

Andreas Herrmann  
Christian Homburg  
Martin Klarmann (Hrsg.)

# Handbuch Marktforschung

Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele

3., vollständig überarbeitete  
und erweiterte Auflage



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis.....	XIII

## Erster Teil

### Grundlagen und Prozess der Marktforschung

<i>Andreas Herrmann, Christian Homburg und Martin Klarmann</i> Marktforschung: Ziele, Vorgehensweise und Nutzung.....	3
<i>Christian Homburg und Harley Krohmer</i> Der Prozess der Marktforschung: Festlegung der Datenerhebungsmethode, Stichprobenbildung und Fragebogengestaltung.....	21
<i>Reinhold Decker und Ralf Wagner</i> Fehlende Werte: Ursachen, Konsequenzen und Behandlung.....	53
<i>Lutz Hildebrandt</i> Hypothesenbildung und empirische Überprüfung.....	81
<i>Nicole Koschate</i> Experimentelle Marktforschung.....	• 107
<i>Hartmut H. Holzmüller und David M. Woisetschläger</i> Herausforderungen in internationalen Forschungsprojekten.....	123

## Zweiter Teil

### Methoden der Datenanalyse

<i>Christian Homburg, Andreas Herrmann, Christian Pjlesser und Martin Klarmann</i> Methoden der Datenanalyse im Überblick.....	151
<i>Gaby Kepper</i> Methoden der qualitativen Marktforschung.....	175
<i>Christian Homburg, Martin Klarmann und Harley Krohmer</i> Statistische Grundlagen der Datenanalyse.....	213

<i>Manfred Hüttner und Ulf Schwarting</i> Exploratorische Faktorenanalyse.....	241
<i>Christian Homburg, Martin Klarmann und Christian Pjlesser</i> Konfirmatorische Faktorenanalyse.....	271
<i>Gerhard A. Wahrer</i> Mehrdimensionale Skalierung.....	305
<i>Ove Jemen</i> • Clusteranalyse.....	335
<i>Markus Brunnhaller und Gerhard A. Wahrer</i> Netzwerkanalyse.....	373
<i>Margit Meyer, Hans-Jörg Diehl und Daniela Wendenburg</i> KoiTespodenzanalyse.....	405
<i>Sonja Gens/er</i> Finite Mixture Modelle.....	439
<i>Bernd Skiera und Sänke A Ibers</i> Regressionsanalyse.....	467
<i>Jan Wieseke</i> Mehrebenenmodelle.....	499
<i>Peter M. Schulze</i> Strukturgleichungsmodelle mit beobachtbaren Variablen.....	521
<i>Christian Homburg, Christian Pjlesser vnd Martin Klarmann</i> Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen: Kausalanalyse.....	547
<i>Andreas Herr mann und Jan R. Landwehr</i> Varianzanalyse.....	579
<i>Heiko Frenzen und Manfred Kr äfft</i> Logistische Regression und Diskriminanzanalyse.....	607
<i>Thorsten Teichert, Henrik Sattler und Franziska Völckner</i> Traditionelle Verfahren der Conjoint-Analyse.....	651
<i>Franziska Völckner, Henrik Saltler und Thorsten Teichert</i> Wahlbasierte Verfahren der Conjoint-Analyse.....	687
<i>Klaus-Peter Wiedmann und Frank Buckler</i> Neuronale Netze.....	713

Dritter Teil

Anwendungen von Marktforschungsmethoden

*Mario Rese und Markus Karger*  
 Konkurrenzanalyse.....745

*Daniel Baier und Michael Brusck*  
 Marktsegmentierung.....769

*Martin Spann, Arina Soukhoroukova und Bernd Skiera*  
 Prognose von Marktentwicklungen anhand virtueller Börsen.....791

*Nikolas Beutin*  
 Messung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.....811

*Christoph Bubmann und Alexander Klüh*  
 „Der Kunde im Fokus“: Marktforschungsgestütztes Kundenbindungsmanage-  
 ment bei der Deutschen Bank.....847

*Manj'red Bruhn und Michael Grund*  
 Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung.....861

*Volker Trommsdorff*  
 Produktpositionierung.....887

*Franz-Rudolph Esch*  
 Messung von Markenstärke und Markenwert.....909

*Hans H. Bauer und Frank Huber*  
 Nutzenorientierte Produktgestaltung.....955

*Bernd Erichson*  
 Testmarktsimulation.....983

*Ludger Gigengack*  
 Marktforschung in der Konsumgüterbranche - Produktentwicklung in gesättigten  
 Märkten.....1003

*Martin Einhorn*  
 Nutzen und Grenzen von Onlinemarktforschung in der Automobilindustrie am  
 Beispiel von Audi.....1023

*Christian Lüthje*  
 Adoption von Innovationen.....1041

<i>Markus Voeth und Christian Niederauer</i>	
Ermittlung von Preisbereitschaften und Preisabsatzfunktionen.....	1073
<i>Günter Silberer und Oliver B.-. Büttner</i>	
Marktforschung am Point of Sale.....	1097
<i>Karen Gedenk</i>	
Erfolgsniessung bei Verkaufsförderungsaktionen .....	1125
<i>Franz-Rudolf Esch</i>	
Werbewirkungsforschung.....	1147
Stichwortverzeichnis.....	1197