

Disch, Wolfgang K. A.

Article — Digitized Version
Panelforschung in Europa

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Disch, Wolfgang K. A. (1963) : Panelforschung in Europa, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 43, Iss. 5, pp. X-XII

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/141754>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Panelforschung in Europa

Wolfgang K. A. Disch, Hamburg

Fünf Autoren hatten in den Heften 3 und 4 des WIRTSCHAFTSDIENSTES aus ihrer Sicht zur Panelforschung Stellung genommen. Von fünf verschiedenen Seiten wurde damit dieses Instrument der Marktforschung beleuchtet:

- Grundlagen der Panelforschung
- Haushaltspanel für Verbrauchsgüter
- Haushaltspanel für Gebrauchsgüter
- Einzelhandelspanel
- Anwendung von Panelergebnissen in der betrieblichen Marktforschung.

Den Abschluß dieser Artikelreihe bildet nunmehr eine Übersicht über die Panel europäischer Marktforschungsinstitute. Die nachstehende Tabelle enthält die Ergeb-

nisse einer während der Monate März und April dieses Jahres bei den genannten Instituten durchgeführten Fragebogenerhebung.

Mit dieser Übersicht soll dem Marktforscher die Möglichkeit gegeben werden, sich über Panel-Erhebungen zu informieren, die von Marktforschungsinstituten in europäischen Ländern betrieben werden. Obwohl Wert darauf gelegt wurde, möglichst alle in der Panelforschung tätigen Institute zu erfassen, erheben die Ergebnisse keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Der Begriff „Panel“ wurde für die Umfrage wie folgt gefaßt: „Fortlaufende oder in bestimmten Intervallen durchgeführte Erhebungen — schriftlich, mündlich oder durch eigens entwickelte technische Geräte — bei einem gleichbleibenden repräsentativen Querschnitt von Erhebungseinheiten (z. B. Haushaltungen, Einzelpersonen, Einzelhandelsgeschäfte usw.).“

Panel Europäischer Marktforschungsinstitute

Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen	Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen
Bundesrep. Deutschland Attwood Institut für Marktanalyse GmbH, Wetzlar	Haushalte	2000 und 4000	7	Nahrungsmittel, Getränke, Wasch- und Reinigungsmittel, Körperpflege-mittel, Sport- und Oberhemden	GfM — Gesellschaft für Marktforschung mbH, Hamburg	Haushalte	2500	28—31	Nahrungsmittel, Getränke, Zahnpasta, Kosmetika, Wäschesteife, Farben und Lacke, Unterwäsche, Kinderschuhe, Papierwaren, Klebstoffe, Glühlampen
	Einzelpersonen	2000 und 4000	15	Kosmetik, Damenstrümpfe, Damenhygiene-Artikel, Miederwaren		Handwerksbetriebe	400	90—92	Farben, Lacke
	Produkttest	2000	nach Bedarf	nach Bedarf		PKW-Fahrer	2000	7 (zukünftig 14)	Kraft- und Schmierstoffe, Pflegemittel, Zubehörteile, Autoreifen, Reparaturen
GfK — Gesellschaft für Konsumforschung e. V., Nürnberg	Haushalte	5000	7	Verbrauchsgüter: Nahrungsmittel, Getränke, Gewürze, Wasch- und Reinigungsmittel, Körperpflegemittel, Papierwaren, Zeitschriften	Gebäude	450	28—31	Heizungsmaterial	
	Haushalte	5000	7	Gebrauchsgüter: Foto- und Filmapparate, Küchen- und Haushaltsgeräte und -maschinen, Herde, Radio- und Fernsehgeräte, Rasierapparate, Haartrockner	INFRATAM — Gesellsch. f. Fernseh-zusch.-Forsch. mbH & Co KG, Neu-Isenburg (ab 1. 6. 1963)	Haushalte	625	14	Einschaltungen von Fernsehsendungen
	Haushalte	5000	7	Textilien: Bekleidung, Stoffe, Schuhe, Bettwäsche, Gardinen, Teppiche, Filme	IFAK Institut für Absatzforschung, Wiesbaden	Einzelhandel	415	90	Rundfunkhandel: Rundfunk-, Fernseh-, Phonogeräte, Elektrorasierer und gewünschte Produkte
	Einzelpersonen	1500	7	Schokoladen- und Zuckerwaren, Papier-taschentücher, Körper- und Haar-pflegemittel, Speise-eis, Kaffee	Einzelhandel (im Aufbau)	100	90	Textilfachhandel: Strümpfe, Mieder-waren, Herren- und Damen-Ober- und Unterbekleidung	
					Einzelhandel	250	90	Lebensmittelhandel: gewünschte Produkte	

Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen
Institut für Medizinische Statistik GmbH, Frankfurt/M.	Ärzte	600	90	Pharmazeutische Produkte, Diagnosen
	Apotheken	360	30	Pharmazeutische Produkte
A. C. Nielsen Company GmbH, Frankfurt/M.	Einzelhandel	1600	61	Nahrungsmittel, Gesundheits- und Körperpflegemittel
Belgien				
MARCOM SPRL. Agents Conseils en Marketing, Brüssel	Einzelpersonen	200	30	gewünschte Produkte
	Einzelhandel	4500	120	Nahrungsmittel
	Einzelhandel	4500	120	Textilien
	Einzelhandel	1350	120	Haushaltsgeräte, Radio- und Fernsehgeräte
	Apotheken	364	120	Pharmazeutika
	Drogerien	333	120	Drogeriewaren
	Parfümerien	100	120	Parfümeriewaren
A. C. Nielsen Company, Brüssel	Friseure	390	120	Körperpflegemittel, Kosmetika
	Haushalte	1200	28 und 90	Produkte des Haushaltsverbrauchs
	Einzelhandel	450	60	Nahrungsmittel
	Drogerien	350	60	Drogeriewaren
J. Walter Thompson Company, Brüssel	Apotheken	150	60	Sämtliche Produkte
	Haushalte	3000	nach Bedarf	Produkte des täglichen Bedarfs
Einzelhandel	510	28	Lebensmittel	
	Frankreich			
Centre d'Etudes de la Consommation et de la Distribution, CE. CO. DIS., Paris	Haushalte	2000 (1964: 4000)	7	Lebensmittel, Körperpflegemittel, Freizeitprodukte
ETEC Société d'Etudes Economiques du Marché, Paris	Einzelpersonen	2000	60-90	Artikel des persönlichen Bedarfs
A. C. Nielsen Company, Paris	Einzelhandel	1180	61	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Kosmetika, Reinigungsmittel
	Apotheken	300	61	Pharmazeutika
	Produkt-test	nach Bedarf	nach Bedarf	Einzelhandel: Produkte wie oben
STAFCO Les Statistiques Françaises de Consommation, Paris	Haushalte	2200	7	Produkte des täglichen Bedarfs
	Einzelpersonen	7250	7	Produkte des täglichen Bedarfs
Ventindex, Paris	Haushalte	2500	90	Konserven, Schokolade, photographische Artikel, Stärke, Wolle, Radio und Fernsehen, Automobile, Feuergeräte, Zeitschriften, Zugaben

Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen
Italien				
A.E.S. Analyses Economiques et Sociales S.A., Mailand	Einzelhandel Apotheken	bis zu 900	nach Bedarf	Nahrungsmittel und Pharmazeutika
Società Attwood di Analisi di Mercato S.p.A., Mailand	Haushalte	2000	7	Nahrungsmittel, Getränke, Reinigungsmittel, Körperpflegemittel
MISURA S.p.A., Mailand	Einzelhandel	300	60	Textilien
A. C. Nielsen Company, Mailand	Einzelhandel	700-800	61	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Haushaltswaren
Niederlande				
Attwood Statistics (Niederland) N.V., Rotterdam	Haushalte	1000	7	Nahrungsmittel, Reinigungsmittel etc.
A. C. Nielsen N.V., Amsterdam	Einzelhandel	1050	61-62	Nahrungsmittel, Tabakwaren, Körperpflegemittel, Pharmazeutika, Reinigungsmittel
Produkt-test	500	61	nach Bedarf	
England				
AGB Research Limited, London	Haushalte	50000	84	Gebrauchsgüter
Analytical European Surveys Ltd., London	Haushalte	1000	7	Verbrauchsgüter
Attwood Statistics Limited, London	Haushalte	2100	nach Bedarf	nach Bedarf
British Market Research Bureau Limited, London	Haushalte	4000	7	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Reinigungsmittel, Haushaltswaren
Einzelpersonen	5000	7	Körperpflegemittel, Kosmetika	
Einzelhandel	450	28	Unabhängiger Nahrungsmittelhandel: Nahrungsmittel	
Einzelhandel	120	28	Filialbetriebe und Konsumgenossenschaften in Selbstbedienung: Nahrungsmittel	
Einzelhandel	250	60	Eisen- und Hausratwaren	
Einzelhandel	200	35 (während d. Saison)	Düngemittel und Gartengeräte	
Drogerien	250	28	Drogeriewaren	
Tankst. u. Betriebe für Motorersatzteile	200	60	Ersatzteile, Autzubehör, Autopflegemittel	
Produkt-test	260	28	Nahrungsmittel-einzelhändler: gewünschte Produkte	
Produkt-test	140	28	Drogerien: gewünschte Produkte	
Produkt-test	35	60	Eisen- und Hausratwarenhandel: gewünschte Produkte	
A. C. Nielsen Company Limited, Oxford	Einzelhandel	2354	61	Diverse Produkte
Landwirte	2000	365	Diverse Produkte	
Produkt-test	nach Bedarf	30 oder 61		

Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen
Sales Research Services Ltd., London	Haushalte	400	30	„Product Development“ Nahrungsmittel, Haushaltsartikel etc.
	Haushalte	400	30	„Trend-setter“ Nahrungsmittel, Haushaltsartikel etc.
	Einzelpersonen	400	30	„Product Development“ Artikel des persönlichen Bedarfs
	Einzelpersonen	1200	30	„Product Test“ Kosmetika, Haarpflegemittel
	Einzelpersonen	400	30	„Trend-setter“ Artikel des persönlichen Bedarfs
	Einzelhandel	600	30	Nahrungsmittel
	Einzelhandel	450	30	Drogeriewaren
	Einzelhandel	300	30	Eisen- und Hausratwaren
Social Surveys (Gallup Poll) Ltd., London	Einzelhandel	460	30	Süßwaren und Raucherwaren
	Einzelhandel	100	30	Düngemittel und Gartengeräte
Television Audience Measurement, London	Einzelpersonen	600		Konditoreiwaren
Österreich	Einzelpersonen	1440	7	Einschaltungen von Fernsehsendungen
	Haushalte	1000	7	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Reinigungsmittel,
Attwood Marktforsch.-Ges. mbH, Wien	Haushalte	1200	7	Nahrungsmittel, Getränke, Körperpflegemittel, Reinigungs- und Waschmittel
GfK — Österreich, Wien	Haushalte	75	30	Versuchspanel (1. 10. 61—30. 9. 62) für Kosmetika
Institut für Ind.-Forsch., Wien	Einzelpersonen	700	61	Diverse Produkte
A. C. Nielsen Company Ges. m.b.H., Wien	Einzelhandel u. Apotheken	1300	nach Bedarf	Nahrungsmittel
Schweiz	Haushalte	1000—3000	60—180	Wasch- und Reinigungsmittel sowie gewünschte Produkte
	Produkt-test			
A.E.S. Analyses Econom. et Sociales S.A., Lausanne	Haushalte	1524	7	Lebensmittel, Getränke, Waschmittel, Körperpflegemittel, Reinigungsmittel, Papierwaren
GfM — Ges. für Marktforschung, Zürich	Haushalte	100	31	Pharmazeutika
IHA Institut für Haushaltungsanalysen AG, Hergiswil	Apotheken			
Griechenland	Haushalte			geplant
Institute for Research in Communications, Athen				

Name des Instituts	Art des Panels	Ständige Panelgröße	Länge eines Erhebungsintervalls in Tagen	Ständig abgefragte Produktgruppen
Institut Suisse d'Opinion Publique, Lausanne				
A. C. Nielsen S.A., Luzern	Einzelhandel	533	60	Nahrungsmittel, Pharmazeutika, Drogeriewaren, Kosmetika
Dänemark	Produkt-test	1000		
	Produkt-test	1000		
A.I.M. Markedsanalyse, Kopenhagen	Produkt-test	300	90	Unabhängige Lebensmittel-einzelhändler
A/S Markeds-Data, Kopenhagen	Haushalte	1000	7	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Wasch- und Reinigungsmittel, Damenstrümpfe, Zeitungen und Zeitschriften
OBSERVA Institut for Erhvervsanalyser og Markedsforskning, Kopenhagen	Haushalte	650	61	Nahrungsmittel und Drogeriewaren
Schweden	Einzelhandel	50—200	7—61	gewünschte Produkte
	Produkt-test	3000		Produkte für den Haushaltsgebrauch
Affärsindex AB, Stockholm	Produkt-test	5000	180	Ver- und Gebrauchsgüter
IFH Institutet för Hushallsundersökningar AB, Stockholm	Haushalte	15000	180	Ver- und Gebrauchsgüter
Inter-Test Marketing AB, Solna	Einzelpersonen	300—500		geplant
	Industriebetriebe	300—500	180	in Vorbereitung
Marknads-konsult L. Flink AB, Stockholm	Baufirmen	1500		geplant
	Hausbesitzer	4000		geplant
	Auto-besitzer	1300	7	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel, Reinigungsmittel, Glühlampen
A. C. Nielsen Company AB, Stockholm	Haushalte	570	30 oder 60	Nahrungsmittel und Drogeriewaren
Swedish Inst. of Publ. Opin. Research Ltd. und Swedish Inst. of Marketing Ltd., Solna	Einzelhandel	500	30	Gebrauchsgüter
	Haushalte	1200	30	Gebrauchsgüter
	Einzelpersonen	500—1000	30	Gebrauchsgüter
Norwegen	Produkt-test	260	60	Nahrungsmittel, Körperpflegemittel
	Einzelhandel			
FAKTA — Inst. of Marketing Research, Oslo				
Finnland				
Suomen Gallup Osakeyhtiö, Helsinki	Haushalte	800	14	Verbrauchsgüter
	Haushalte	300—400	7	Einschaltungen von Fernsehsendungen