# 3.3 Marktforschung und Mehrwert studentischer Ideen

## 3.3.2 Die wichtigsten Schritte einer erfolgreichen Marktforschung

TRAIN-
-FOOD

e-Modul 3: (Soziales) Unternehmertum
Implementierung kooperativer Start-ups
Februar 2021

# MARKTFORSCHUNG

Die **Marktforschung** fungiert als Brücke zwischen Unternehmen und Verbrauchern und hilft dem Unternehmen, die Einstellung der Verbraucher zu einem Produkt zu interpretieren und ihre Reaktionen vorherzusagen.

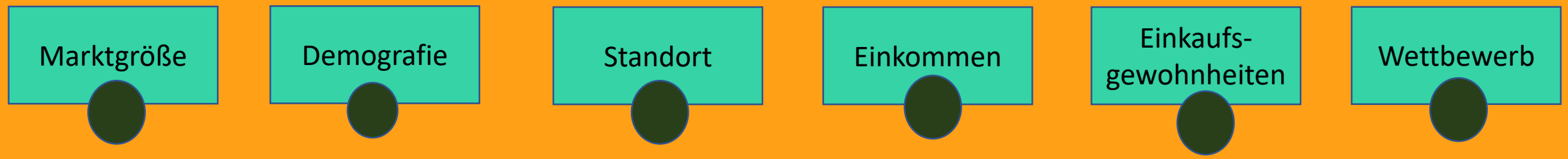
**Es gibt zwei Arten der Marktforschung:**

- **Primäre Marktforschung**: von Ihnen selbst oder von spezialisierten Marktforschungsunternehmen für Kunden durchgeführt, die dem von Ihnen angestrebten Profil entsprechen.

- **Die Sekundärerhebung:** Sie erhalten fertige Informationen über Ihre Zielkunden - aus veröffentlichten externen Informationsquellen.

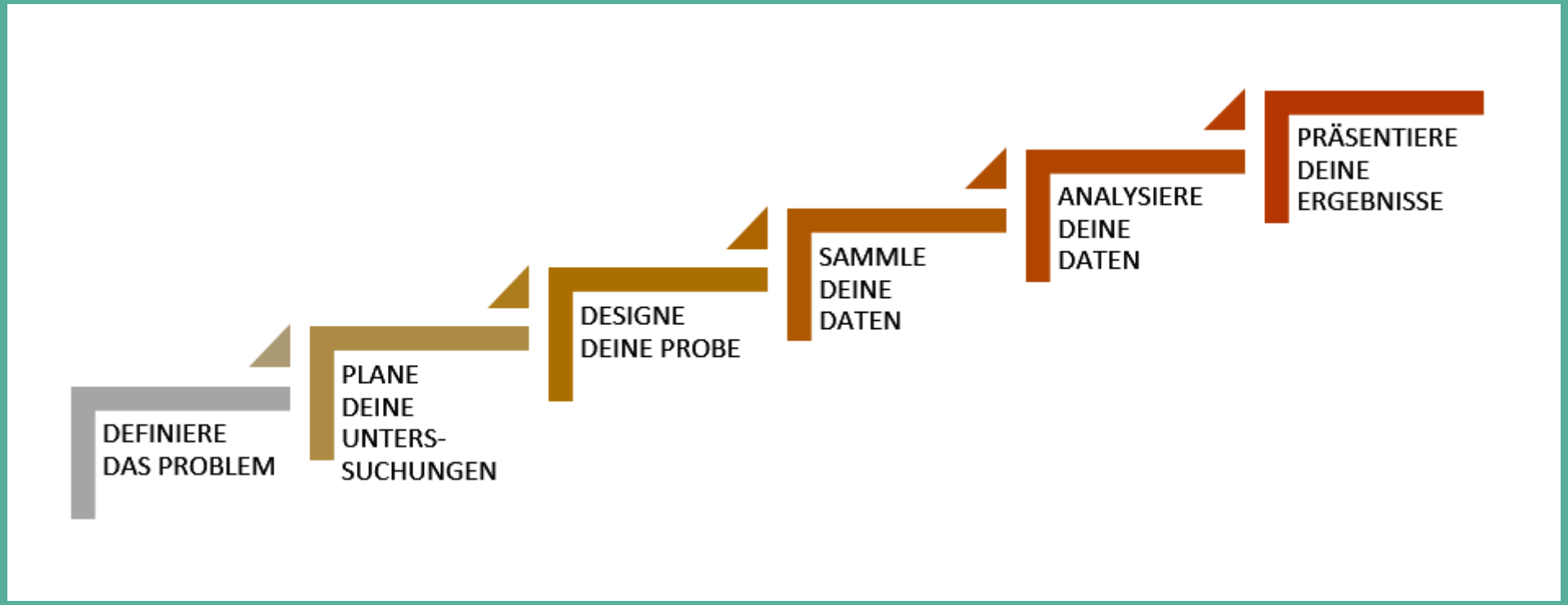
# MARKTFORSCHUNG: Ziele

- Unabhängig von der Art der Nachforschungen, die Sie durchführen werden, besteht Ihr Ziel darin, die folgenden Informationen zu sammeln:




1. Wie viele Einzelpersonen, Familien oder Unternehmen sind Ihre Zielgruppe? Wie groß ist ihr finanzieller Umfang? Wächst oder schrumpft dieser Markt?
2. Kunden: Durchschnittsalter, Familienstand, Geschlecht, Bildungsniveau, Beschäftigung usw.
   Unternehmen: durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten, Jahresumsatz, Betriebsjahre, private oder öffentliche Unternehmen, ob sie Produkte oder Dienstleistungen herstellen usw.
3. Wo wohnen die meisten Ihrer Kund*innen?
4. Sie sollten das durchschnittliche Familieneinkommen und den durchschnittlichen Geschäftsumsatz Ihrer Kund*innen kennen.
5. Wie viel geben sie normalerweise für die Produkte oder Dienstleistungen aus, die Sie verkaufen wollen? Wie und wo kaufen sie bisher ein? Wie oft kaufen sie ein?
6. Wer sind sie, wie hoch ist ihr Marktanteil, welche Vor- und Nachteile haben ihre Produkte, welche Wettbewerbsstrategie verfolgen sie, wo sind sie zu finden usw.?

# WICHTIGE SCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (1)



# WICHTIGE SCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (2)

## 1) DEFINITION UND FORMULIERUNG DER PROBLEMSTELLUNG

- Fragen Sie sich: "Warum will ich Marktforschung betreiben?"
- Gleichgewicht zwischen sehr spezifischen und sehr weit gefassten Definitionen.

Beispiel

"Wie eine Marke von allen erkannt wird" ist eine sehr weit gefasste Definition, die eine Menge nutzloser Informationen enthält, die Ihnen nicht helfen, das Problem zu lösen.

**VS**

"Wie wird die Marke von Teenagern, die auf der Straße leben und surfen, erkannt?" oder "Wie kann man die Markenbekanntheit unter Teenagern erhöhen?" sind sehr spezifisch und die Zahl des Marktes ist eher unbedeutend.

# SCHLÜSSELSCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (3)

## 2) FORSCHUNGSPLAN UND INFORMATIONSQUELLEN

- Erstellen Sie den Forschungsplan.
- Geben Sie die Quellen an, aus denen Sie Informationen beziehen werden.

**BEACHTEN SIE**

Die Variabilität und Flüchtigkeit der Daten. Änderungen in den Forschungsdaten machen sie unbrauchbar. Die Daten müssen also aktuell und vorhanden sein, um Verallgemeinerungen zu vermeiden.

**Es gibt zwei Kategorien von Daten:**

- Die **Primärdaten**, die von Anfang an für einen bestimmten Zweck erhoben wurden
- Die bereits vorhandenen **Sekundärdaten**, wie Bücher, Berichte usw.

# SCHLÜSSELSCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (4)

## 3) MUSTERENTWURF

- Wählen Sie Ihre Forschungszielgruppe.
- Die Auswahl wird auf der Grundlage der von Ihnen gestellten Aufgabe getroffen.

Entscheidungen des Forschenden

- ❑ Wer?
- ❑ Wie viele?
- ❑ Wo? Und,
- ❑ Setzen Sie ein Zeitlimit.

BEISPIEL

Wenn sich Ihr Problem an Jugendliche richtet, wird Ihre Stichprobe die Jugendlichen sein.

TIPP

Zufallsstichproben sind repräsentativer für den gesamten Markt.

# WICHTIGE SCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (5)

## 4) ERHEBUNG VON DATEN → 5) ANALYSE DER DATEN

Sobald Sie die benötigten Daten und die zu verwendenden Methoden festgelegt haben, ist es an der Zeit, sie zu sammeln!

In diesem Schritt setzen Sie den Forschungsplan um (Schritt 2).

Nachdem Sie Ihre Daten gesammelt haben, ist es an der Zeit, sie zu analysieren und Schlussfolgerungen zu ziehen.

- Überprüfen Sie die Genauigkeit und Korrektheit Ihrer Daten (z. B. irrelevante Antworten) und deren Vollständigkeit (z. B. unvollständige Fragebögen).
- Dann müssen Sie sie klassifizieren (z. B. nach Regionen), interpretieren und statistisch berechnen.
- Diese Phasen gelten sowohl für Primär- als auch für Sekundärdaten.

# WICHTIGE SCHRITTE FÜR EINE ERFOLGREICHE MARKTFORSCHUNG (6)

## 6) PRÄSENTATION DER ERGEBNISSE

Nach all diesen Schritten können Sie schließlich die Früchte Ihrer Bemühungen genießen, indem Sie die Ergebnisse exportieren.
Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse in einem Bericht auf klare und übersichtliche Weise.

# Projekt TRAIN-CE-FOOD

https://traincefood.si/de/home-deutsch

Autorin: Maria Dalakoura (Institut für die Entwicklung des Unternehmertums, IED)

mdalakoura@ied.eu

Dieses Projekt wurde von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU, kofinanziert. GA: SI2.823699.

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung tragen allein die Verfasser und Autoren; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.