

1. ZIELSETZUNG UND OBERBLICK	1
1.1 Die bekannten Verfahren	4
1.2 Ein qualitativer Ansatz	16
2. AUSWERTUNG DER STRUKTUREN AUF DEN AUSPRÄGUNGEN	20
3. AGGREGATION DER RELATIONEN	30
3.1 Die Ergebnisrelation als Ähnlichkeit	30
3.2 Andere Anordnungen	39
3.3 Gewichtungen	42
4. KLASSIFIKATION MITTELS R	43
5. EIN BEISPIEL AUS DEM MARKETINGBEREICH	49
6. DEFINITIONEN, GRUNDBEGRIFFE	62
ANHANG	72
ABKÜRZUNGEN UND SYMBOLE	77
LITERATURVERZEICHNIS	78