

## Durch Marktforschung Risiken mindern und Erfolgchancen erhöhen

von [Lilo Thielen](#)

### **Zusammenfassung**

Internationale Markterschließung ohne Marktforschung dürfte kaum denkbar sein: Marktforschung kann als „Informationslieferant“ – eingebunden in unternehmerische Entscheidungsprozesse – unterstützen, Fehlentscheidungen zu vermeiden, also Risiken zu reduzieren, aber auch Chancen sichtbar zu machen. Sie kann bei der Beantwortung einer Vielzahl von marktbezogenen Fragestellungen helfen und zur sinnvollen Lenkung von Ressourcen beitragen. Die Autorin will die Wichtigkeit zielgerichteter und systematisch angegangener Marktforschung verdeutlichen und anhand ausgewählter Fragestellungen praxisnah bearbeiten. Dabei stehen das B2B-Geschäft bei KMUs und Fragestellungen rund um den Markteintritt im besonderen Blickfeld.

Stand des Beitrages: November 2016

- [1. Begriffliche Grundlagen und Einordnungen](#)
- [2. Warum Marktforschung im Auslandsgeschäft so wichtig ist](#)
- [3. Auslandsmarktforschung planen und durchführen](#)
- [4. Marktforschung und Organisation](#)
- [5. Literatur- und Linkhinweise](#)