

## 2.2 Primäre Marktforschung

Werden auf dem Markt erstmals Daten für einen bestimmten Zweck erhoben, spricht man von **primärer Marktforschung**. Je nach Untersuchungszweck ist festzulegen, welche bzw. wie viele Personen untersucht werden sollen.



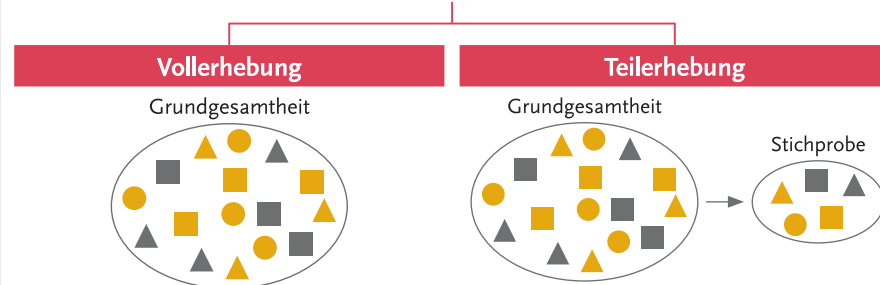
Eine Teilerhebung ist sinnvoll, wenn die Grundgesamtheit sehr groß und/oder schwer zu erreichen ist (z. B. alle Besucher des Wiener Christkindlmarktes am Rathausplatz).

**repräsentativ:** Das bedeutet, dass eine Stichprobe die wichtigsten Eigenschaften der ganzen Gruppe widerspiegelt.



Sind die Ergebnisse einer Teilerhebung repräsentativ für die Grundgesamtheit, würde eine Vollerhebung zum (annähernd) gleichen Ergebnis führen.

Wie viele Personen bzw. Objekte sollen untersucht werden?



Bei einer **Vollerhebung** bezieht man alle Personen einer Gruppe (= Grundgesamtheit) in die Untersuchung ein.

Bei einer **Teilerhebung** wird nur ein kleiner Teil der Grundgesamtheit, eine sogenannte Stichprobe, untersucht. Diese muss **repräsentativ** für die Grundgesamtheit stehen.



### Beispiel

Eine Fluggesellschaft befragt alle 100 Passagiere eines Testfluges zu ihrer Zufriedenheit mit dem neuen Verfahren der Sitzplatzvergabe. Zu diesem Zweck erhalten die Passagiere direkt nach dem Flug einen Fragebogen und werden gebeten, diesen gleich auszufüllen.



### Beispiel

Eine Fluggesellschaft möchte die Zufriedenheit seiner über 50 000 Passagiere mit der Verpflegung an Bord ermitteln und befragt 400 ehemalige Fluggäste. Die wichtigsten Merkmale dieser Passagiere (z. B. Alter, Geschlecht, Flughäufigkeit etc.) müssen ähnlich verteilt sein wie in der Grundgesamtheit.

### Aha!

Digitale Tools vereinfachen die Durchführung von Vollerhebungen. Plattformen wie Survey Monkey können für die Gestaltung von Formularen für Onlinebefragungen genutzt werden, die dann beispielsweise per E-Mail-Link an alle Kunden eines Unternehmens gesendet werden.



## TrainingsBox – „Sekundäre und primäre Marktforschung“

Kreuzen Sie an, ob es sich bei den folgenden Unternehmensbeispielen um primäre oder sekundäre Marktforschung handelt. Begründen Sie Ihre Antwort kurz.



Mitarbeiter des Bauunternehmens Wienerberger AG analysieren den aktuellen Branchenbericht der Wirtschaftskammer, um die eigene Geschäftsentwicklung mit der Konkurrenz vergleichen zu können.

☐ Primäre Marktforschung  
☐ Sekundäre Marktforschung



Der ÖAMTC befragt seine Mitglieder zum Thema „Tempo 100“ auf der Autobahn.

☐ Primäre Marktforschung ☐ Sekundäre Marktforschung



In einer SPAR-Filiale wird das Verhalten der Kunden beim Einkauf beobachtet. Es wird unter anderem erhoben, wie lange sie sich im Geschäft aufhalten.

☐ Primäre Marktforschung ☐ Sekundäre Marktforschung



Das Jobportal karriere.at möchte seine Platzierung in Suchmaschinen verbessern. Zu diesem Zweck analysieren Mitarbeiter die häufigsten Suchanfragen Jobsuchender mithilfe von SEO-Tools.

☐ Primäre Marktforschung  
☐ Sekundäre Marktforschung



Instagram schaltet eine neue Funktion zunächst nur in einigen ausgewählten Ländern frei, um die Kundenreaktionen zu testen.

☐ Primäre Marktforschung  
☐ Sekundäre Marktforschung

## Methoden der primären Marktforschung im Überblick

Werden **Daten im Rahmen der primären Marktforschung neu erhoben**, gibt es eine ganze Reihe an Methoden, die zur Datenerhebung herangezogen werden können. Welche Methode gewählt wird, hängt von mehreren Faktoren ab (z. B. Ziel der Forschung, Zielgruppen der Studie, Budget, Zeitrahmen).