

Inhaltsverzeichnis

Erstes Kapitel

Seite

Grundlagen der demoskopischen Marktforschung

I. Grundbegriffe	13
1. Demoskopische und ökoskopische Marktforschung	13
2. Gegenstände der demoskopischen Marktforschung	16
3. Marktforschung und Statistik	23
4. Marktforschung und Markterkundung	24
5. Marktforschung und Marktanalyse	26
6. Unmittelbare und mittelbare Marktforschung	27
7. Zweckfreie und zweckgebundene Marktforschung	28
8. Marktforschung, Verbrauchsforschung und Absatzforschung	29
II. Entwicklungsphasen	29

Zweites Kapitel

Erhebungsmethoden der demoskopischen Marktforschung

I. Befragung	35
1. Auskunftspersonen	36
2. Befragungsgegenstände	43
3. Befragungsstrategien	49
4. Befragungstaktiken	54
5. Zahl der Untersuchungsthemen einer Befragung	61
6. Arten der Kommunikation bei Befragungen	63
II. Beobachtung	65
III. Anwendung experimenteller Verfahren	70

Drittes Kapitel

Praktische Durchführung der demoskopischen Marktanalyse

I. Vorbereitende Maßnahmen einer Befragung	79
1. Festlegung der benötigten Informationen	80
2. Durchführung von Voruntersuchungen	81
3. Aufstellung eines Arbeits- und Kostenplanes	84

II. Der Ablauf der Hauptuntersuchung	86
1. Entwicklung des Fragebogens	86
a) Aufbau des Fragebogens	88
b) Formulierung der Fragen	91
c) Gestaltung des Fragebogens	103
d) Kontrolle der Brauchbarkeit des Fragebogens durch eine Probebefragung	103
2. Festlegung der Befragungsmasse	104
a) Auswahlverfahren	105
b) Anforderungen in bezug auf Genauigkeit und Sicherheit der Untersuchungsergebnisse	108
c) Größe der Erhebung	111
3. Der Interviewer-Einsatz	114
a) Allgemeine Ausbildung der Interviewer	115
b) Vorbereitung des Interviewer-Einsatzes	115
c) Spezielle Arbeitsanweisungen für die Interviewer	117
d) Überwachung und Kontrolle der Interviewer	117
4. Aufbereitung und Analyse des Materials	118
a) Rücklaufkontrolle der Fragebogen	119
b) Verschlüsselung und Übertragung der Angaben auf Lochkarten und Durchführung notwendiger Korrekturen	119
c) Aufstellung eines Zählplanes und Durchführung der Zählungen	123
d) Probleme der Umrechnung absoluter Zahlen in relative Werte	126
e) Durchsicht und Ergänzung der Rohtabellen	128
5. Abfassung des Untersuchungsberichtes	129
a) Grundsätze der Berichtsabfassung	129
b) Probleme der graphischen und tabellarischen Darstellung von Untersuchungsergebnissen	130
c) Kommentierung der Befunde	131

Viertes Kapitel

Der Einsatz der demoskopischen Marktforschung im Betrieb

I.	Marktforschung und unternehmerische Entscheidung	135
II.	Analyse der betrieblichen Marktposition	140
III.	Fundierung des absatzpolitischen Mitteleinsatzes	143
	1. Marktforschung und Preispolitik	143
	2. Marktforschung und Produktgestaltung	145
	3. Marktforschung und Werbung	147
	4. Marktforschung und Absatzmethode	150

Fünftes Kapitel

Die Organisation der Marktforschung

I.	Die Organisation der betrieblichen Marktforschung	152
	1. Der organisatorische Aufbau der betrieblichen Marktforschungsabteilung	153
	2. Die Stellung der Marktforschungsabteilung innerhalb der Betriebshierarchie	158
II.	Die Ausgliederung von Marktforschungsfunktionen	160
	1. Marktforschung durch Marktforschungsinstitute	161
	2. Marktforschung durch Wirtschaftsforschungsinstitute	163
	3. Marktforschung durch Werbeagenturen	163
	4. Marktforschung durch Verbände	164
	5. Marktforschung durch Kammern	168
	6. Marktforschung durch Absatzberater	168
	Exkurs: Gemeinschaftsmarktforschung	169
III.	Berufsständische Organisationen	170
	1. Deutsche Berufsorganisationen	170
	a) Der Arbeitskreis Deutscher Marktforschungs-Institute e. V.	170
	b) Der Bundes-Verband Deutscher Marktforscher e. V. (BVM)	172
	2. Internationale Berufsorganisationen	173
	a) ESOMAR (European Society for Opinion Surveys and Market Research)	173
	b) WAPOR (World Association for Public Opinion Research)	174
	c) IMF (International Marketing Federation)	174

	Seite
IV. Die Organisation der Marktforschung auf internationaler Ebene . .	175
1. Marktforschungsinstitute mit internationalen Verflechtungen . .	175
2. Internationale Marktforschungsringe	178
<i>Literaturverzeichnis</i>	181
<i>Namensregister</i>	192
<i>Sachregister</i>	193