

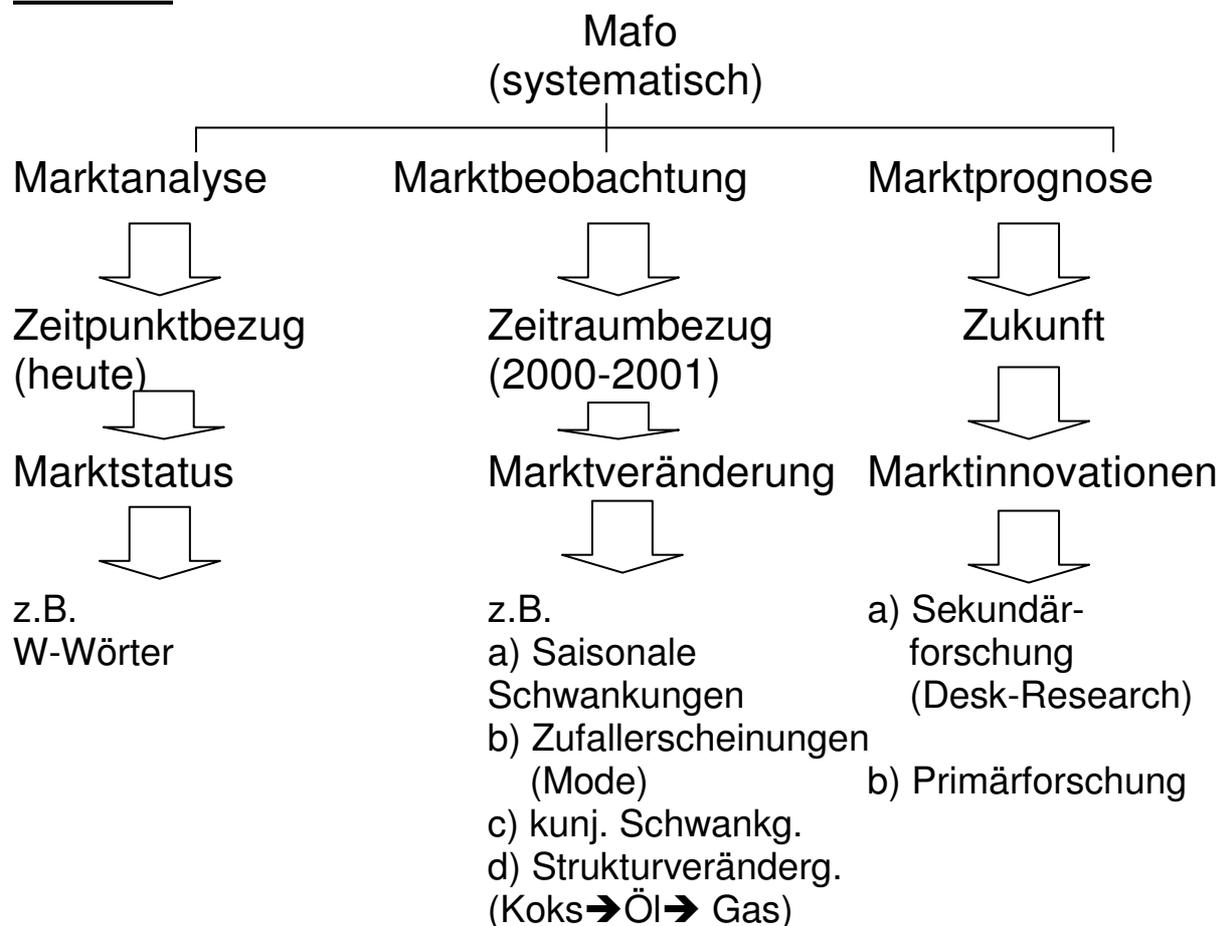
Marktforschung („Mafo“)

„Grundsatz – keine Maßnahme ohne Marktforschung“



Erläutern Sie diesen Grundsatz anhand von Beispielen!

Formen:



(Abgrenzung: Markterkundung → nicht planmäßig)

Zielgrößen der Mafo →

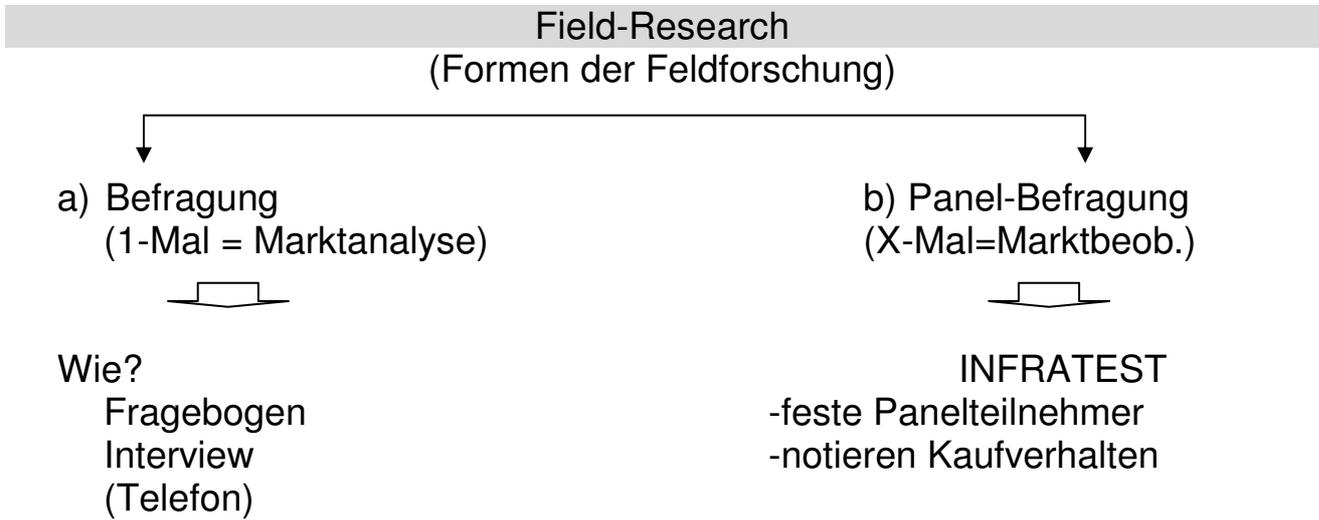
a) **ökoskopische** Daten (objektive Größen)

- vorhandene Produkte
- Konkurrenzpreise
- Produktqualitäten

b) **demoskopische** Daten (empirische Sozialforschung) → Kaufentscheidungsverhalten und Motive → Versuch subjektive Größen zu objektivieren und potentielle Abhängigkeiten zu finden und zu erklären.

Methoden

- Mafo-Objekte
- a) Bedarfsgrößen
 - b) Mitbewerberverhalten und -position
 - c) Absatzwege



- Verfahrensprobleme?**
- „Panel-Sterblichkeit“
 → Teilnehmer springen ab
 - „Overreporting“
Uhrenbeispiel → Anpassungsverhalten
 - Repräsentativ?

Formen der Datenerhebung

Ausgangspunkt: **Grundgesamtheit (GG)**
 (Personen mit gleichen Merkmalen in Hinblick auf das Ziel)

