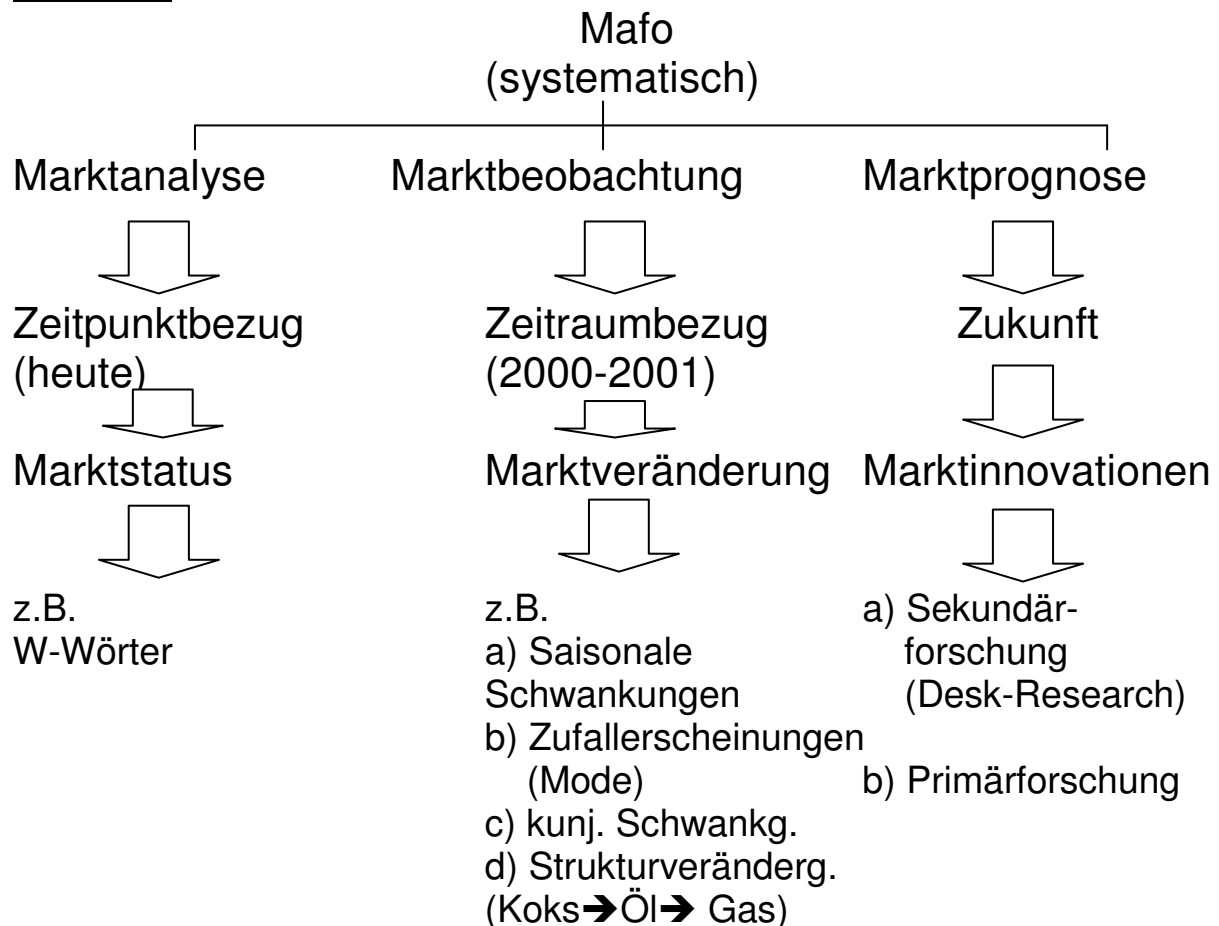


# Marktforschung („Mafo“)

## „Grundsatz – keine Maßnahme ohne Marktforschung“

➡ Erläutern Sie diesen Grundsatz anhand von Beispielen!

Formen:

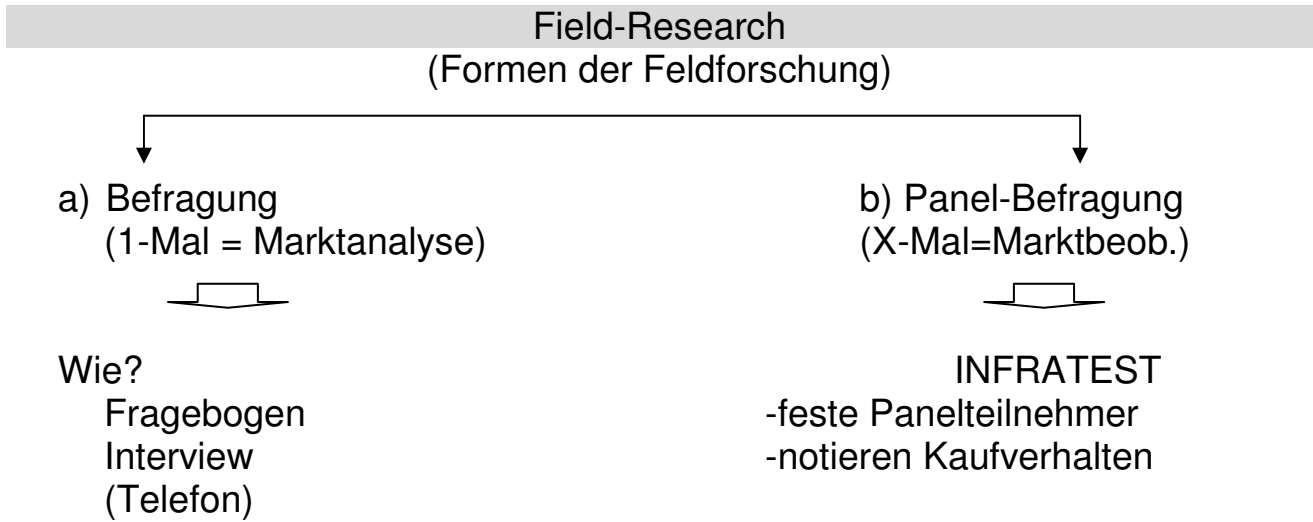


(Abgrenzung: Markterkundung → nicht planmäßig)

- Zielgrößen der Mafo →
- a) **ökoskopische** Daten (objektive Größen)
    - vorhandene Produkte
    - Konkurrenzpreise
    - Produktqualitäten
  - b) **demoskopische** Daten (empirische Sozialforschung) → Kaufentscheider--verhalten 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)

