

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Abbildungsverzeichnis .....	9
Tabellenverzeichnis .....	11
<b>1 Grundlagen der Marktforschung .....</b>	<b>13</b>
1.1 Begriff, Bedeutung und historische Entwicklung .....	13
1.2 Ziele, Aufgaben und Erscheinungsformen .....	20
1.3 Entwicklungen und Trends .....	22
1.4 Rahmenbedingungen .....	27
1.5 Marktforschungsprozess .....	33
<b>2 Untersuchungsziel: Was soll mit der Studie erreicht werden? .....</b>	<b>35</b>
2.1 Problemstellung und Zielformulierung .....	35
2.2 Hypothesenableitung und -formulierung .....	39
<b>3 Studientyp: Wie sollen Erkenntnisse gewonnen werden? .....</b>	<b>45</b>
3.1 Sekundär- vs. Primärforschung .....	45
3.2 Qualitative vs. quantitative Forschung .....	50
<b>4 Durchführender: Wer führt die Studie durch? .....</b>	<b>53</b>
4.1 Eigen- vs. Fremdmarktforschung .....	53
4.2 Erhebungstool und Marktforschungsinstitut .....	55
<b>5 Erhebungsumfang: Welche und wie viele Elemente werden erhoben? .....</b>	<b>63</b>
5.1 Grundgesamtheit .....	63
5.2 Voll- vs. Teilerhebung .....	64
5.3 Auswahlverfahren .....	67
5.4 Stichprobenumfang .....	79
<b>6 Erhebungsmethode und -form: Wie werden Daten gewonnen? .....</b>	<b>89</b>
6.1 Befragung vs. Beobachtung .....	89
6.2 Experiment .....	122
6.3 Querschnitts- vs. Längsschnittstudie .....	127

<b>7</b>	<b>Erhebungsinstrument: Wie werden Daten erfasst und gemessen?</b> .....	<b>133</b>
7.1	Operationalisierung .....	133
7.2	Fragebogen .....	148
7.3	Interviewleitfaden .....	161
7.4	Beobachtungsanleitung/-bogen .....	163
<b>8</b>	<b>Erhebungsablauf und -durchführung: Wo wird wann wie lange erhoben?</b> .....	<b>169</b>
8.1	Klärung rechtlicher Fragen .....	169
8.2	Ankündigung und Anschreiben .....	171
8.3	Incentivierung .....	175
8.4	Feldzeit und Nachfassaktion .....	180
<b>9</b>	<b>Datenanalyse: Wie leiten sich welche Erkenntnisse aus den Daten ab?</b> .....	<b>183</b>
9.1	Vorbereitende Maßnahmen .....	183
9.2	Anwendung von Analyseverfahren .....	192
9.3	Ergebnisinterpretation .....	199
<b>10</b>	<b>Qualitätsbeurteilung: Wurde das Untersuchungsziel erreicht?</b> .....	<b>201</b>
10.1	Qualitätssicherung in unterschiedlichen Phasen .....	201
10.2	Gütekriterien zur Qualitätsbeurteilung .....	203
<b>11</b>	<b>Ergebnispräsentation: Wie lassen sich Ergebnisse passend kommunizieren?</b> .....	<b>213</b>
11.1	Ziel- und Zielgruppenfokussierung .....	213
11.2	Präsentationsformat, Ergebnisdarstellung und -formulierung .....	214
11.3	Einholung von Feedback .....	221
11.4	Klärung weiterer Bedarfe .....	222
	Literatur .....	223
	Glossar .....	239
	Stichwortverzeichnis .....	253
	Die Autoren .....	259