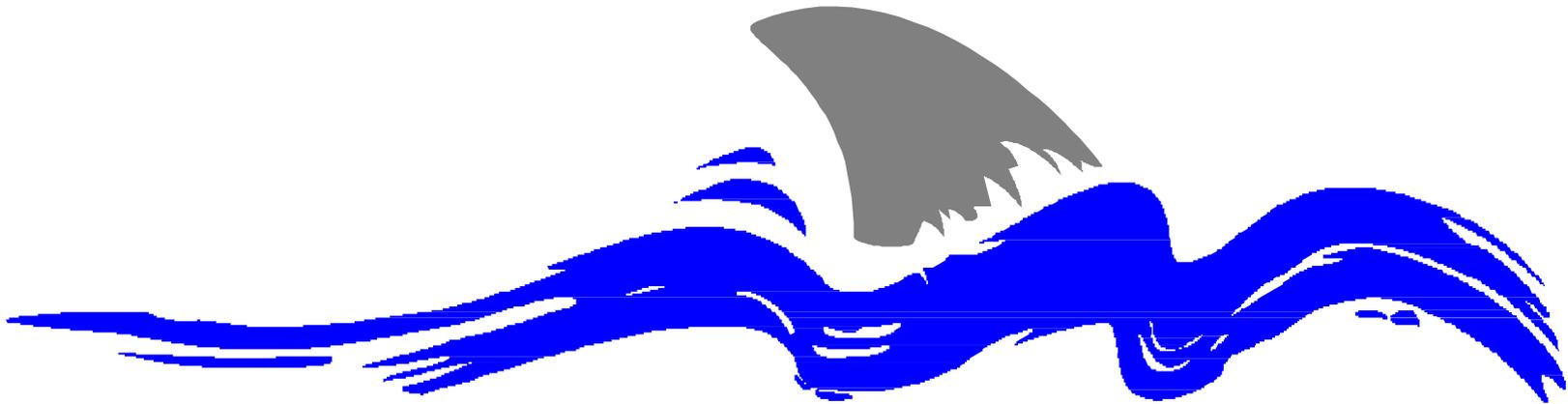


Marktforschung für Gründer:

Warum Consultants
manchmal lügen,
selbst wenn sie die
Wahrheit sagen

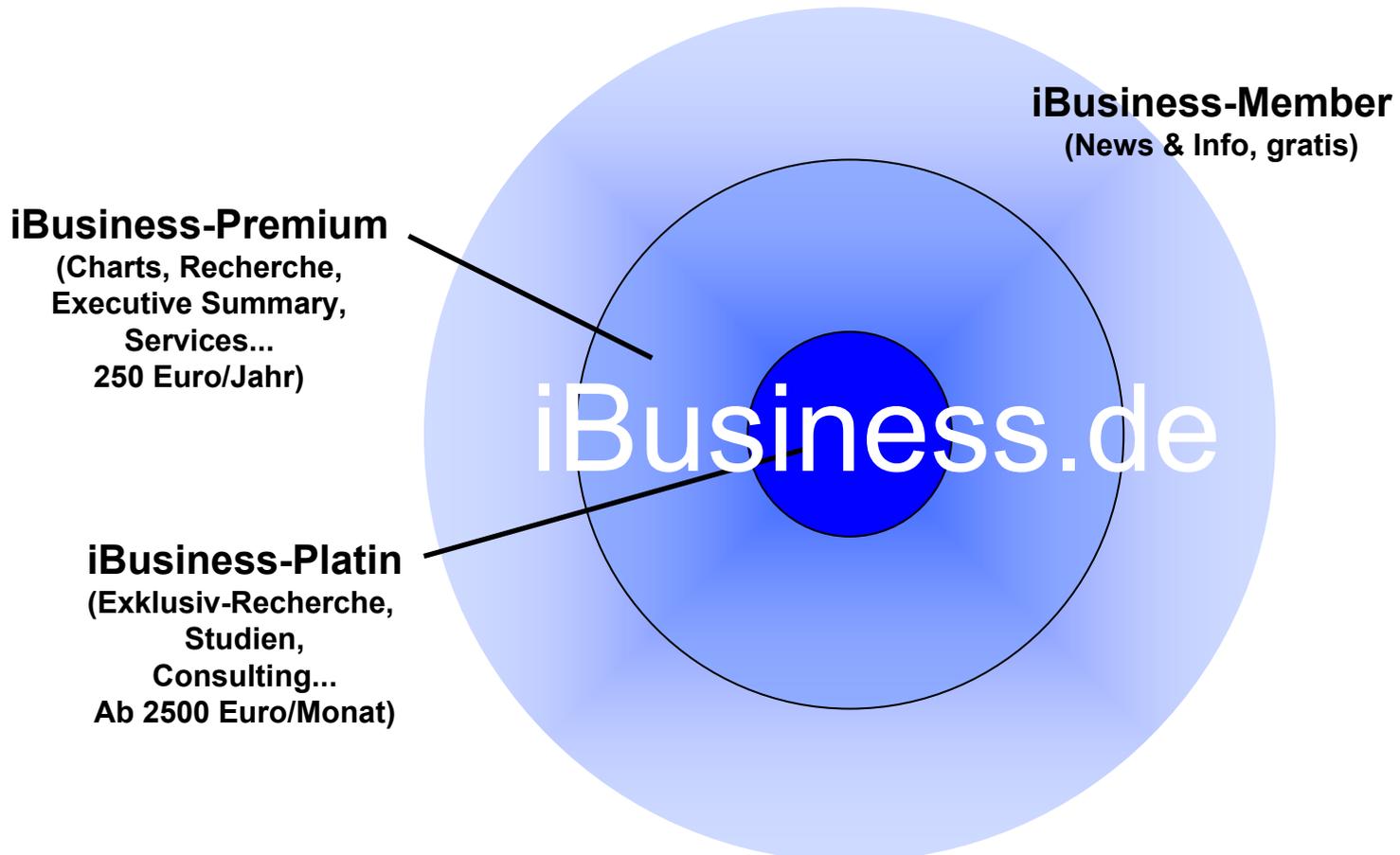
Joachim Graf



HighText Verlag

Der HighText Verlag

- Zielgruppe: Profis in interaktiven Märkten
- Seit 1991



Die Fallen der Marktforschung

- Das Maut-Missverständnis
 - Berater, die Brötchen und der Belag
- Der Management-Irrglaube
 - Warum Marktstudien wirklich gekauft werden
- Der Murphy-Irrtum
 - Warum Pläne scheitern müssen
- Das Mathematik-Desaster
 - Sieben von fünf Geschäftsführern können nicht rechnen
- Die Medien-Falle
 - Vom Unterschied zwischen PCs und Menschen

Das Maut-Missverständnis

- Marktinformationen ist nicht kostenlos – zumindest nicht umsonst

	kostenlo	kostenpflichti
Kunden-auftrag	PR-Aktion für den Kunden	Refinanzierung; PR-Aktion mit Schutzgebühr
Eigen-interess e	PR-Aktion für den Berater oder die Studie	Kosten zwischen 500E und 5.000E

Maut-Missverständnis II

- Welchem Berater / Marktforscher / Analysten werden Sie eher glauben:
 - Dem, der Ihnen sagt: „*Vergessen Sie Ihre Business-Idee*“?
 - Oder dem, der Ihnen sagt: „*Ich sehe in Ihrer Business-Idee riesiges Marktpotential*“ ?
- Optimismus als Berufskrankheit ist Einstellungsvoraussetzung bei IT-Marktforschungsunternehmen

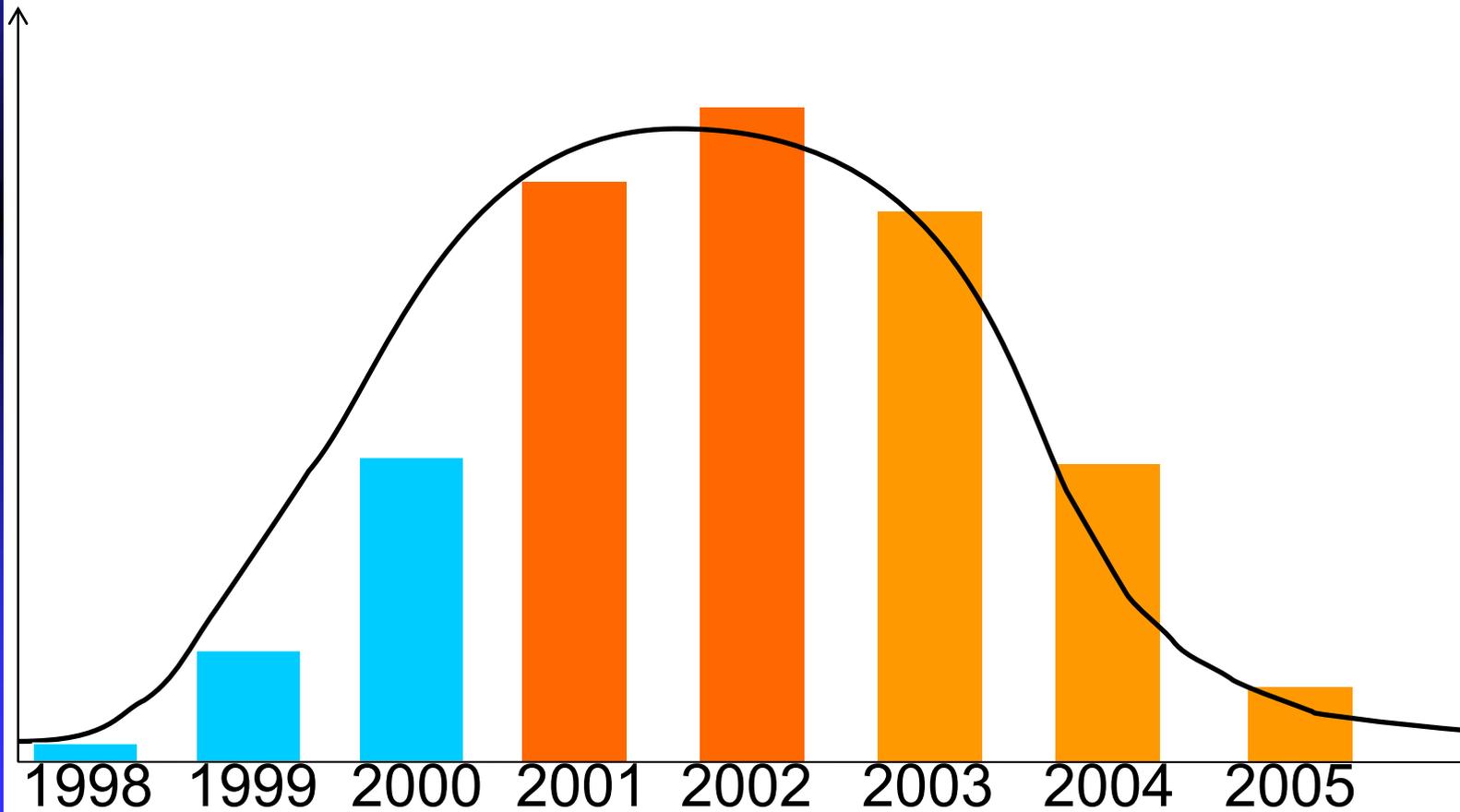
Der Management-Irrglaube

- Es gibt zwei Gründe, weswegen Marktstudien gekauft werden:
 - Einen, den man dem Chef erzählt
 - Den wirklichen
- Die Marktforschungsbranche lebt davon, eine Karriere-Versicherung für ihre Auftraggeber zu sein
 - Wenn ein Projekt klappt, war's die Genialität des Abteilungsleiters
 - Wenn nicht: „*Nach den Zahlen hätte es eigentlich klappen müssen*“

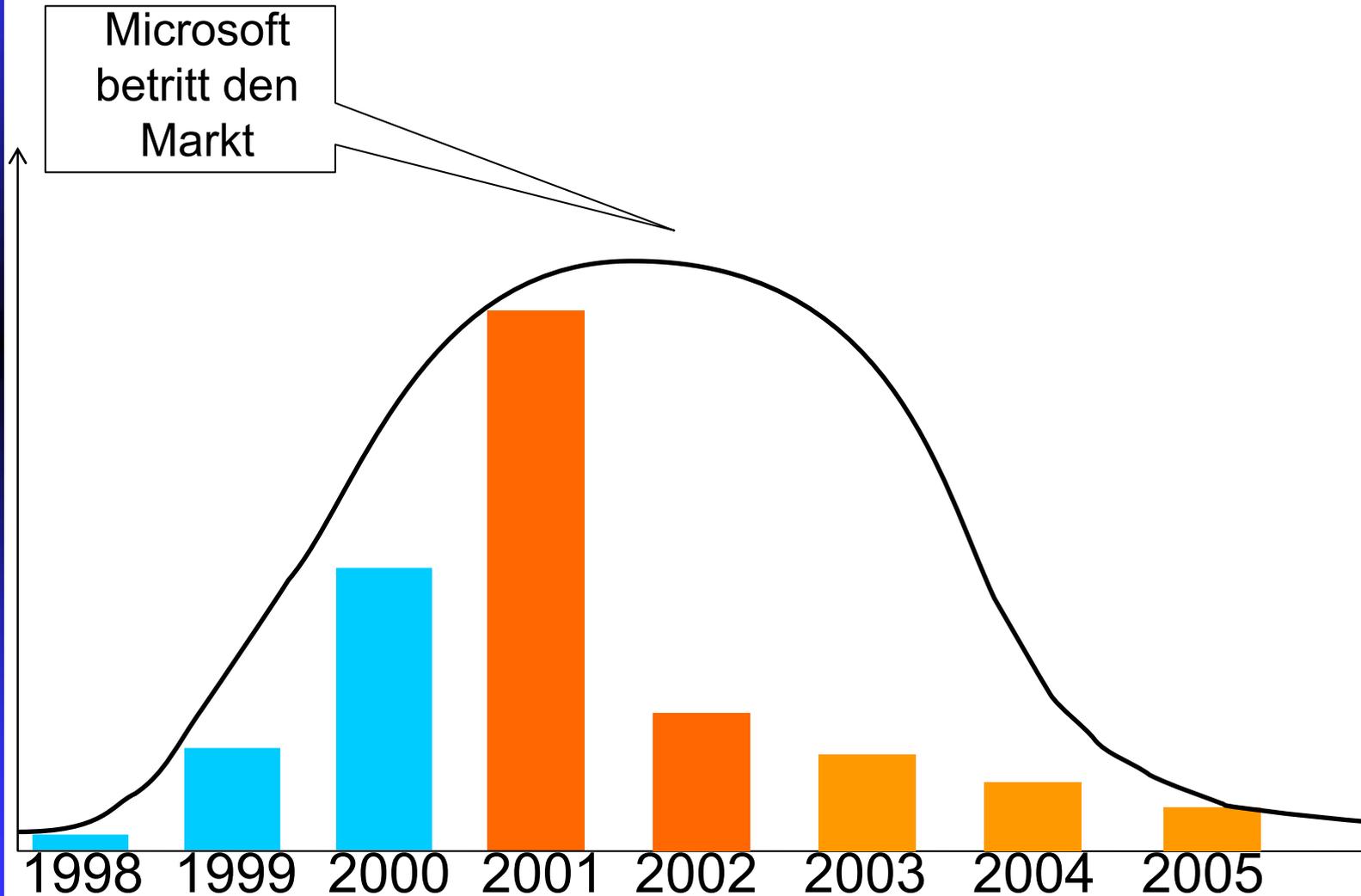
Der Murphy-Irrtum

- Murphys erstes Gesetz der Marktforschung: *„Es dauert länger und kostet mehr als geplant.“*
- Murphys zweites Gesetz der Marktforschung: *„Das gilt auch, wenn man Murphys erstes Gesetz der Marktforschung einkalkuliert.“*
- Murphys dritte Gesetz der Marktforschung: *„Man fragt immer die falschen Leute.“*

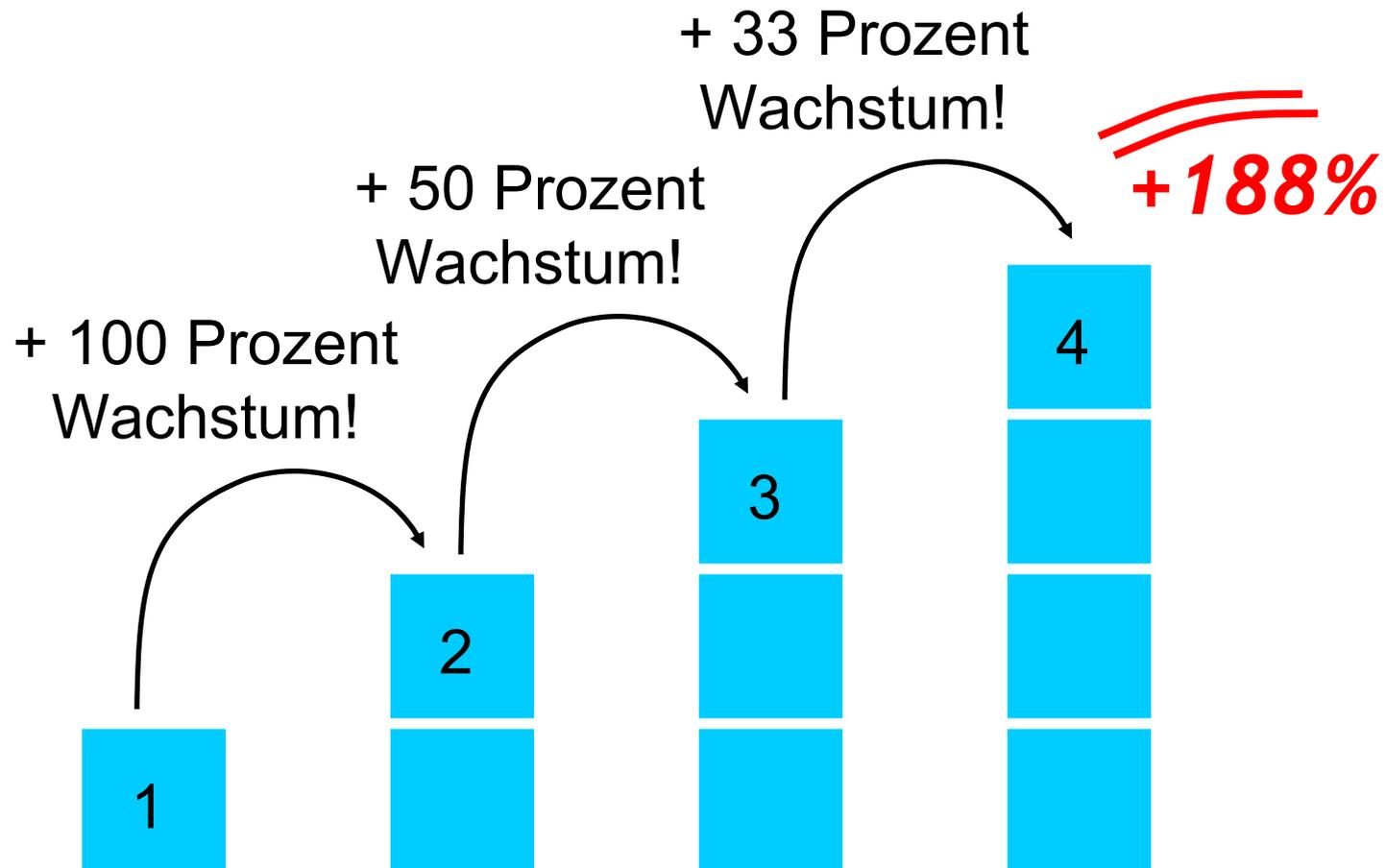
Der Murphy-Irrtum II



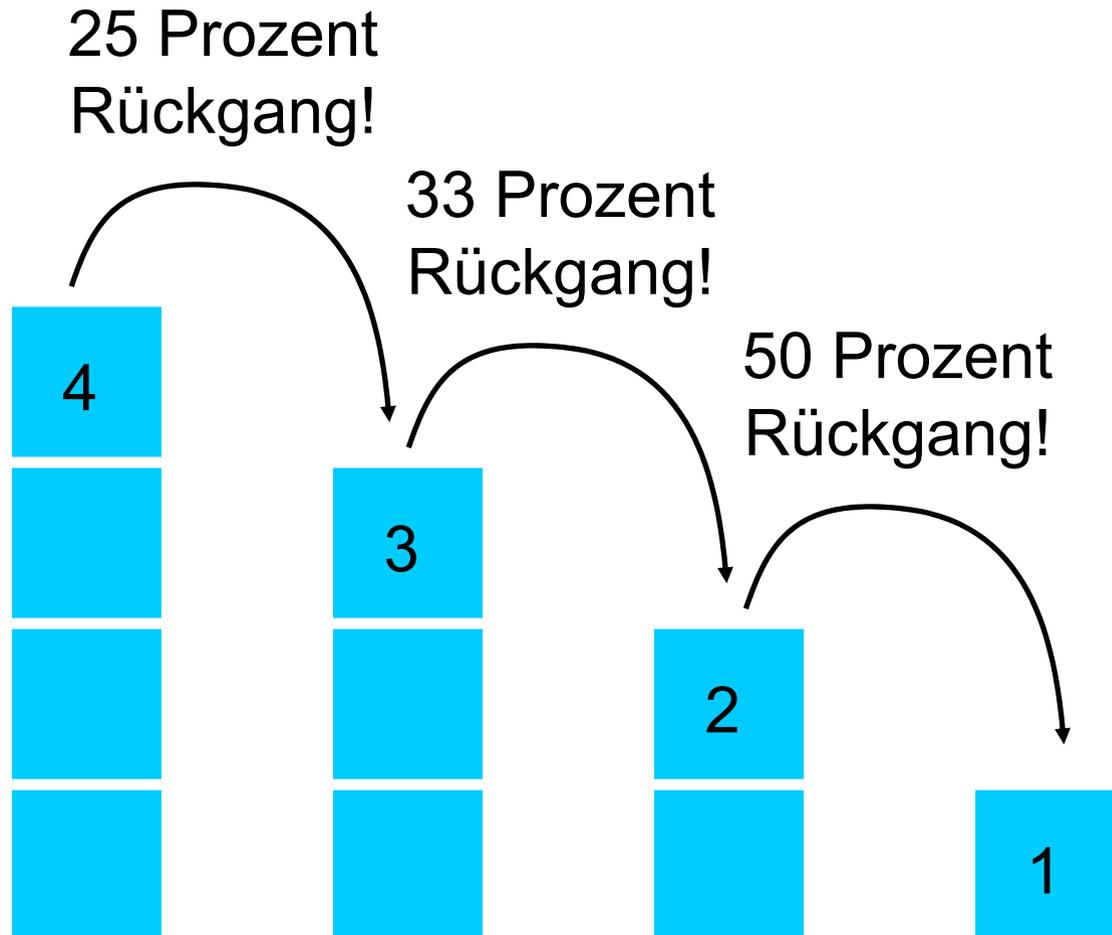
Der Murphy-Irrtum II



Das Mathematik-Desaster



Das Mathematik-Desaster

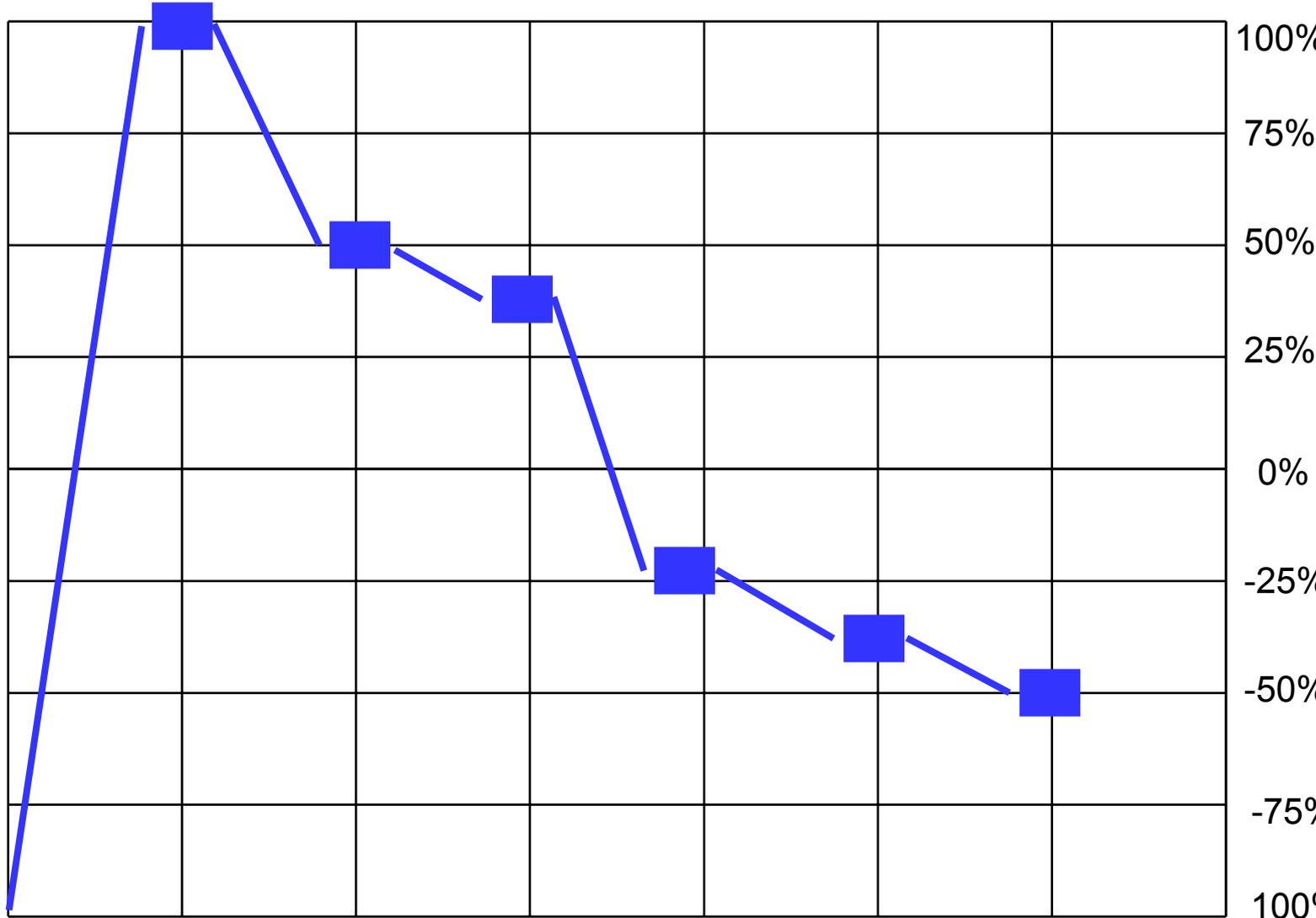


-108%

+188%

+80%

Das Mathematik-Desaster



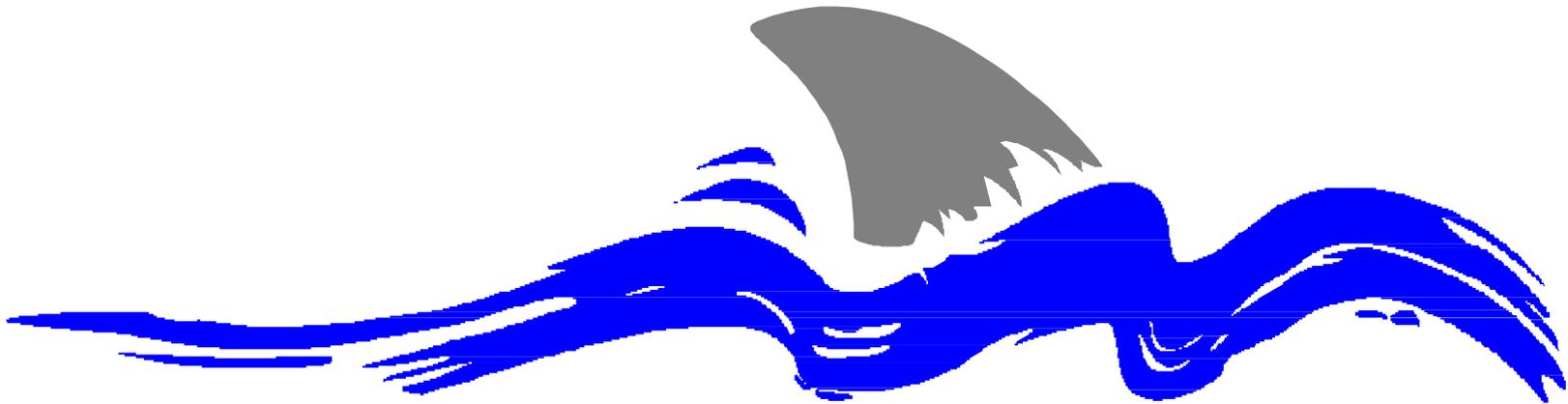
Die Medien-Falle

- 1970: *„Fünf verschiedene Videosysteme teilen sich den Markt“* (Uni Osnabrück)
- 1972: *„Die Bildplatte wird dominieren“* (Prognos)
- 1976: *„Bildplatte löst TV ab“* (KtK)
- 1982: *„Btx bis 1990 bis 3,5 Mio. Teilnehmer“* (Berater Feldversuch)
- 1988: *„Btx 2,2 Mio. Anschlüsse“* (Diebold)
- 1989: *„OS/2 bis 1994 dominierendes Betriebssystem“* (Dataquest)
- 1/2000: *„E-Commerce löst den Präsenzhandel ab“* (diverse)

Die Fallen der Marktforschung

- Das Maut-Missverständnis
 - ▶ Prüfen Sie die Interessen des Beraters!
- Der Management-Irrglaube
 - ▶ Prüfen Sie die Interessen des Auftraggebers!
- Der Murphy-Irrtum
 - ▶ Kalkulieren Sie den Irrtum ein!
- Das Mathematik-Desaster
 - ▶ Benutzen Sie Ihren gesunden Menschenverstand!
- Die Medien-Falle
 - ▶ Machen Sie den Putzfrauentest!

Joachim Graf



Zahlen, Daten, Fakten zu IT & Internet:

www.iBusiness.de