

SKOPOS
Desk Research




Definition

- Desk Research ist der englische Begriff für Sekundärforschung oder Sekundärerhebung
- Desk Research bezeichnet die Gewinnung von Informationen aus bereits vorhandenem Datenmaterial - dies können Daten sein, die dem Auftraggeber bereits selbst vorliegen, oder Daten, die von Dritten bereits erhoben wurden

Vorteile

- Die Sammlung, Analyse und Auswertung von vorhandenem Datenmaterial ist i.d.R. deutlich günstiger als eine Primärerhebung
- Mittels Sekundärforschung können Informationen i.d.R. deutlich schneller beschafft werden als Ergebnisse von Primärerhebungen vorliegen
- Einige Daten sind mittels Primärerhebungen nicht zu beschaffen – vor allem bei umfangreichem Informationsbedarf ist die Sekundärforschung das einzige ökonomische Vorgehen zur Bearbeitung der Fragestellung (z.B. volkswirtschaftliche Gesamtdaten)
- Auch wenn sich eine Primärerhebung als notwendig oder zielführend für die vorhandene Fragestellung erweist, bietet die Sekundärforschung eine ökonomische Möglichkeit für die Einarbeitung in das Themenfeld und für die Vorbereitung der Primäruntersuchung

- Desk Research bietet sich vor allem an, wenn für den zu untersuchenden Markt eine valide Vordokumentation besteht, d.h. eine große Menge an auswertbaren Daten aus zahlreichen Quellen zugänglich ist
- Je nach Marktgröße und –dichte ist die Sekundäranalyse eine relativ kostengünstige Variante, schnell und effizient eine umfangreiche Analyse des zu untersuchenden Marktes zu erhalten

 Die Untersuchungsergebnisse schaffen eine Grundlage für zukünftige strategische Neuausrichtungen, Produktentwicklungen, Marketingmaßnahmen und Vertriebswegplanungen

Erkenntnisgewinn

- Die Ergebnisse der Sekundärforschung liefern detaillierte und strukturierte Informationen über die eigene aktuelle Position im Markt sowie über die der Wettbewerber
- Marktentwicklungen sind aufzeigbar
- Es können Rückschlüsse gezogen werden – auf kurz-, mittel-, und langfristige Perspektiven: Diese Kenntnisse dienen dazu, notwendige Neuausrichtungen frühzeitig zu erkennen und einzuleiten

Grenzen der Sekundärforschung

- Fehlende Aktualität des Datenmaterials; die Herkunft der Daten ist nicht nachvollziehbar; die Daten sind aufgrund unterschiedlicher Generierungs-/ Erhebungsweisen nicht vergleichbar

Nutzbare Informationskanäle sind z.B. Informationsbroschüren, Datenbanken, Branchendienste, einschlägige Fachmagazine, Beiträge in den neuen Medien (z.B. Internetportale) und bereits durchgeführte Primärerhebungen.

Interne Datenquellen

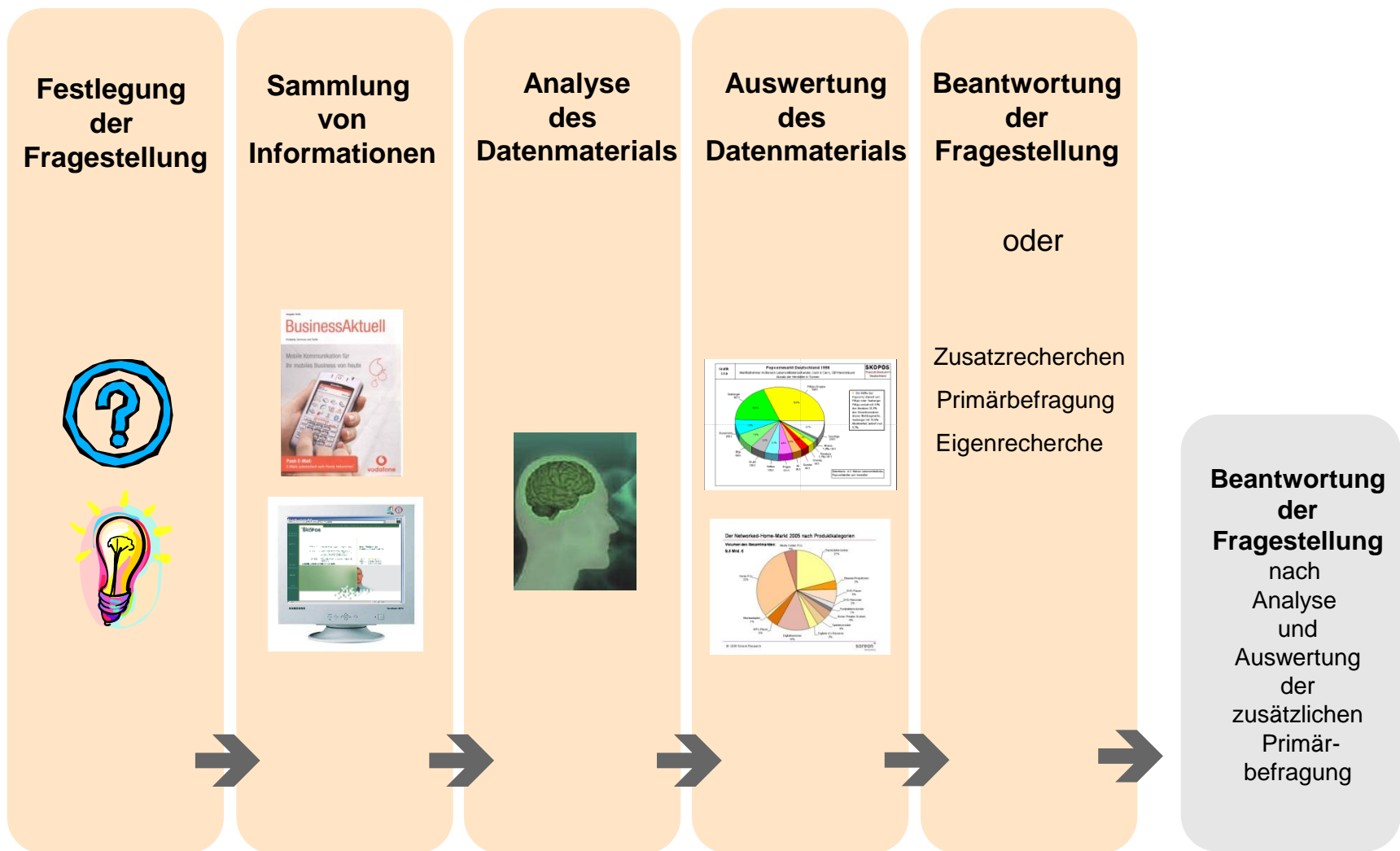
- Absatz-, Umsatz- und Deckungsbeitragsentwicklung
- Umsätze nach Artikeln/Kunden/ Geschäftsgebieten etc.
- Kunden nach Art/Gebiet/ Vertriebsweg etc.
- Außendienstberichte

Externe Datenquellen

- Statistisches Bundesamt
- Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern
- Deutsche Auslands-Handwerkskammern
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
- Institut für Weltwirtschaft
- Deutsche Bundesbank
- Universitäten
- Wirtschaftsverbände und -organisationen



Die Sekundärforschung wird vor allem durch den Einsatz des Internets und die Nutzung von Suchmaschinen und Metasuchmaschinen extrem erleichtert und vorangetrieben



SKOPOS

Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-880
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

