

Arbeitsblatt zur Marktforschung I

Um erfolgreich zu sein, muss ein Unternehmen seinen Markt genau kennen. Das Unternehmen muss die Wünsche seiner Kunden kennen und wissen, ob sie mit den Produkten oder Dienstleistungen zufrieden sind. Um diese Informationen zu beschaffen, kann das Unternehmen **Marktforschung** betreiben.

Methoden der Marktforschung: Bitte lesen Sie den folgenden Text über die **Primärforschung aufmerksam** durch:

In der Marktforschung wird zwischen **Primärforschung** und **Sekundärforschung** unterschieden. Führt ein Unternehmen eigene Forschungen durch, so spricht man von **Primärforschung**. Die Primärforschung wird auch als Feldforschung (Field-Research) bezeichnet und unterscheidet vier verschiedene Methoden:

Eine wichtige Methode der Primärforschung ist die **Befragung**: Hier werden bestimmte Personen einmal zu ihrer Meinung über ein Produkt / eine Dienstleistung oder über ihr Kaufverhalten befragt. Die Befragung kann schriftlich oder mündlich am Telefon, online, per Brief oder im persönlichen Gespräch durchgeführt werden.

Eine weitere Methode ist das **Panel**: Dabei wird ein gleichbleibender Personenkreis über einen bestimmten Zeitraum wiederholt zu einem Thema befragt. Auf diese Weise kann ein Unternehmen Veränderungen des Marktes feststellen, z.B. ob die Konsumenten einem bestimmten Produkt über längere Zeit treu bleiben.

Durch **Beobachtungen** kann etwa festgestellt werden, wie hoch der Besucheransturm in einem Geschäft ist oder wie sich die Konsumenten beim Einkaufen verhalten. Dadurch kann das tatsächliche Verhalten der Konsumenten registriert werden.

Mit Hilfe eines **Experiments** (Markttest) kann die Wirkung bestimmter Marketingmaßnahmen untersucht werden. So kann man z. B. in einer Drogerie eine neue Zahnpasta einen Monat lang in einer grünen Verpackung anbieten und anschließend einen Monat lang in einer roten Verpackung. Wenn in dem ersten Monat viel mehr von der Zahnpasta gekauft wird, kann man darauf schließen, dass die grüne Verpackung der Zahnpasta die Konsumenten mehr anspricht.

Die Primärforschung ist in der Regel sehr teuer. Gegenüber der Sekundärforschung hat sie aber den Vorteil, dass sie aktuelle und genaue Informationen über die Situation am Absatzmarkt liefert.

Methoden der Marktforschung: Erfragen Sie Informationen zur **Sekundärforschung** von Ihrem Mitschüler!

- Die Sekundärforschung wird _____
_____ bezeichnet, weil _____
_____.

- Dabei werden _____
_____.

- In der Sekundärforschung werden darüber hinaus _____

_____.

- Vorteile: _____

_____.

- Nachteile: _____

_____.