funktionen?**

	sehr wichtig				nicht wichtig
	1	2	3	4	5
Marktforschung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkauf/Vertrieb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Werbung/Öffentlichkeitsarbeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fertigung/Produktion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualitätsmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neuproduktgenerierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personalmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rechnungswesen/Controlling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkauf/Beschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisation/EDV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. Inwieweit stimmen sie der folgenden Aussage zu: Marketing ist wichtig für den dauerhaften Unternehmenserfolg?**

	absolut richtig				absolut falsch
	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. In welchen der folgenden Gründe sehen Sie den Hauptengpaß beim Absatz?  
(Bitte nur eine Nennung)**

Bekanntheitsgrad des Leistungsangebots	<input type="radio"/>	Kontakte, Gelegenheit zur Angebotsabgabe	<input type="radio"/>
Kaufinteresse der potentiellen Kunden	<input type="radio"/>	Kundenanteil, Angebotsannahme	<input type="radio"/>

**14. Wie schätzen Sie den Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens ein?**

Märkte	Bekanntheitsgrad				
	gering				hoch
	1	2	3	4	5
eigenes Bundesland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
neue Bundesländer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
alte Bundesländer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osteuropa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Westeuropa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**15. Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen *hauptsächlich* mit Werbung?**  
(Bitte geben Sie drei Nennungen an!)

Bekanntheitsgrad des Unternehmens	<input type="radio"/>	Konkreter, unmittelbarer Umsatz	<input type="radio"/>
Bekanntheit der Produkte	<input type="radio"/>	Kundenkreis erweitern	<input type="radio"/>
Imagepflege/Imagekorrektur	<input type="radio"/>	Kundenkreis festigen	<input type="radio"/>
Markenaufbau/Markenpflege	<input type="radio"/>	andere, nämlich	<input type="radio"/>
Gewinnung neuer Kontakte	<input type="radio"/>	.....	

**16. Welche Art von Werbung betreibt Ihr Unternehmen und wie wirksam schätzen Sie Ihre Werbemaßnahmen ein?**

	in % der Wer- bekosten	sehr wirksam				überhaupt nicht wirksam
		1	2	3	4	5
Rundfunk- und Fernsehwerbung	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anzeigen, Inserate, Beilagen	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Öffentlichk.arbeit/Publikationen	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sponsoring	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonmarketing	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messen/Ausstellungen	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailings (Serienbriefe)	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
persönliche Verkaufstermine	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkaufsförderung	..... %	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Summe	= 100 %					

**17. Welche Vertriebswege nutzt Ihr Unternehmen *hauptsächlich*?**  
(Bitte zu direktem und indirektem Vertrieb jeweils nur eine Nennung angeben)

direkter Vertrieb		indirekter Vertrieb	
zum Endkunden (Verwender Ihres Produktes)	<input type="radio"/>	über Einzelhandel zum Endkunden	<input type="radio"/>
unter Einschaltung von Handelsvertretern/Kommissionären zum Endkunden	<input type="radio"/>	über Großhandel und Einzelhandel zum Endkunden	<input type="radio"/>
zum Weiterverarbeiter Ihres Produktes	<input type="radio"/>		

**18. Wieviele Tage pro Jahr wurden die gegenwärtig mit dem Vertrieb beauftragten Mitarbeiter in Verkaufstechnik geschult?**

typischerweise .....Tage pro Jahr und Mitarbeiter