

Inhaltverzeichnis

Vorwort zur 3. Auflage V

Inhaltverzeichnis VII

1 Einführung 1

- | | | |
|-----|--|---|
| 1.1 | Kennzeichnung der Marktforschung | 1 |
| 1.2 | Anwendungen der Marktforschung | 2 |
| 1.3 | Entwicklung der Marktforschung | 7 |

2 Grundlagen 11

- | | | |
|---------|--|----|
| 2.1 | Überblick | 11 |
| 2.2 | Zwei Sichtweisen des Forschungsprozesses | 12 |
| 2.2.1 | Untersuchungsablauf in der Marktforschungspraxis | 12 |
| 2.2.2 | Ein Grundmodell der empirischen Marketingforschung | 18 |
| 2.2.3 | Zur Generalisierbarkeit von Untersuchungsergebnissen | 26 |
| 2.3 | Grundlegende Anforderungen an
Marktforschungsuntersuchungen | 30 |
| 2.4 | Untersuchungsziele und -designs | 34 |
| 2.4.1 | Untersuchungsziele | 34 |
| 2.4.2 | Festlegung des Untersuchungsdesigns | 40 |
| 2.4.2.1 | Primärforschung und Sekundärforschung | 40 |
| 2.4.2.2 | Typen von Untersuchungsdesigns | 43 |
| 2.4.3 | Zusammenfassung | 50 |

3 Repräsentative Befragungen	55
3.1 Einführung und Überblick	55
3.2 Stichprobenziehung bei repräsentativen Befragungen	58
3.2.1 Grundlagen	58
3.2.2 Arten von Stichproben.....	61
3.2.3 Vorgehensweise bei der Stichprobenziehung.....	66
3.3 Grundlagen der Frageformulierung	70
3.3.1 Einführung	70
3.3.2 Grundlegende Anforderungen an Frageformulierungen.....	73
3.3.3 Weitere allgemeine Prinzipien der Frageformulierung	82
3.4 Entwicklung von Multi-Item-Skalen.....	85
3.4.1 Einführung: Single- versus Multi-Item-Skalen.....	85
3.4.2 Arten von Multi-Item-Skalen.....	88
3.4.3 Formative versus reflektive Messungen.....	92
3.4.4 Definition der zu messenden Konzepte und Sammlung der Items	96
3.4.5 Überprüfung der Reliabilität	98
3.4.6 Überprüfung der Validität	100
3.5 Entwicklung von Fragebögen	107
3.6 Kommunikationsformen bei Befragungen	114
3.6.1 Überblick	114
3.6.2 Persönliche / mündliche Befragung	116
3.6.3 Schriftliche Befragung	118
3.6.4 Telefonische Befragung	120
3.6.5 Online-Befragung	121
3.6.6 Zusammenfassung	123

4 Weitere Untersuchungsdesigns und Erhebungsmethoden der Marktforschung.....	127
4.1 Überblick.....	127
4.2 Qualitative Untersuchungen.....	128
4.2.1 Kennzeichnung	128
4.2.2 Gruppendiskussionen.....	129
4.2.3 Tiefeninterview	132
4.2.4 Fallstudien	134
4.3 Beobachtungsverfahren	136
4.3.1 Kennzeichnung von Beobachtungen	136
4.3.2 Auswahlprobleme und Gestaltungsmöglichkeiten bei Beobachtungen.....	138
4.4 Panels als Längsschnitt-Untersuchungen.....	142
4.4.1 Wesen und Arten von Panels	142
4.4.2 Spezielle methodische Probleme der Panelforschung.....	145
4.5 Experimentelle Untersuchungen.....	147
4.5.1 Experimentelle Designs	147
4.5.2 Interne und externe Validität von Experimenten.....	155
4.5.3 Quasi-Experimente	159
4.5.4 Testmärkte	160
5 Datensammlung und –aufbereitung	165
5.1 Überblick.....	165
5.2 Datensammlung.....	171
5.3 Datenaufbereitung	175
6 Deskriptive Datenanalyse	181
6.1 Überblick.....	181
6.2 Messniveau von Daten	182

6.3	Verdichtung von Daten.....	187
6.3.1	Tabellierung und graphische Darstellung von Daten	187
6.3.2	Statistische Maßzahlen	194
7	Schlüsse auf Grundgesamtheiten.....	205
7.1	Schätzungen	205
7.2	Tests	214
8	Multivariate Analyseverfahren.....	225
8.1	Überblick	225
8.2	Regressionsanalyse.....	227
8.2.1	Grundidee und Ablauf der Regressionsanalyse	227
8.2.2	Anwendungsvoraussetzungen der Regressionsanalyse und deren Überprüfung	238
8.2.3	Regression mit Dummy-Variablen.....	246
8.3	Varianzanalyse	248
8.4	Diskriminanzanalyse und logistische Regression.....	256
8.5	Faktorenanalyse	263
8.6	Strukturgleichungsmodelle.....	268
8.7	Conjoint-Analyse	274
8.8	Clusteranalyse	278
8.9	Multidimensionale Skalierung	281
9	Forschungsethik	287
Literaturverzeichnis.....		293
Stichwortverzeichnis		303