

Marktuntersuchung

= Beschaffung von Informationen für die Beurteilung eines Marktes

(ARTEN)

Markterkundung

= **unsystematisches, gelegentliches Sammeln von Informationen**

Beispiele: Kundengespräche, Berichte v. Reisenden, Messebesuche, Marktberichte i. Fachzeitschriften

Marktforschung

= **systematische, mit wissenschaftlichen Methoden durchgeführte Untersuchung des Marktes**

(METHODEN)

Marktanalyse

= **Zeitpunkt-Untersuchung**
z.B. einmalige Befragung

Marktbeobachtung

= **Zeitraum-Untersuchung**
z.B. Panel

Primärforschung

(Field-Research, Feldforschung)

= **eigene Erhebungen oder Erhebungen durch Marktforschungsinstitute**

Beispiele: Schriftl. Befragung, Interview, Panelerhebung, Beobachtung, Experiment, Markttest

Sekundärforschung

(Desk-Research, Schreibtischforschung)

= **Auswertung bereits vorhandener Daten, die schon für andere Zwecke erstellt wurden**

Innerbetriebliche Informationsquellen

Beispiele: Umsatz-/Absatzstatistiken, Verkaufsberichte, Reklamationsschreiben, Daten der Lagerbuchhaltung; Lagerbestände

Außerbetriebliche Informationsquellen

Beispiele: Statistische Jahrbücher; Statistiken u. Berichte der IHK, Wirtschaftsverbände, Banken, Fachzeitschriften; Bilanzen/Geschäftsberichte anderer Unternehmen

(ZIEL)

Marktprognose

= **Abschätzung und Vorausberechnung der zukünftigen Marktverhältnisse als Grundlage für den Einsatz der „Absatzpolitischen Instrumente“**