

# LU05.L03 - Varianten der Primär-Marktforschung

## Befragung

Bei der Befragung werden bestimmte Personen einmal zu ihrer Meinung über ein Produkt oder ein Kaufverhalten befragt. Diese kann schriftlich, mündlich oder telefonisch durchgeführt werden.

## Panel

Ein gleichbleibender Personenkreis wird über einen längeren Zeitraum zu einem bestimmten Thema befragt. Dadurch ermöglicht das Panel die Feststellung von Veränderungen des Marktes.

## Beobachtung

Über die Beobachtung kann beispielsweise das tatsächliche Kaufverhalten von Konsumenten oder Besucheranstürme in Geschäften festgestellt werden. Im Gegensatz zu den vorherigen beiden Varianten (Befragung, Panel), wird nicht die SOLL-Situation, sondern nur der IST-Zustand registriert.

## Experiment

Das Experiment ermöglicht die Untersuchung der Wirkung von Marketingmassnahmen wie z.B. die Farbe der Verpackung und deren Wirkung auf die Käuferschaft. Das Experiment ist also eine Mischversion zwischen SOLL- und IST-Erhebung.

## Vorteile

- Daten sind aktueller, als bei der Sekundärforschung
- Daten sind exklusiv

## Nachteile

- Kostenintensiv
- Hoher Aufwand (Zeit, Geld, Arbeitsstunden)

Last update: 2025/03/05 09:32 modul:m241:learningunits:lu05:loesungen:l03 <https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu05/loesungen/l03?rev=1741163556>

---

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

Permanent link:  
<https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu05/loesungen/l03?rev=1741163556>

Last update: **2025/03/05 09:32**

