

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 7 March 2022 08:54:20 by Joshua Lieder

Updated 30 March 2022 07:32:27 by Joshua Lieder