Markt

> Treffpunkt von Anbietern und Nachfragern von Gütern, Dienstleistungen und Rechten

Aufgaben: Vermittlung, Information, Bewertung

Marktforschung

Informationsgewinnung über Kunden, Konkurrenz und allgemeine Marktdaten

- **Marktanalyse**: Momentaufnahme
- **Marktbeobachtung**: regelmäßige Untersuchung
- **Marktprognose**: Vorhersage von Marktverhalten

Forschungsmethoden

- **Primärforschung**: erstmalige Erhebung von Daten
  - Befragungen, Beobachtungen und Experimente
  - aktuelle Daten vs. hoher finanzieller und zeitlicher Aufwand
- **Sekundärforschung**: Auswertung von vorhandenem Datenmaterial
  - Interne und Externe Quellen
  - geringe Kosten vs. unspezifischere Daten
- **Erhebungen**
  - Vollerhebung: Untersuchung aller infrage kommenden Personen
    - hohe Genauigkeit vs. hoher finanzieller und zeitlicher Aufwand
  - Teilerhebung: Untersuchung einer Auswahl der infrage kommenden Gesamtmenge
    - günstiger und geringerer Zeitaufwand vs. Ungenauigkeit, Daten müssen auf Gesamtmenge hochgerechnet werden

Marktsegmentierung

Aufteilung des Gesamtmarkts in abgrenzbare homogene Teilmärkte

- **Kriterien**: geografisch, soziodemografisch; psychografisch und beobachtbares Kaufverhalten
- **Ziel**: Umsatz-/Gewinnsteigerung; Neuproduktpositionierung; Beurteilung eigener Marktposition

Preispolitik:

Herab- und Heraufsetzen des Preises, mit der Absicht den Absatz zu beeinflussen
In der Regel frei gestaltbar, manchmal allerdings staatliche Vorgaben

- **Kriterien**
  - Art und Weise des Produkts
  - Preisvorstellung und Kaufkraft der Nachfrage
  - Preis der Konkurrenzprodukte
  - Rabatte, Skonti, Transportkosten
  - Selbstkosten und variable Kosten
- **Funktionen des Preises**
  - Ausgleichsfunktion: Gleichgewicht, bei dem höchster Umsatz erzielt wird
  - Signalfunktion: Knappheitsgrad eines Gutes
  - Lenkungsfunktion: Preise steuern das Angebot
  - Erziehungsfunktion: Preise erziehen Verbraucher möglichst günstig zu kaufen
- **Strategische Preispolitik**
  - Hochpreispolitik: hohe Preise durch Exklusivität
  - Niedrigpreispolitik: Betonung Preis/Leistung
  - Marktpreispolitik: „Mitschwimmen“ mit dem Wettbewerb
  - Preisdifferenzierung: zeitlich, räumlich, personell, mengenmäßig

---

Created 2022-03-07 08:54:20 UTC by Joshua Lieder
Updated 2022-03-30 07:32:27 UTC by Joshua Lieder