

Herausforderungen für die Markenartikelindustrie an der Schwelle zu einem neuen Jahrzehnt

Ergebnisse einer Delphi-Befragung 1990/1991

Im Juni 1990 hat die G·E·M Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens Prof. Dr. Erwin Dichtl, Universität Mannheim, mit der Durchführung einer 3-stufigen Delphi-Befragung betraut mit dem Ziel, **die zentralen Herausforderungen und Problembereiche** zu identifizieren, **mit denen sich die Markenartikelindustrie in den 1990er Jahren konfrontiert sieht.**

Dieses Forschungsprojekt erfolgte in enger Kooperation mit dem Markenverband.

Die Ergebnisse wurden im November 1991 in einem Berichtsband der Autoren Prof. Dr. Erwin Dichtl und Dr. Stefan Müller (69 Seiten Text, 30 Seiten tabellarischer Anhang) vorgelegt und 1992 als Arbeitspapier Nr. 94 (30 Seiten) vom Institut für Marketing, Universität Mannheim, veröffentlicht.

Die Gliederung des Berichts:

- Die Ausgangssituation
- Die Delphi-Befragung als qualitatives Prognoseverfahren
- Der Ablauf der Delphi-Befragung und erste Ergebnisse (Delphi-Effekt)
- Die Stichprobe

Die Untersuchungsbefunde:

1. Zentrale Problemfelder der 90er Jahre
2. Erste Ansätze zur Lösung identifizierter Schlüsselprobleme
3. Zukunftsperspektiven