

Inhalt

Vorwort.....	5
1	Zur Relevanz von Experimenten in der Marketingforschung.....9
2	Grundlagen sozialwissenschaftlicher Forschung11
2.1	Wissenschaftstheoretische Grundlagen11
2.1.1	Wissenschaftstheoretische Grundpositionen11
2.1.2	Arbeiten mit Theorien zur Hypothesenbildung13
2.1.3	Unterschiedshypothesen und Kausalhypothesen14
2.2	Statistische Grundlagen.....16
2.2.1	Ein intuitives Beispiel zur statistischen Signifikanz.....16
2.2.2	Fehler erster Art.....17
2.2.3	Konfidenzintervall.....18
2.2.4	t-Test und p-Wert19
3	Konzeption und Durchführung von Experimenten.....23
3.1	Konzeptionelle Grundlagen zu Experimenten.....23
3.2	Experimentelle Versuchspläne und Stichprobengröße.....25
3.3	Vermeidung von Methodenfehlern31
3.4	Operationalisierung von Variablen34
3.5	Kontrolle von Störvariablen.....36
3.6	Kriterien zur Überprüfung der Güte von Experimenten.....39
4	Auswertung von Experimenten mittels Varianzanalyse.....43
4.1	Grundidee der Varianzanalyse.....43
4.2	Vorbereitung und erste Schritte47
4.2.1	Getrennte Datensätze eines Experiments zum ANOVA-Datensatz verknüpfen ..47
4.2.2	Einlesen der Daten in SPSS50
4.2.3	Datenansicht und Variablenansicht.....50
4.2.4	Berechnung der gemittelten Variablen.....51
4.2.4.1	Reliabilitätsprüfung.....51
4.2.4.2	Neue Variablen berechnen52
4.3	Voruntersuchungen zur Varianzanalyse55
4.3.1	Erste deskriptive Auswertungen.....55
4.3.2	Manipulation Checks57
4.3.2.1	Generelles Vorgehen57
4.3.2.2	Unterschiedliche Erscheinungsformen.....57
4.3.2.3	Notwendigkeit und Verarbeitung.....62
4.3.3	Prämissenüberprüfung63
4.3.3.1	Prämissen der ANOVA64
4.3.3.2	Zusätzliche Prämissen der MANOVA67
4.3.3.3	Zusätzliche Prämissen der ANCOVA69

4.4	Durchführung einer (M)AN(C)OVA.....	72
4.4.1	Durchführung und Identifikation signifikanter Effekte.....	72
4.4.2	Wirkungsrichtung der signifikanten Effekte.....	77
4.4.2.1	Graphische Analyse	77
4.4.2.2	A-priori-Kontraste	80
4.4.2.3	Post-Hoc-Tests	82
4.4.3	Effektstärke der signifikanten Effekte.....	86
4.4.4	Interpretation von Interaktionseffekten.....	87
5	Fallstudie zur Anwendung der Konzeption, Durchführung und Auswertung von Experimenten.....	89
5.1	Exemplarischer Datensatz.....	89
5.2	Konzeption und Durchführung eines Experiments.....	90
5.2.1	Auswahl der Faktoren und abhängigen Variablen.....	90
5.2.2	Auswahl der Faktorstufen	92
5.2.3	Durchführung des Experiments.....	94
5.3	Auswertung eines Experiments mittels Varianzanalyse.....	94
5.3.1	Vorbereitung und erste Schritte	94
5.3.2	Voruntersuchungen	96
5.3.3	Durchführung der Varianzanalyse.....	102
6	Fazit und Ausblick	109
	Literatur.....	111