

Pollster-Corner

■ NEWS

Initiative Markt- und Sozialforschung gegründet

Die vier großen Branchenverbände ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschung e.V.), BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.), DGOF (Deutsche Gesellschaft für Onlineforschung e.V.) und ASI (Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V.) haben Ende vergangenen Jahres die gemeinsame Initiative Markt- und Sozialforschung gegründet. Ziel der Kommunikationsinitiative ist es, den Nutzen von Markt- und Sozialforschung für Politik und Wirtschaft, vor allem aber für Bürger und Verbraucher offensiver in die Öffentlichkeit zu tragen. Über Anzeigen- und Plakatmotive, Radiospots und eine eigene Website soll zudem auf die Erkennungszeichen seriöser Umfrageforschung aufmerksam gemacht werden: Anonymität, Datenschutz und das Fehlen jeglicher Verkaufsangebote. Weitere Informationen unter:

<http://www.deutsche-marktforscher.de/home.html> (TF)

■ VERANSTALTUNGEN

Tag der deutschen Marktforschung am 14. Mai 2011

Die Initiative Markt- und Sozialforschung richtet am 14. Mai 2011 erstmals den „Tag der Marktforschung“ aus. Mit öffentlichen Veranstaltungen in mehreren bundesdeutschen Städten, darunter Nürnberg, Frankfurt und Berlin soll über die Arbeit der deutschen Markt- und Sozialforschungsinstitute informiert und für die Teilnahme an Befragungen geworben werden. Rund 40 Mitgliedsunternehmen der Branchenverbände ADM, BVM, DGOF und ASI unterstützen den Aktionstag. Unter dem Motto „Bürger fragen – Marktforscher antworten“ sind Vortragsveranstaltungen, Diskussionsforen und öffentliche Events geplant. Nähere Informationen unter: http://www.bvm.org/Kongress-2011_1305_0_0.html (RH)

46. Kongress der Deutschen Marktforschung, 23. bis 24. Mai 2011 in Berlin

Vom 23. bis 24. Mai 2011 findet in Berlin der 46. Kongress der Deutschen Markt- und Sozialforschung statt. Unter dem Motto „Die Zukunft machen – Marktforschung auf dem Weg in die Netzwerkgesellschaft“ widmet sich die Veranstaltung auch in diesem Jahr der Frage nach aktuellen wie künftigen Trends in der Daten- und Informationsgewinnung, ihrer Aufbereitung und

Interpretation. Themenschwerpunkte sind der professionelle Umgang mit der heutigen Methodenvielfalt und die Weiter- bzw. Neuentwicklung von Qualitätsstandards für Erhebungs- und Messtechniken. Darüber hinaus soll diskutiert werden über die strategische Ausrichtung der Markt- und Meinungsforschung in einer Welt, in der Datenbestände immer schneller wachsen, Bürger und Verbraucher über das Web 2.0 vermehrt selbst Datenimpulse setzen und branchenfremde Anbieter mit eigenen Marktforschungsdienstleistungen aufwarten.

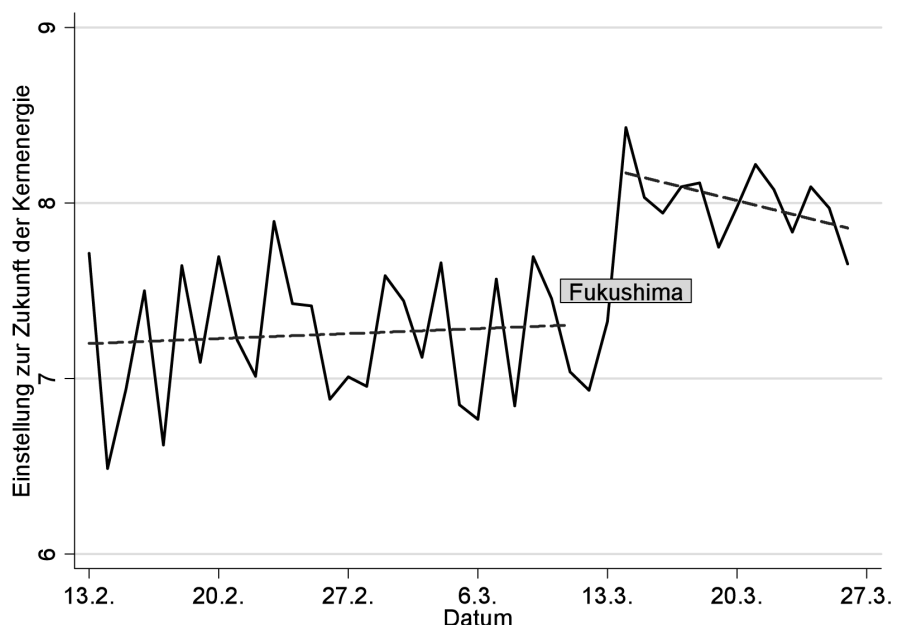
Nähere Informationen unter: http://www.bvm.org/Kongress-2011_1305_0_0.html (RH)

■ FORSCHUNG

Landtagswahl Baden-Württemberg im Fokus

Die Landtagswahlen in diesem Jahr haben wieder einmal gezeigt: Die Wählerinnen und Wähler sind wechselbereiter als je zuvor. In Hamburg ist die schwarz-grüne durch eine SPD-Alleinregierung ersetzt worden, während in Rheinland-Pfalz Kurt Beck seine absolute Mehrheit verloren hat. Getoppt worden sind diese Verschiebungen durch den Wahlausgang in Baden-Württemberg: Nach 58 Jahren CDU-Herrschaft wird dort erstmals ein grüner Ministerpräsident in die Staatskanzlei einziehen – Winfried Kretschmann. Viel ist passiert im Vorfeld dieser Wahl – Stuttgart21, Guttenberg, Fukushima, Libyen. Ob und wie sich diese Faktoren letztlich auf den Wahlausgang ausgewirkt haben, diese Frage steht im Mittelpunkt der „Wahlstudie Baden-Württemberg 2011“, die an der Universität Mannheim durchgeführt worden ist.

Die Studie basiert auf einem innovativen Erhebungsverfahren, das die Dynamik moderner Wahlkämpfe sichtbar machen soll. Dazu werden klassische Panelbefragungen (mit mehrfachen Befragungen identischer Personen) mit der Idee



Quelle: Wahlstudie Baden-Württemberg 2011

rollierender Querschnittsbefragungen kombiniert. In den letzten sechs Wochen vor der Wahl wurden Befragte dabei – via Internet – insgesamt drei Mal befragt; gleichzeitig ist diese heiße Phase des Wahlkampfes durch tägliche Interviews begleitet worden, um Veränderungs- und Kristallisationsprozesse in der öffentlichen Meinung so detailliert wie möglich untersuchen zu können.

Wie das aussehen kann, zeigt folgendes Beispiel. Dargestellt sind die Einstellungen der Bevölkerung in Baden-Württemberg zur Zukunft der Atomenergie. Deutlich erkennbar wird die Verschiebung um rund einen Skalenpunkt (hin zu einer atomkritischeren Haltung) im Nachgang der Katastrophe von Fukushima. Ohne Zweifel ein extremes Ereignis – aber ohne die explizite Berücksichtigung von Dynamik greifen Wahlstudien in diesen politisch turbulenten Zeiten jedenfalls zu kurz. (TF)

Thorsten Faas, Uni-Mannheim, Mannheim, Germany.
E-Mail: thorsten.faas@uni-mannheim.de

Roberto Heinrich, infratest-dimap, Berlin, Germany.
E-Mail: Roberto.Heinrich@infratest-dimap.de

Governance/ Administration-Corner

■ TRENDS

Corporate Venture Capital and Policy Entrepreneurship: Bridging the Gap for Social Entrepreneurs

Corporate Venture Capital (CVC) refers to venture capital usually invested by large corporations in promising start-ups and emerging companies. While an independent venture capitalist fund's sole objective is making financial returns, a Corporate Venture Capitalist typically has a combination of financial and strategic objectives. The reasons for CVC investment are often multifold and not only profit-oriented.

Policy makers in highly industrialized countries are increasingly interested in the role of CVC due to reservations of traditional VCs to invest in risky new ventures after the financial crises, in 2008, and the Stock Market Crash, 2000 to 2002. With the High-Tech *Gründerfonds*, the German government responded to the lack of venture capital, in Germany. The High Tech-*Gründerfond* bundles state and private capital to be invested in innovative start-ups and is, therefore, a special form of corporate venture capital. The German government joined together with the KfW banking group and the industrial enterprises BASF, Deutsche Telekom and Siemens to initiate the High-Tech *Gründerfonds*, in 2005. The amount of capital provided by the fund's investors totals €272 million. Since its inception in August 2005, more than 2,100 inquiries about financial aid have been submitted. As of July 2009, the fund has pledged aid in 197 cases and has

156 companies in its portfolio. Over €90 million in capital has been contractually pledged to these companies.

Recently, the High-Tech *Gründerfonds* started investing in social enterprises which indicates an increasing acceptance and importance of social enterprises for at least two major reasons: they contribute to economic growth and social development, and they have the potential to grow and can turn to profitable, economically successful ventures.

Seed Capital for Social Entrepreneurs

In October 2010, the High-Tech *Gründerfonds*, Seedfonds *Bayern* and Extorel announced that they are investing in Altruja.de. The online fundraising company was established in Munich, in March 2010. Organizations such as UNESCO, *Aktion Deutschland Hilft* as well as many regional charities are already managing their fundraising campaigns with the help of Altruja's tool. Altruja provides a social fundraising software which can easily and quickly be integrated into any website. Using this software and Web 2.0, aid organizations and other fundraising institutions like universities, associations, schools, political initiatives etc. can reach new supporters as well as contributors and thereby exponentially increase the amount of funds they raise.

Social Entrepreneurs Running IPO: The Future of the Microlending Industry?

With the initial public offering (IPO) of India's largest micro-lender SKS Microfinance Ltd., a social enterprise is taking the profit-maximizing route different from most non-profit organizations and social enterprises. The high-growth, profit-oriented model of lending to micro entrepreneurs is promoted by the company's founder, Vikram Akula, a multi-millionaire who started the company as non-profit SKS Society, in 1998. In 2005, SKS decided to pursue an aggressive growth plan and transformed into a Non-Banking Financial Company named SKS Microfinance regulated by the Reserve Bank of India. Its mission is to empower the poor by providing collateral-free loans to generate income. SKS Microfinance has 5.8 million clients (2010) in 1,627 branches in 19 states across India and total assets worth \$897.9 million (September 2009). The borrowers are all women and take loans to initiate a wide range of activities, such as livestock, agriculture, trade, and production.

On July 28, 2010, SKS Microfinance entered the Bombay Stock Exchange, offering its shares to the general public. It was expected that the Indian company will raise up to \$354 million in this initial public offering. Vikram Akula claimed that IPO is essential to raise additional funds which may allow SKS to support an even larger number of poor people. However, others, most notably Nobel Peace Prize winner Muhammad Yunus, expressed doubts that Akula will be able to harmonize between SKS's social mission and the demands of a traditional profit-maximizing business. The main obligation of any public company is to make dividends for its shareholders, while the main obligation of a MFI is to serve