

Alfred Kuß

Marktforschung

Grundlagen der Datenerhebung und
Datenanalyse

2., überarbeitete und erweiterte Auflage

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek



(Inhaltverzeichnis)

Vorwort zur 2. Auflage.....	V
Inhaltverzeichnis.....	VII
1 Einführung.....	1
1.1 Kennzeichnung der Marktforschung.....	1
1.2 Anwendungen der Marktforschung.....	2
1.3 Entwicklung der Marktforschung.....	8
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 Marktforschung.....	18
2.2.3 Zur Generalisierbarkeit von Untersuchungs-ergebnissen.....	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	59
3.2.1	Grundlagen	59
3.2.2	Arten von Stichproben	61
3.2.3	Vorgehensweise bei der Stichprobenziehung	65
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	81
3.4	Entwicklung von Multi-Item-Skalen	84
3.4.1	Einführung	84
3.4.2	Arten von Multi-Item-Skalen	87
3.4.3	Skalen für formative versus reflektive Konzepte	91
3.4.4	Definition der zu messenden Konzepte und Sammlung der Items	94
3.4.5	Überprüfung der Reliabilität	96
3.4.6	Überprüfung der Validität	98
3.5	Entwicklung von Fragebögen	104
3.6	Kommunikationsformen bei Befragungen	109
3.6.1	Überblick	109
3.6.2	Persönliche / mündliche Befragung	112
3.6.3	Schriftliche Befragung	113
3.6.4	Telefonische Befragung	115
3.6.5	Online-Befragung	116
3.6.6	Zusammenfassung	118

4	Weitere Untersuchungsdesigns und Erhebungsmethoden der Marktforschung.....	123
4.1	Überblick.....	123
4.2	Qualitative Untersuchungen.....	124
4.2.1	Gruppendiskus'sion.....	124
4.2.2	Tiefeninterview.....	127
4.2.3	Fallstudien.....	129
4.3	Beobachtungsverfahren.....	131
4.3.1	Kennzeichnung von Beobachtungen.....	131
4.3.2	Auswahlprobleme und Gestaltungsmöglichkeiten bei Beobachtungen.....	133
4.4	Panels als Längsschnitt-Untersuchungen.....	137
4.4.1	Wesen und Arten von Panels.....	137
4.4.2	Spezielle Probleme der Panelforschung.....	140
4.5	Experimentelle Untersuchungen.....	141
4.5.1	Experimentelle Designs.....	141
4.5.2	Interne und externe Validität von Experimenten.....	149
4.5.3	Quasi-Experimente.....	153
4.5.4	Testmärkte.....	154
5	Datensammlung und -aufbereitung.....	157
5.1	Überblick.....	157
5.2	Datensammlung.....	163
5.3	Datenaufbereitung.....	166
6	Deskriptive Datenanalyse.....	173
6.1	Überblick.....	173
6.2	Messniveau von Daten.....	174

6.3	Verdichtung von Daten.....	179
6.3.1	Tabellierung und graphische Darstellung von Daten.....	179
6.3.2	Statistische Maßzahlen.....	187
7	Schlüsse auf Grundgesamtheiten.....	195
7.1	Schätzungen.....	195
7.2	Tests.....	205
8	Multivariate Analyseverfahren.....*	:215
8.1	Überblick.....	215
8.2	Regressions- und Varianzanalyse.....	217
8.2.1	Grundidee und Ablauf der Regressionsanalyse.....	217
8.2.2	Anwendungsvoraussetzungen der Regressionsanalyse und deren Überprüfung.....	228
8.2.3	Regression mit Dummy-Variablen und logistische Regression..	235
8.2.4	Varianzanalyse.....	236
8.3	Weitere multivariate Verfahren im Überblick.....	243
8.3.1	Diskriminanzanalyse.....	244
8.3.2	Conjoint-Analyse.....	248
8.3.3	Faktorenanalyse.....	252
8.3.4	Clusteranalyse.....	256
8.3.5	Strukturgleichungsmodelle.....	258
9	Forschungsethik.....	263
	Literaturverzeichnis.....	269
	Stichwortverzeichnis.....	277