

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
-

Revision #5

Created 2022-03-07 08:54:20 UTC by Joshua Lieder

Updated 2022-03-30 07:32:27 UTC by Joshua Lieder