

# LU05.A04 - Varianten Sekundär-Marktforschung

## Lernziele

- Varianten der Sekundärmarktforschung nennen und erläutern können.
- Vor- und Nachteile der Sekundärmarktforschung aufzählen können.

## Rahmenbedingungen

- Sozialform: Einzelarbeit
- Zeitbudget: 10 Minuten
- Erwartetes Ergebnis: Dokument mit den Varianten der Sekundär-Marktforschung inkl.- Vor- und Nachteile.
- Quelle: [Varianten der Sekundärmarktforschung](#)

## Ausgangslage

Ein Unternehmen, das erfolgreich sein will, muss seinen Markt genau kennen. Das Unternehmen muss z.B. die Wünsche der Menschen kennen und wissen, ob die Menschen mit seinen Produkten zufrieden sind. Um diese Informationen zu beschaffen, muss das Unternehmen Marktforschung betreiben.

## Auftrag

Lesen Sie den folgenden Text über die Sekundärmarktforschung durch und beschreiben Sie die Varianten und nennen die Vor- und Nachteile.

In der Marktforschung wird zwischen Sekundärforschung und Primärforschung unterschieden. In der Sekundärforschung wird auf schon vorhandenes Informationsmaterial zurückgegriffen. Man spricht deshalb auch von der Schreibtischforschung (desk-research), da man die gewünschten Daten nur noch aus der Schublade eines Schreibtischs entnehmen muss, um diese auszuwerten.

Bei der Sekundärforschung werden sowohl innerbetriebliche Daten benutzt wie z.B. Daten aus der eigenen Buchführung, aus Umsatzstatistiken, aus Verkaufsberichten und Rückmeldungen des eigenen Kundendienstes.

Es werden aber auch außerbetriebliche Daten verwertet, wie z.B. Bilanzen und Geschäftsberichte von anderen Unternehmen, Prospekte und Kataloge, Preislisten, Statistiken und Berichte von Unternehmens- und Verbraucherverbänden sowie Berichte von staatlichen Institutionen wie z.B. dem Bundesministerium für Verbraucherschutz.

Der Vorteil der Sekundärforschung liegt in der kostengünstigen Informationsgewinnung, da hier auf bereits vorhandenes Informationsmaterial zurückgegriffen wird. Sie ist darüber hinaus weniger zeitaufwendig als die Primärforschung. Ein Nachteil besteht darin, dass das Informationsmaterial bei der Sekundärforschung bereits veraltet sein kann. Die Ergebnisse sind nicht exklusiv, da die Daten (z.B. im Internet) auch anderen Marktteilnehmern zur Verfügung stehen.

## Lösung

[Lösung](#)



Volkan Demir

From:

<https://wiki.bzz.ch/> - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:

<https://wiki.bzz.ch/de/modul/m241/learningunits/lu05/aufgaben/04?rev=1772625991>

Last update: **2026/03/04 13:06**

