

## Primärerhebung

Als **Primärerhebung** wird jene Methode der Marktforschung bezeichnet, die auf die Gewinnung und Nutzung neuer, selbst erhobener Daten und Informationen ausgerichtet ist. Dies umfasst sowohl die Ermittlung zahlreicher subjektiver Sachverhalte (Einstellungen, Motive, Wünsche u. a.) als auch diejenige subjektbezogener objektiver Tatbestände (Käufer, Kaufverhalten u. a.).

Primärerhebungen werden in Form von Befragungen, Beobachtungen oder auch in Form von Experimenten durchgeführt. Dies führt unvermeidbar zu einem erheblichen Einsatz von Ressourcen wie Zeit, Personal, Geld oder Sachmittel, liefert dafür aber Informationen, die auf anderen Wegen kaum gewonnen werden können.

Primärerhebungen können als

- Vollerhebungen oder als
- Teilerhebungen

durchgeführt werden.

### Vollerhebung

Bei einer Vollerhebung werden sämtliche Objekte einer Grundgesamtheit in die Beobachtung bzw. Befragung einbezogen.

Wegen des damit einhergehenden Aufwandes wird eine solche aber nur dann durchgeführt, wenn die zugehörige Grundgesamtheit nicht allzu umfangreich ist. Entscheidender Vorteil dabei ist, dass sehr genaue Ergebnisse erzielt werden können.

### Teilerhebung

Umfasst eine Beobachtung bzw. Befragung nur ausgewählte Elemente einer Grundgesamtheit, so handelt es sich dabei um eine Teilerhebung.

Die Auswahl der Elemente kann dabei nach

- **Zufallsverfahren** (Stichprobenverfahren) oder nach
- **Quotenauswahlverfahren** (Vorbestimmung der Zusammensetzung der Befragten nach z.B. Alter, Geschlecht, Beruf u. a.) oder nach
- **Konzentrationsverfahren** (so werden zum Beispiel nur sog. A-Kunden befragt, die zwar nur 10 % aller Kunden ausmachen, dafür aber über 70 % des Umsatzes bewirken).