

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Hauptelemente des Marketingentscheidungs-systems	1
1.1.	Marketingentscheidungen als schlecht-strukturierte Entscheidungsprobleme	1
1.2.	Entscheidungsträger im Marketingbereich als unzureichende Informationsverarbeitungssysteme	8
2.	Aufgaben und Ziele eines MM-EUS	14
2.1.	Definition des Begriffes "MM-EUS"	14
2.2.	Bereitstellung eines adäquaten Informationsangebotes	16
2.3.	Bereitstellung einer adäquaten Benutzerschnittstelle	21
3.	Gestaltungsansatz für ein MM-EUS	24
3.1.	Die Ebene der Informationsdarstellung	27
3.1.1.	Benutzeroperatoren für die graphische Darstellung	28
3.1.2.	Benutzeroperatoren für Tabellen	32
3.1.3.	Benutzeroperatoren für Berichte	32
3.1.4.	Benutzeroperatoren für Dokumente	34
3.2.	Die Ebene der Informationsverarbeitung	35
3.2.1.	Der Begriff der Informationsverarbeitung	35
3.2.2.	Benutzeroperatoren zur Informationsverarbeitung	36
3.2.2.1.	Benutzeroperatoren zur Datenanalyse	39
3.2.2.2.	Benutzeroperatoren zur Prognose (Marketing-Prognosemodelle)	42
3.2.2.2.1.	Zum Begriff der Prognose	42
3.2.2.2.2.	Marketing-Prognosemodelle als Benutzeroperatoren	43
3.2.2.2.3.	Modelltheoretische Typologie von Marketing-Prognosemodellen	44
3.2.2.2.4.	Benutzerbezogene Anforderungen an Marketing-Prognosemodelle	55

3.3.	Die Ebene der Informationsverwaltung	61
3.3.1.	Beschreibung logischer Datenstrukturen	63
3.3.1.1.	Grundlegende Begriffe und Beschreibungsverfahren	63
3.3.2.	Benutzeroperatoren zur Datenverwaltung	69
3.3.2.1.	Anforderungen an Abfragesprachen	70
3.3.2.2.	Typologien von Abfragesprachen	71
3.3.2.3.	Konzept einer Abfragesprache für ein MM-EUS	72
3.3.3.	Entwicklung eines konzeptionellen Schemas einer Marketing-Datenbank für ein MM-EUS	77
3.3.3.1.	Interne Daten	78
3.3.3.2.	Externe Daten	100
3.3.3.2.1.	Einzelhandelspanel Daten	102
3.3.3.2.2.	Haushaltspanel Daten	106
3.3.3.2.3.	Scannerdaten	112
3.3.3.2.4.	Werbedaten	118
3.3.3.2.5.	Marktpsychologische Daten	121
3.3.3.2.6.	Warentestinformationen	130
3.3.3.3.	Unformatierte Textdaten	131
3.4.	Benutzerschnittstelle eines MM-EUS	140
3.4.1.	Spezielle hard- und softwaretechnische Hilfsmittel zur Gestaltung der Benutzerschnittstelle	140
3.4.1.1.	Maus	141
3.4.1.2.	Fenstersysteme	142
3.4.2.	Unterstützungsfunktion bei der Auswahl der Benutzeroperatoren	145
3.4.2.1.	Auswahlunterstützung in realisierten Methoden- banksystemen	145
3.4.2.1.1.	Auswahlunterstützung durch hierarchische Menüsteuerung	145
3.4.2.1.2.	Auswahlunterstützung durch problemorientierte Menüsteuerung	146
3.4.2.1.3.	Deskriptororientierte Methodenauswahl	150
3.4.2.1.4.	Bewertung der Ansätze zur Methodenauswahl	150
3.4.2.2.	Anwendungsbezogene hierarchische Menüsteuerung zur Unterstützung bei der Auswahl der Benutzeroperatoren	153

3.4.3.	Unterstützung bei der Auswahl und beim Auffinden der Informationen	157
3.4.4.	Unterstützung bei der Versorgung der Benutzeroperatoren mit den erforderlichen Informationen	160
3.4.5.	Allgemeine Beschreibung von Auskunftssystemen	164
3.4.5.1.	Informationen über Benutzeroperatoren	165
3.4.5.2.	Informationen über Relationen und Attribute	167
3.4.5.3.	Informationen über den aktuellen Systemzustand	168
3.4.5.4.	Informationen zur Fehlerbeseitigung	168
3.4.6.	Aufgaben des Dialogmanagers	169
3.5.	EDV-technisches Konzept für ein MM-EUS	171
3.5.1.	Zentralisierungs- bzw. Dezentralisierungsaspekte	171
3.5.2.	Alternative Realisierungskonzepte	172
3.5.3.	EDV-technisches Gesamtkonzept	178
4.	Implementierungsansatz für ein MM-EUS	182
4.1.	Der Begriff der "Erfolgreichen Implementierung"	182
4.2.	Relevante Forschungsergebnisse für die Implementierung	183
4.2.1.	Der "normative" Ansatz	184
4.2.2.	Faktorstudien	188
4.2.3.	Organisatorischer Wandel	190
4.2.3.1.	Ausgewählte Phasenkonzepte	190
4.3.	Die Implementierung eines MM-EUS als Prozeß des geplanten organisatorischen Wandels	197
4.3.1.	Führung im Prozeß des geplanten Wandels	197
4.3.2.	Aktorenkonzepte für den Prozeß des geplanten Wandels	205
4.3.2.1.	Das Konzept des "Change Agents"	206
4.3.2.2.	Das Promotorenmodell von Witte	209
4.3.2.3.	Das Projektmanagement	210
4.3.2.4.	Der "Information Transfer Specialist"	212
4.3.2.5.	Das Top-Management	214
4.3.2.6.	Das Klientensystem	216
4.3.3.	Geeignete Organisationsformen für den Implementierungsprozeß eines MM-EUS	218

4.4.	Wesentliche Aufgaben bei der Einführung eines MM-EUS	230
4.4.1.	Auswahl geeigneter Basissoftware	230
4.4.2.	Ermittlung des originären Informationsbedarfs	233
4.4.2.1.	Die Methode der kritischen Erfolgsfaktoren	236
SCHLUSSBETRACHTUNG		240
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen		242
Literaturverzeichnis		245