

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung	1
1.2 Gang der Untersuchung	8
2 Konzeptionelle Grundlagen zur Datenanalyse im Einzelhandel	13
2.1 Begriffliche Grundlagen und Status quo des Einzelhandels	13
2.2 Literaturüberblick zum Einkaufsverhalten von Einzelhandelskunden und verwendete Data-Mining-Methoden zur Erkenntnisgewinnung	41
2.2.1 Eingrenzung relevanter Literaturfelder	42
2.2.2 Erkenntnisgewinnung aus den einzelnen Literaturfeldern ..	47
2.2.2.1 Beurteilungsrelevante Merkmale von Einkaufsstätten	48
2.2.2.2 Motive und Präferenzen	75
2.2.2.3 Einkaufsverhalten und Einkaufsplanung	87
2.3 Literaturüberblick zu Data-Mining-Methoden und Gütekriterien der Methodenauswahl	103
2.3.1 Begriffliche Grundlagen und Identifikation relevanter Data-Mining-Methoden	104
2.3.2 Erkenntnisgewinnung aus der Data-Mining- spezifischen Literatur	119
2.4 Zusammenfassung der Ergebnisse	128
3 Gestaltung eines Auswahlverfahrens zur Datenanalyse im Einzelhandel	131
3.1 Methodisches Vorgehen	131
3.2 Eingrenzung und Gegenüberstellung relevanter Data-Mining- Methoden als Grundlage zur Ableitung der Entscheidungsparameter	134
3.3 Theoretisch fundierte Herleitung der Entscheidungsparameter ..	154
3.3.1 Theoretische Eingrenzung	154

3.3.2 Effizienz und Effektivität einer Data-Mining-Methode	156
3.3.3 Entscheidungsrelevante Parameter zur Methodenwahl	161
3.3.3.1 Unternehmensseitige Ziele und Voraussetzungen	162
3.3.3.2 Marktumfeld und Charakteristika der zu erhebenden Daten	176
3.3.4 Zusammenfassendes Auswahlverfahren und Hypothesensystem	181
4 Überprüfung des Auswahlverfahrens zur Datenanalyse am Beispiel einer Einkaufsverhaltensanalyse im Lebensmitteleinzelhandel	187
4.1 Vorbereitung der quantitativen Untersuchung der Einkaufsverhaltensmuster von Einzelhandelskunden	187
4.1.1 Ableitung der Einkaufsverhaltensmuster auf Basis der Literaturanalyse und einer qualitativen Voruntersuchung.....	187
4.1.2 Auswahlverfahrensbasierte Ableitung der optimalen Methode	198
4.1.3 Untersuchungsdesign, Charakterisierung der Stichprobe und Operationalisierung der Variablen.....	204
4.2 Diskriminanzanalytische Untersuchung zur Identifizierung der Einkaufsverhaltensmuster	218
4.3 Clusteranalytische Untersuchung zur Identifizierung der Einkaufsverhaltensmuster	247
4.3.1 Vorgehensweise und Ergebnisse der hierarchischen Clusteranalyse	247
4.3.2 Vorgehensweise und Ergebnisse der partitionierenden Clusteranalyse (k-means).....	274
4.4 Experimentelle Überprüfung des Auswahlmodells.....	303
4.5 Zusammenfassung der Ergebnisse	309
5 Diskussion der Ergebnisse.....	311
5.1 Ergebnisse der Hypothesenprüfung.....	311
5.2 Managementimplikationen für den Einzelhandel	322
5.3 Zusammenfassung der Erkenntnisse	324
6 Fazit	327
Literaturverzeichnis.....	331
Anhang	377