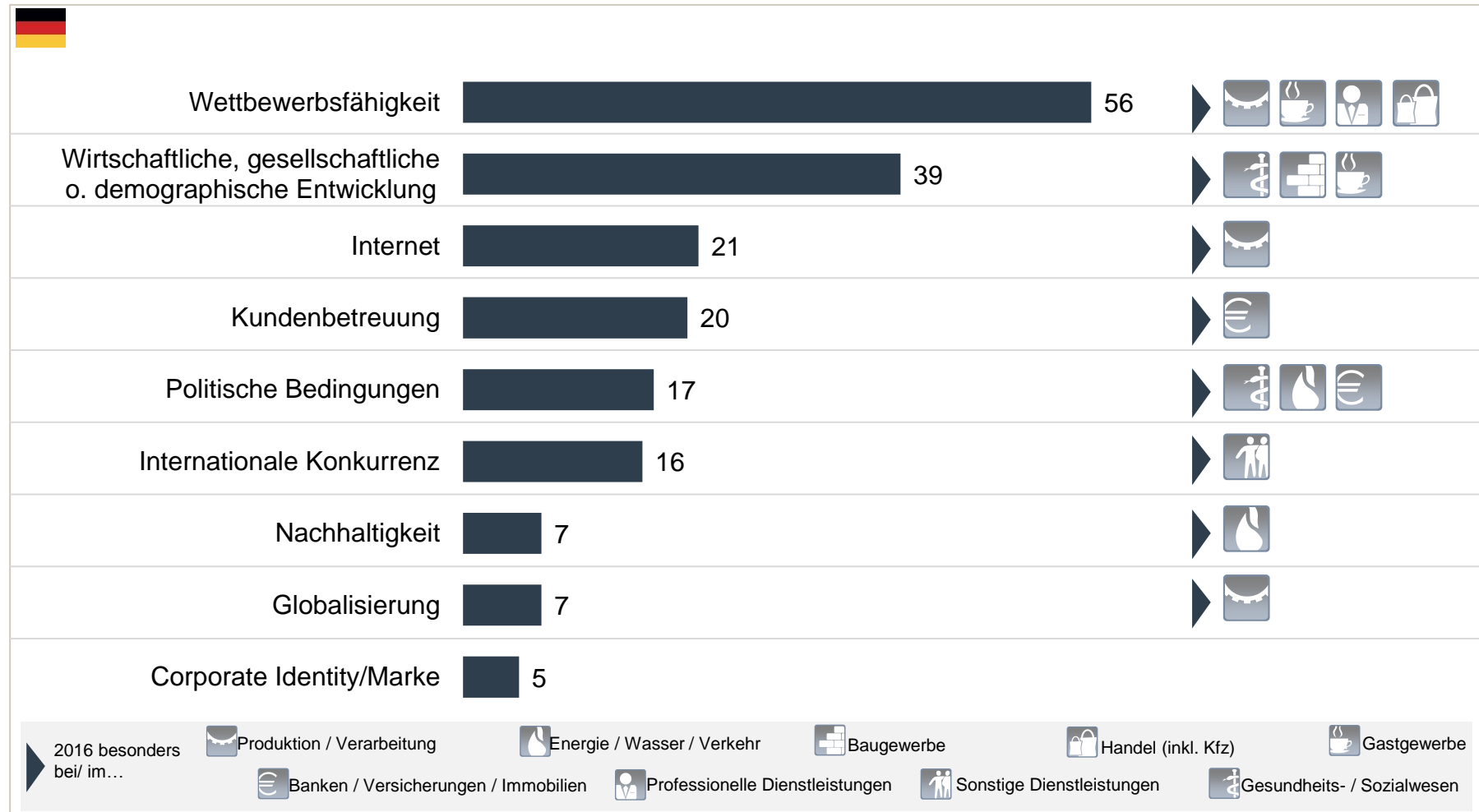


Die größten Herausforderungen aus Sicht des Marketing in Deutschland in den nächsten 5-10 Jahren

Die eigene Wettbewerbsfähigkeit gilt mit Abstand als größte Herausforderung

Angaben in gerundeten Prozent

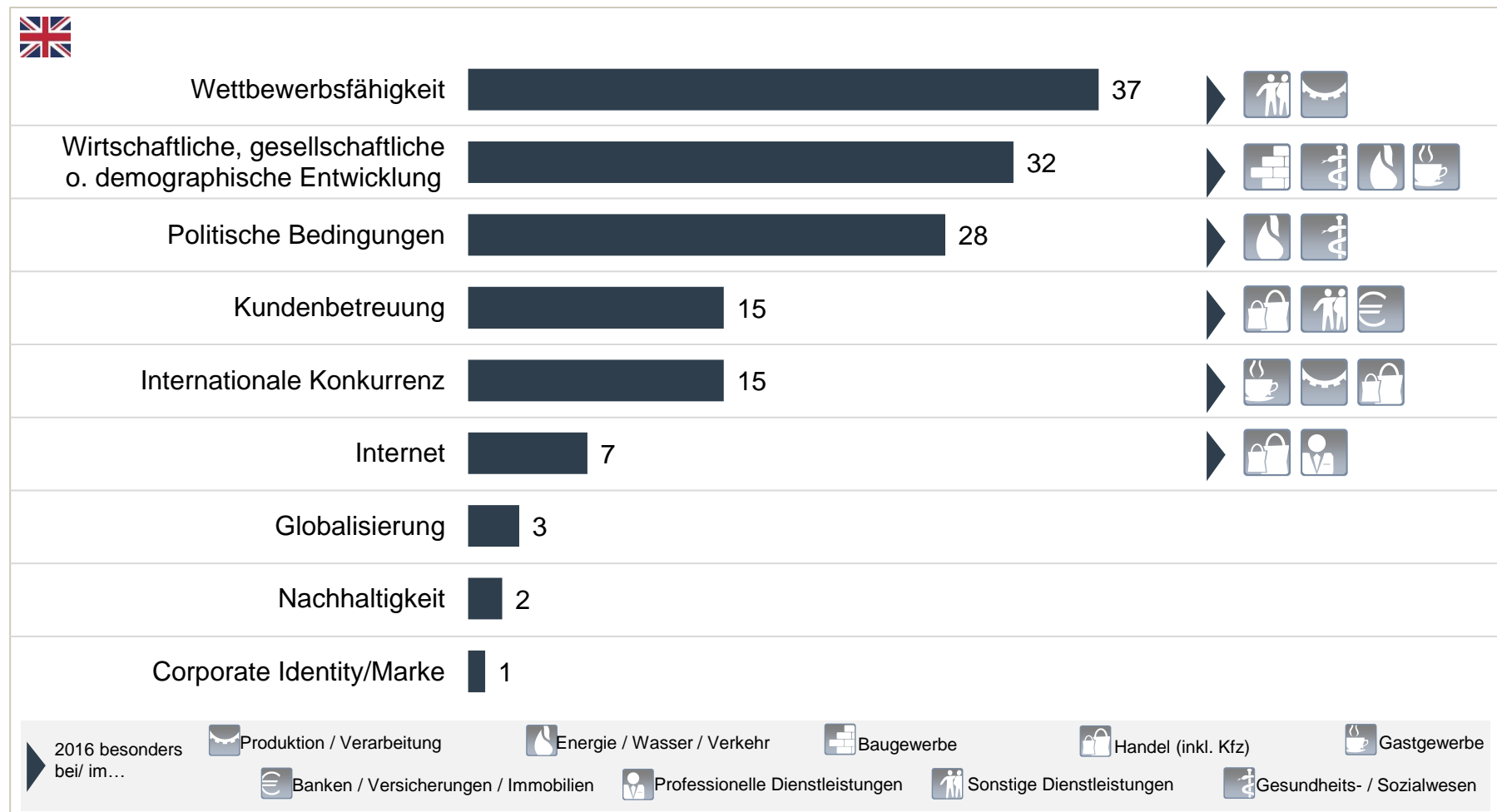


Studie Marketing Challenges im Auftrag des GfK Vereins; November 2016; Basis: n=600 Befragte;

Die größten Herausforderungen aus Sicht des Marketing in UK in den nächsten 5-10 Jahren

Die eigene Wettbewerbsfähigkeit, wirtschaftliche und demografische Entwicklungen sowie die politischen Bedingungen gelten als die drei großen Herausforderungen der nächsten 5-10 Jahre.

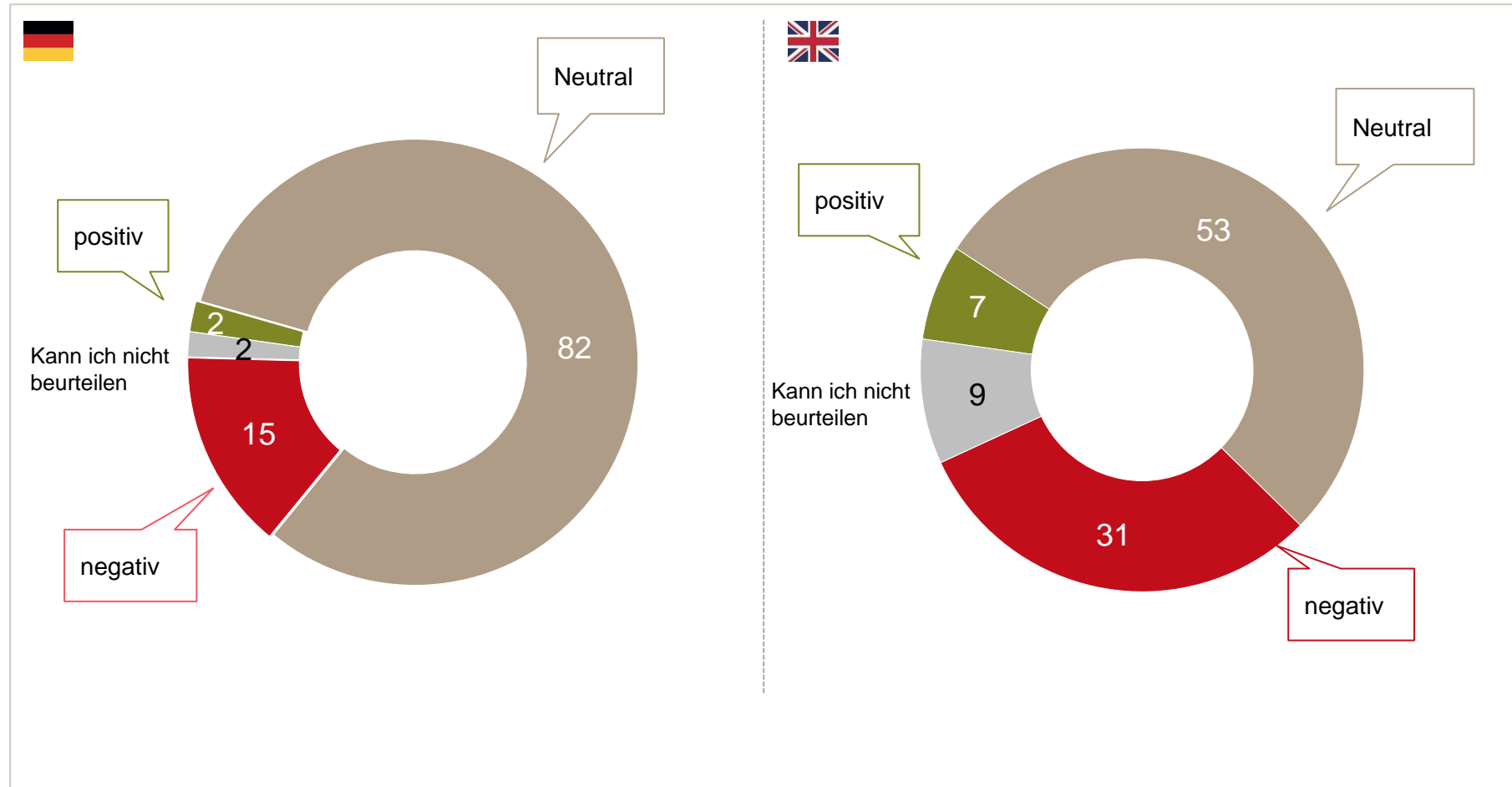
Angaben in gerundeten Prozent



Die Auswirkungen des „Brexit“ auf das eigene Unternehmen werden in beiden Ländern sehr selten positiv eingeschätzt

Frage: „Wie schätzen Sie die Auswirkungen der Entscheidung Großbritanniens, die EU zu verlassen, für ihr Unternehmen ein?“

Angaben in gerundeten Prozent (Abweichungen zu 100% rundungsbedingt)



Studiensteckbrief ‚Marketing Challenges‘

- Erhebungsmethode: Persönliche Interviews mittels CATI (Computer-Assisted-Telephone-Interview)
- In Deutschland wurden insgesamt n=600 Interviews mit den im Unternehmen Verantwortlichen für Marketing/Vertrieb durchgeführt.
In UK waren es insgesamt n=474 Interviews, die mit Marketing/Vertrieb Verantwortlichen durchgeführt wurden.
- Die Grundgesamtheit wurde wie folgt definiert: Unternehmen ab 50 Mitarbeiter in den Branchen Produktion / Verarbeitung, Energie / Wasser/ Verkehr, Baugewerbe, Handel inkl. Kfz, Gastgewerbe, Banken/Versicherungen/Immobilien, Professionelle Dienstleistungen, Sonstige Dienstleistungen und Gesundheits-/Sozialwesen
- Quotenvorgaben erfolgten auf Branche und Beschäftigtengrößenklasse (repräsentativ für o.g. Grundgesamtheit).
- Erhebungszeitraum: September / Oktober 2016