

# Inhaltsverzeichnis

<b>Über die Verfasser</b> . . . . .	5
<b>Vorwort</b> . . . . .	7
<b>Inhaltsverzeichnis</b> . . . . .	9
<b>1 Marktforschung im Kontext</b> . . . . .	11
<b>2 Untersuchungsziel erkennen und definieren</b> . . . . .	17
<b>3 Forschungsplan erstellen und Daten erheben</b> . . . . .	22
3-1 Sekundärforschung – vorhandene Daten erheben . . . . .	23
3-2 Primärforschung – neue Daten erheben . . . . .	26
3-2a Experten befragen . . . . .	27
3-2b Hypothesen bilden . . . . .	30
3-2c Operationalisierung erstellen . . . . .	33
3-2d Erhebungsmethode definieren . . . . .	38
3-2e Erhebungsinstrument wählen . . . . .	46
3-2f Kontaktmethode wählen . . . . .	68
3-2g Sampling-Plan erstellen . . . . .	72
3-2h Daten erheben . . . . .	85
<b>4 Erhobene Daten analysieren und interpretieren</b> . . . . .	87
4-1 Daten aufbereiten . . . . .	92
4-2 Deskriptive Statistik . . . . .	97
4-2a Univariate Analysemethoden . . . . .	97
4-2b Bivariate Analysemethoden . . . . .	105
4-2c Multivariate Analysemethoden . . . . .	116
4-3 Induktive Statistik . . . . .	127

<b>5</b>	<b>Fallstudie »GOIN forward &gt;&gt;«</b> . . . . .	131
5-1	Projektbeschreibung . . . . .	131
5-2	Untersuchungsziel erkennen und definieren . . . . .	132
5-3	Forschungsplan erstellen und Daten erheben . . . . .	134
5-3a	Sekundärforschung – vorhandene Daten erheben . . . . .	134
5-3b	Primärforschung – neue Daten erheben . . . . .	135
5-4	Erhobene Daten analysieren und interpretieren . . . . .	155
5-5	Ergebnisse präsentieren und kommunizieren . . . . .	156
<b>6</b>	<b>Hilfreiche Internetadressen</b> . . . . .	164
	<b>Literaturverzeichnis</b> . . . . .	167
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	169