

Erfassung und Analyse der marktrelevanten Daten und Informationen um Entscheidungen im Hinblick auf das Marketingmanagement treffen zu können.

Die Marktforschung findet [demoskopisch](#) und [ökoskopisch](#) statt.

Nach Meffert ist die Marktforschung Teil der übergeordneten Marketingforschung, die sich auf die Gesamtheit der Marketinginstrumente bezieht, während die Marktforschung lediglich den relevanten Markt berücksichtigt.

vergl. auch [Delphi-Methode](#)

Die Aufgaben der Marktforschung werden in einem Unternehmen teilweise intern gelöst. Da die Märkte aber immer gezielter untersucht werden müssen und dabei immer grössere Räume erfasst werden, übernehmen diese Aufgabe mehr und mehr Marktforschungsinstitute, die diese Untersuchungen teilweise für einzelne Unternehmen, Branchen oder Gruppen unterschiedlichster Unternehmen ([Omnibusbefragung](#)) durchführen.