

planung & analyse

Zeitschrift für Marktforschung und Marketing www.planung-analyse.de
Eine Marke der dfv Mediengruppe

6/2014 D11700F

Report

Mitarbeiterforschung:
Personal als
Zielgruppe

Special

Automobilmarktforschung
in Bewegung

Schwerpunkt

Effiziente
Kommunikations-
forschung



Absatzpotentiale im Nahen Osten richtig verstehen

Wettbewerbsdifferenzierung und Wachstum sind – naturgemäß – in reifen und gesättigten Automobilmärkten eine Herausforderung. Demgegenüber locken Wachstumsmärkte wie der Nahe Osten mit starken Entwicklungsraten: Bis 2018 wird das Wachstum in Saudi-Arabien auf etwa +27 Prozent geschätzt, für Kuwait sind es satte +30 Prozent.

Bedeutet das für Automobilhersteller also: Sofort auf in den Nahen Osten? Wenn es so einfach wäre, denn Wachstumsmärkte zeichnen sich nicht nur durch hohe Dynamik und ungefestigte Strukturen aus, sondern auch dadurch, dass verfügbare Marktinformationen äußerst dürftig sind. Der Kunde ist das unbekannte Wesen – und das Eis, auf dem man sich bewegt, dünn. Es gibt meist nur unzureichend verlässliche Quellen wie die NCBS. Verfügbare statistische Marktinformationen sind manchmal mehr als fragwürdig. Und so hängt viel von den Erfahrungswerten der lokalen Vertriebsorganisation ab. Oft geringe Absatzzahlen rechtfertigen anfänglich nicht die Durchführung von eigenen großen und kostenintensiven Marktforschungsstudien wie zum Beispiel Car Clinics.

Dabei ist ein großer Schritt zu mehr Wissen schon mit intelligenten Forschungsansätzen getan, die Primär- und Sekundärdaten effektiv und effizient kombinieren. Substantielle Marktstrukturanalysen können dabei helfen, das Marketingbudget optimal auszurichten. In der Regel muss ein modularer Studienansatz mit quantitativen und qualitativen Elementen erarbeitet werden, um die Customer Journey ganzheitlich zu beleuchten.

Aber andere Länder, andere Sitten: Beim Forschungs-Set-Up und der Ergebnisinterpretation kommt es sehr auf kulturelles Fingerspitzengefühl an. Es müssen spezifische Dos and Don'ts beachtet werden. Um einige Beispiele aus dem Nahen Osten zu nennen: Vorsicht mit Onlineforschung – häufig liegen Fallpreise bei über 50 Euro, während die Datenqualität (noch) sehr in Zweifel gezogen werden muss. Und bei der F2F-Erhebung läuft die Rekrutierung anders ab, als man es hierzulande gewohnt ist. Vertrauen und Beziehung sind kulturell viel stärker verankerte Normen als bei uns, so dass die Gewinnung von Studienteilnehmern oft im Schneeballverfahren abläuft. Ein weiteres Wesensmerkmal ist der hohe Anteil an Expats. Das muss beim Set-Up und der Analyse berücksichtigt werden. Einheimische Araber und

Expats funktionieren nicht in einer gemeinsamen Fokusgruppe. Außerdem lohnt eine getrennte Betrachtung des Kaufverhaltens. Einheimische bewerten zum Beispiel rationale Aspekte beim Fahrzeug und Serviceerfahrungen viel höher als (nicht-arabische) Expats, funktional-orientierte Marken wie Toyota genießen enormes Vertrauen. Mit diesem Hintergrundwissen lassen sich auch dynamische Wachstumsmärkte im Nahen Osten marktforscherisch erfolgreich erkunden. ◀



Abbildung: Einflussfaktoren beim Automobilkauf im Nahen Osten



Dr. Felix Hansen,
Senior Consultant
Automotive, TNS
Infratest, München

www.gessgroup.de



GESS - die Produktionsstraße für Car Clinics

- ▶ über 20 Jahre Erfahrung in Car Clinics
- ▶ über 200 durchgeführte Car Clinics
- ▶ jetzt mit automatisierten Power Point Charts

GESS Q. – one script runs everywhere





Der Artikel hat Ihnen gefallen und Sie wollen mehr lesen?

planung & analyse ist eine der führenden Fachzeitschriften für Marktforschung und Marketing und veröffentlicht **sechs Mal im Jahr** praxisorientierte, aktuelle und fundierte Fachbeiträge zu Projekten, Konzepten und Methoden der Markt- und Marketingforschung. Ergänzt wird das Spektrum um ein Sonderheft für den Schwestertitel Lebensmittel Zeitung mit Fokus auf FMCG und Handel und den p&a Karriereguide Marktforschung.

Einzelartikel bei planung & analyse

Bestellen Sie diesen und weitere Artikel in druckfähiger Version für nur **EUR 11,50/Artikel**

Abonnement von planung & analyse

Sie haben die Wahl:

- Testen Sie planung & analyse print inkl. digital im **Probeabonnement** (Inland):
3 Hefte für **EUR 95,00** (inkl. Versand und MwSt.)
- Abonnieren Sie planung & analyse print inkl. digital direkt im **Jahresabonnement** (Inland):
8 Hefte (6x reguläre Ausgaben, 2x Sonderhefte) **EUR 219,00** (inkl. Versand und MwSt.)
- Abonnieren Sie planung & analyse nur digital direkt im **Jahresabonnement** (Inland):
8 Hefte (6x reguläre Ausgaben, 2x Sonderhefte) **EUR 75,00** (inkl. Versand und MwSt.)

Alle weiteren Informationen zu Bezugsbedingungen im In- und Ausland, Inhalte & Abstracts der bereits erschienenen Ausgaben sowie Themen und Termine 2014 finden Sie unter www.planung-analyse.de.

Fragen oder Anregungen? Ihr direkter Kontakt zu planung & analyse:
+49 (0)69 7595 2014; info@planung-analyse.de

**planung
&analyse**