

Definition: Forschung/Analyse/Untersuchung

Wissenschaft (Theorie) <-----> Anwendung (Praxis)

Jedes Handeln ist Theorie geleitet - von Churchill

Wissenschaft ist die Wissenschaft die Wissen schafft

Ziel : Wissen/Kenntnisse (Erkenntnisfortschritt)
Nachprüfbarkeit

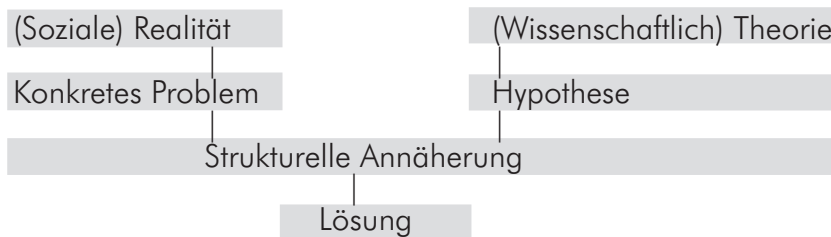
Intersubjektive Überprüfbarkeit - Erkenntnis nicht auf das einzelne Individuum beschränkt

Es gibt keine Überprüfbarkeit - von Sir Popper

Definition Markt: tauschen

Duales Gut: Leser / Produkt; Anzeigen + Abbo's (2 Nutzungsmöglichkeiten der Einnahmen)

Empirische Methode: (Sinnes Wahrnehmung)



Problem

- Entdeckung
- Begründung
- Verwertung

Instrumente der Marktforschung

Primärforschung (befragung)

- für viele Produkte
- für große Unternehmen
- "Markt"
- ist teuer
- Fragen richtig stellen

Sekundärforschung

(von anderen Studien partizipieren)

Methoden: Empirisch

Art der Messung	Methoden der Datenerhebung	Untersuchung
<ul style="list-style-type: none"> - Quantitativ - Qualitativ 	<ul style="list-style-type: none"> - Befragung - Beobachtung - Inhaltsanalyse - Physiologische Messung 	<ul style="list-style-type: none"> - Experimentell - Nicht Experimentell

Auswahl der Probanden: Bewusst + Quotiert

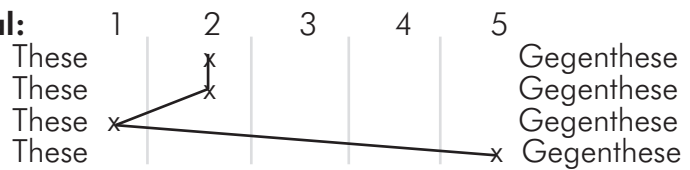
Messen:

Thurstone-Skala: Ja / Nein

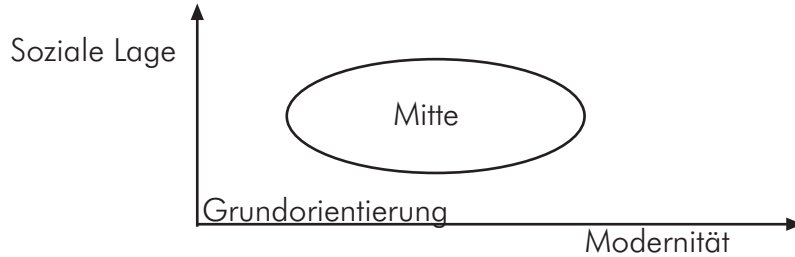
Likert-Skala:

	Sehr wichtig				unwichtig
	1	2	3	4	5
Gesetz und Ordnung respektieren	1	2	3	4	5
Einen hohen Lebensstandard haben	1	2	3	4	5
Macht und Einfluss haben	1	2	3	4	5
Seine eigene Phantasie entwickeln	1	2	3	4	5

Semantisches Differential:



"Sinus Milieus" in Deutschland:



Printmedien	Digitalmedien	AV (Audio Viduelle)
<ul style="list-style-type: none"> - Zeitung - Buch - Flyer - Poster - Kataloge ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Newsletter - E-Mail - Chat/Forum - E-Paper - E-Book - CD/DVD - Website - Musik - Datenbank ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Spiele - Filme - TV - Radio - Kino - DVD ...

Träger <-----> **Information** (Mittlerweile nicht mehr unbedingt gekoppelt)
 z.B. CD z.B. Musik
 z.B. Papier z.B. Information

- Strukturmerkmale:**
- Keine Physische Abnutzung (Information bleibt vorhanden)
 - Häufig duale Güter (Rezipienten / Werbekunden)
 - Produktion geprägt durch Größenvorteil (Auflage)
 - Leichte Reproduzierbarkeit (kein Kopierschutz)
 - Unikat (Gedankengut)
 - Vertrauen / Erfahrungsgut
 - Unteilbar und Zeitgebunden im Konsum (Medien/Schnelle erneuerung)

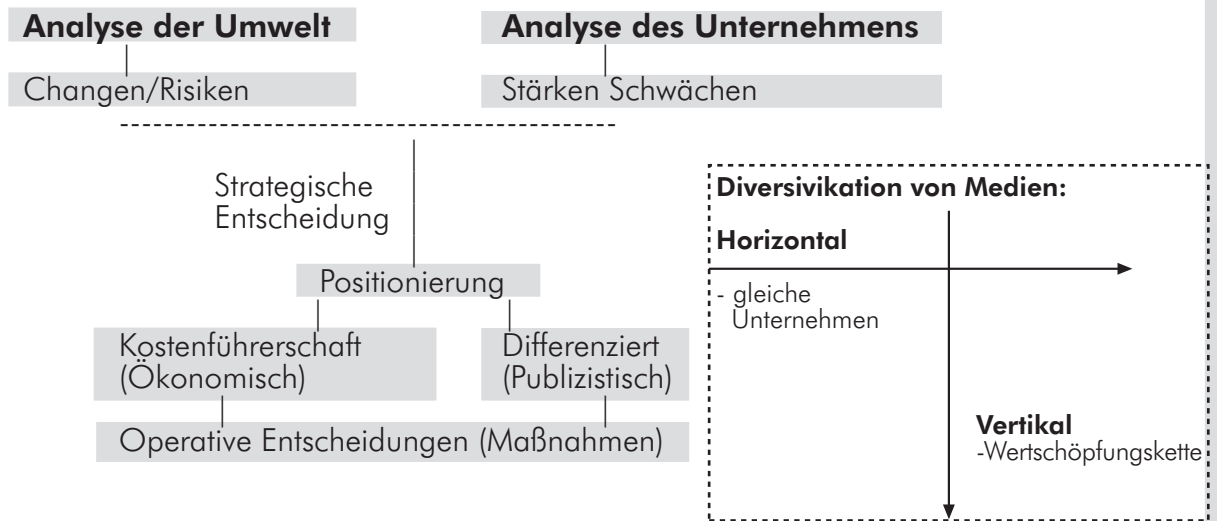
Meritorik = Mehr Nachfrage als Angebot

Zukünftige Produkte	Produktentwicklung	Diversivikation
Bestehende Produkte	Marktdurchdringung (Penedrand)	Marktentwicklung
	Bestehende Märkte	Neue Märkte

Wertschöpfungskette der Medien:

- | | | | |
|--------------------------|--|--|---------------------------|
| Beschaffung | -> Produktion | -> Distribution | -> Endgeräte |
| - Beiträge
- Anzeigen | - Recherche
- Zusammenstellung
- Herstellung | - Austräger
- Satelit
- Internet | - Informationstechnologie |

Marketing als strategischer Prozess:



Umweltanalyse: Wettbewerbsfaktoren (nach Portes 1999)

