

# marketing<sup>+</sup>

UNIVERSITÄT SIEGEN

## Übung 6

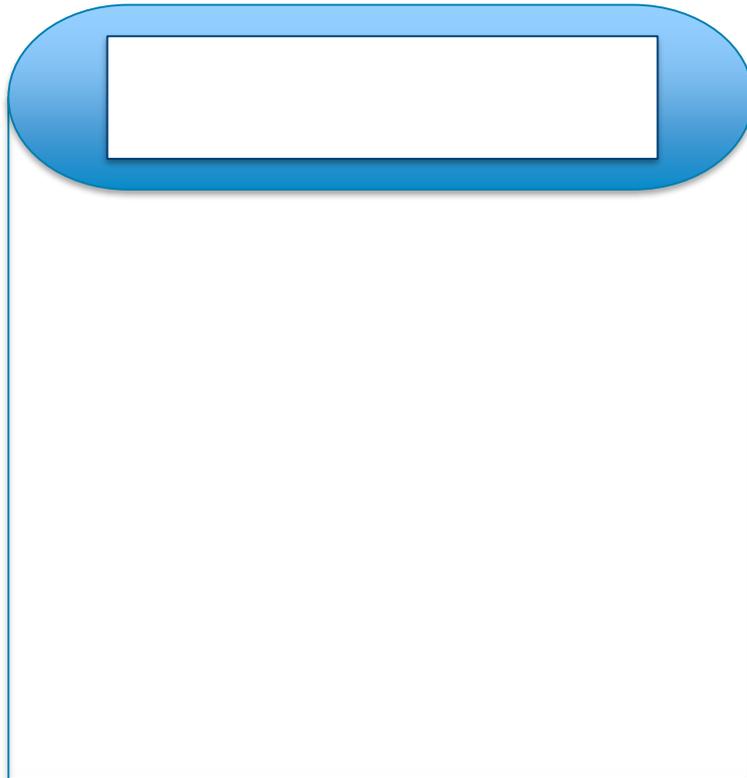
Wintersemester 2019/20

# Aufgabe 1: **Bedeutung der Markt- bzw. Marketingforschung**

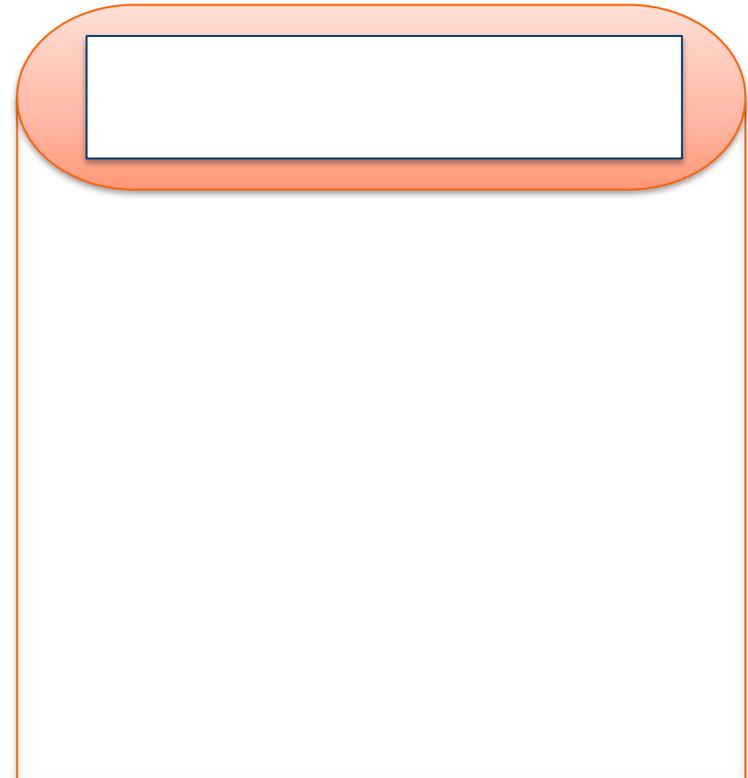
Wie schätzen Sie die Bedeutung der Markt- bzw. Marketingforschung für Marketingentscheidungen ein?

Begründen Sie ihre Antwort.

# Aufgabe 1: Bedeutung der Markt- bzw. Marketing- forschung



**VS.**



# Aufgabe 1: Bedeutung der Markt- bzw. Marketingforschung

- 
- 

z.B. Absatz, Umsatz, Gewinn,  
Analyse auf Ebene einzelner  
Geschäftsfelder

- Identifikation relevanter  
Marktteilnehmer
- Verhalten der Marktteilnehmer
- Marktentwicklung

Im Sinne der \_\_\_\_\_ von besonderem  
Interesse: Wirkungen der Marketinginstrumente (z.B. Produkt und  
Preis, Werbewirkung)

## Aufgabe 2: **Prozess der Markt- bzw. Marketing- forschung**

Erläutern Sie den Prozess der Markt- bzw. Marketingforschung für die Durchführung einer Marktforschungsstudie anhand eines selbstgewählten Beispiels.

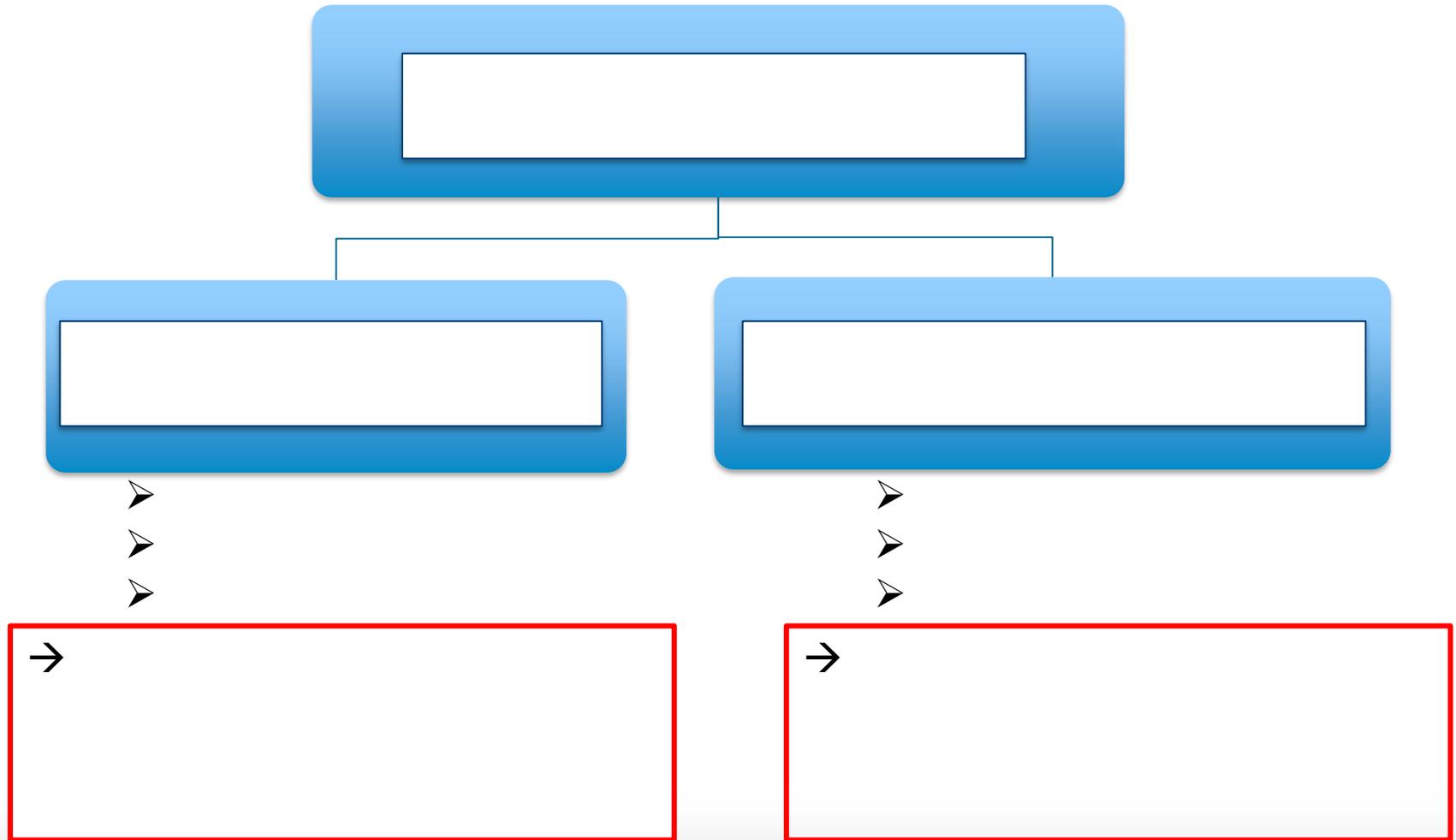
## Aufgabe 3: **Primär- und Sekundärforschung sowie Befragung und Beobachtung als Methoden der Datenerhebung**

Die international tätige Fast-Food-Kette „EAT AG“ überlegt, ihr bisheriges Produktangebot in den Restaurants dreier europäischer Länder zu erweitern. Zur Beantwortung der Frage, welche Produktform(en) neu in das Programm aufzunehmen sind, wird zunächst Sekundärforschung betrieben. Im Anschluss erfolgt die Prüfung der neuen Produktideen und der entsprechenden Prototypen in Labortests. Von den Beobachtungen über die Reaktionen bei den (potenziellen) Konsumenten verspricht man sich wertvolle Hinweise.

# Aufgabe 3: Primär- und Sekundärforschung sowie Befragung und Beobachtung als Methoden der Datenerhebung

- a. Was ist der Unterschied zwischen Sekundär- und Primärforschung? Grenzen Sie die beiden Begriffe voneinander ab, ohne auf einzelne Instrumente der beiden Bereiche einzugehen.
- b. Welche internen und externen Quellen der Sekundärforschung sind bezüglich obiger Fragestellung relevant?
- c. Die Kette beschließt, neben der Sekundärforschung auch eine Befragung bei den Besuchern der Restaurants durchzuführen. Inhalt dieser Befragung ist deren grundsätzliches Ernährungsverhalten. Welche Argumente sprechen für eine schriftliche, welche für eine persönliche Befragung?
- d. Welche Vorzüge hat die Beobachtung gegenüber der Befragung in der Phase, in der der Prototyp erstmals bei den potenziellen Kunden getestet wird?

# Aufgabe 3a): Primär- und Sekundärforschung



# Aufgabe 3: Primär- und Sekundärforschung sowie Befragung und Beobachtung als Methoden der Datenerhebung

- a. Was ist der Unterschied zwischen Sekundär- und Primärforschung? Grenzen Sie die beiden Begriffe voneinander ab, ohne auf einzelne Instrumente der beiden Bereiche einzugehen.
- b. Welche internen und externen Quellen der Sekundärforschung sind bezüglich obiger Fragestellung relevant?
- c. Die Kette beschließt, neben der Sekundärforschung auch eine Befragung bei den Besuchern der Restaurants durchzuführen. Inhalt dieser Befragung ist deren grundsätzliches Ernährungsverhalten. Welche Argumente sprechen für eine schriftliche, welche für eine persönliche Befragung?
- d. Welche Vorzüge hat die Beobachtung gegenüber der Befragung in der Phase, in der der Prototyp erstmals bei den potenziellen Kunden getestet wird?

# Aufgabe 3b): Quellen der Sekundärforschung

Bereits bestehende Daten können auf zwei Arten erworben werden:

z.B.

z.B.

# Aufgabe 3: Primär- und Sekundärforschung sowie Befragung und Beobachtung als Methoden der Datenerhebung

- a. Was ist der Unterschied zwischen Sekundär- und Primärforschung? Grenzen Sie die beiden Begriffe voneinander ab, ohne auf einzelne Instrumente der beiden Bereiche einzugehen.
- b. Welche internen und externen Quellen der Sekundärforschung sind bezüglich obiger Fragestellung relevant?
- c. Die Kette beschließt, neben der Sekundärforschung auch eine Befragung bei den Besuchern der Restaurants durchzuführen. Inhalt dieser Befragung ist deren grundsätzliches Ernährungsverhalten. Welche Argumente sprechen für eine schriftliche, welche für eine persönliche Befragung?
- d. Welche Vorzüge hat die Beobachtung gegenüber der Befragung in der Phase, in der der Prototyp erstmals bei den potenziellen Kunden getestet wird?

# Aufgabe 3c): Argumente für die schriftliche Befragung

Schriftliche Befragung

Persönliche Befragung

# Aufgabe 3c): Argumente für die persönliche Befragung

Schriftliche Befragung

Persönliche Befragung

# Aufgabe 3c): allgemeine Schlussfolgerung

→

→

## Aufgabe 3c): **Schlussfolgerung bzgl. „EAT AG“**

Für die vorliegende Fragestellung bei der „EAT AG“ ist z.B. mit folgenden Argumenten eine...

schriftliche Befragung zu befürworten

–

–

–

## Aufgabe 3c): **Schlussfolgerung bzgl. „EAT AG“**

Für die vorliegende Fragestellung bei der „EAT AG“ ist z.B. mit folgenden Argumenten eine...

persönliche Befragung zu befürworten

–

–

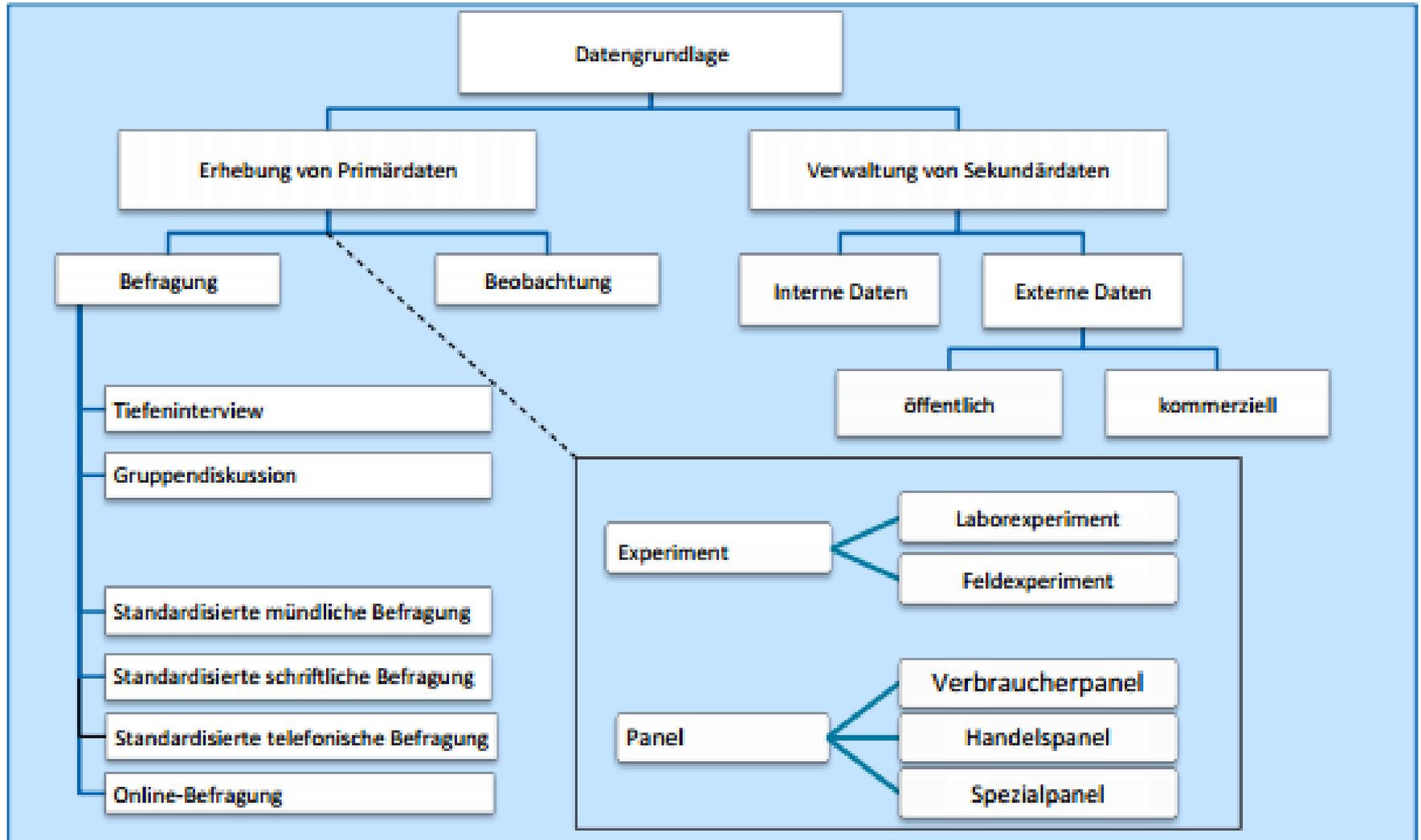
# Aufgabe 3: Primär- und Sekundärforschung sowie Befragung und Beobachtung als Methoden der Datenerhebung

- a. Was ist der Unterschied zwischen Sekundär- und Primärforschung? Grenzen Sie die beiden Begriffe voneinander ab, ohne auf einzelne Instrumente der beiden Bereiche einzugehen.
- b. Welche internen und externen Quellen der Sekundärforschung sind bezüglich obiger Fragestellung relevant?
- c. Die Kette beschließt, neben der Sekundärforschung auch eine Befragung bei den Besuchern der Restaurants durchzuführen. Inhalt dieser Befragung ist deren grundsätzliches Ernährungsverhalten. Welche Argumente sprechen für eine schriftliche, welche für eine persönliche Befragung?
- d. Welche Vorzüge hat die Beobachtung gegenüber der Befragung in der Phase, in der der Prototyp erstmals bei den potenziellen Kunden getestet wird?

# Aufgabe 3d): Vorteile der Beobachtung bei der „EAT AG“

- 
- 
-

# Ergänzung Datenerhebungsmethoden



# Aufgabe 4: Qualitative Forschungsmethoden

Bei der „Phontech GmbH“, einem Unternehmen, das Mobiltelefone produziert, steht der Marketingplaner vor der Aufgabe, langfristige Überlegungen zur Marktentwicklung anzustellen. Er möchte hierzu insbesondere die qualitativen Prognosemethoden nutzen.

- a) Um erste Anhaltspunkte für die Marktentwicklung zu erhalten, werden Expertenbefragungen durchgeführt. Überlegt wird, die Delphi-Technik bei diesen Expertenbefragungen zu nutzen. Was ist hierunter allgemein zu verstehen und wie sieht eine Umsetzung im konkreten Fall aus?
- b) Für obige Fragestellung wird auch die Szenario-Technik genutzt. Was ist darunter allgemein zu verstehen und wie gestaltet sich der Einsatz dieser Technik im konkreten Fall?

# Aufgabe 4a): Delphi- Technik

Allgemein gibt es viele verschiedene Prognosemethoden!

Jedoch lassen sich 2 Arten unterscheiden:

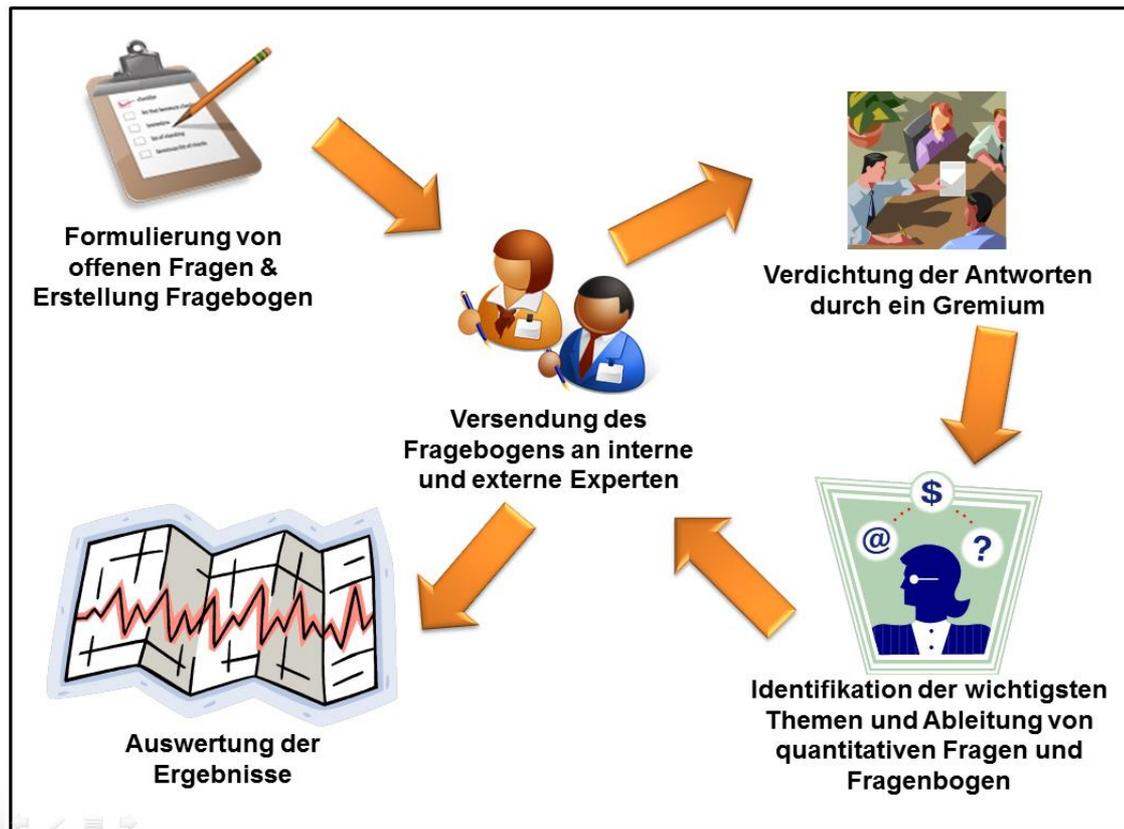
1.

2.

z.B.:

# Aufgabe 4a): Delphi- Technik

**Sinn der Expertenbefragung: z.B. Aussagen über zukünftige Marktentwicklungen erhalten**



# Aufgabe 4a): Delphi- Technik

**In Worten:**

1.

2.

3.



# Aufgabe 4a): Delphi- Technik bzgl. „Phontech GmbH“

Für die „Phontech GmbH“ heißt das:

Theorie

Praxis

--	--

--	--

--	--

--	--	--

# Aufgabe 4: Qualitative Forschungsmethoden

Bei der „Phontech GmbH“, einem Unternehmen, das Mobiltelefone produziert, steht der Marketingplaner vor der Aufgabe, langfristige Überlegungen zur Marktentwicklung anzustellen. Er möchte hierzu insbesondere die qualitativen Prognosemethoden nutzen.

- a) Um erste Anhaltspunkte für die Marktentwicklung zu erhalten, werden Expertenbefragungen durchgeführt. Überlegt wird, die Delphi-Technik bei diesen Expertenbefragungen zu nutzen. Was ist hierunter allgemein zu verstehen und wie sieht eine Umsetzung im konkreten Fall aus?
- b) Für obige Fragestellung wird auch die Szenario-Technik genutzt. Was ist darunter allgemein zu verstehen und wie gestaltet sich der Einsatz dieser Technik im konkreten Fall?

# Aufgabe 4b): Szenario- Technik

Wie schafft diese Technik das ?



# Aufgabe 4b): Szenario- Technik anhand „Phontech GmbH“

+

**Folge:**

erfassen