

Inhaltsverzeichnis

1.	Entscheidungsorientierte Marktforschung	9
1.1.	Explorative Studien	9
1.2.	Deskriptive Studien	10
1.3.	Kausale Studien	10
1.3.1.	Nichtexperimentelle Beobachtung	13
1.3.2.	Experimente	15
1.3.2.1.	Informale Experimente	16
1.3.2.2.	Formale Experimente	22
1.4.	Das Experimentierumfeld	23
1.4.1.	Das Laboratorium	23
1.4.2.	Das Feld	29
1.5.	Die Validität	33
2.	Der vollständige Zufallsplan	37
2.1.	Grundlagen	37
2.2.	Das Modell	41
2.3.	Die Varianzanalyse	44
2.4.	Analyse der Ergebnisse	47
2.4.1.	A-posteriori-Verfahren	47
2.4.1.1.	Der globale (overall) F -Test	50
2.4.1.2.	Vergleich zwischen Mittelwerten	52
2.4.1.3.	Der LSD-Test	56
2.4.2.	A-priori-Tests (geplante Vergleiche)	58
2.4.2.1.	t -Test	58
2.4.2.2.	Dunn's Test oder Bonferroni's t -statistic	59
2.4.2.3.	F -Test	60
2.5.	Signifikanzniveau	61
2.6.	Demonstrationsbeispiel	62
3.	Überblick: Komplexe Versuchspläne	68
3.1.	Experimentelle Kontrolle von Störvariablen	68
3.2.	Berücksichtigung mehrerer Faktoren	73

4.	Experimentelle Kontrolle von Störvariablen	76
4.1.	Der Zufällige Block-Plan	76
4.1.1.	Das Modell	76
4.1.2.	Die Varianzanalyse	78
4.1.3.	Analyse der Ergebnisse	83
4.1.4.	Die Wirksamkeit des zufälligen Block-Plans	84
4.1.5.	Demonstrationsbeispiel	85
4.1.6.	Literaturbeispiel	89
4.2.	Das lateinische Quadrat	91
4.2.1.	Das Modell	93
4.2.2.	Die Varianzanalyse	97
4.2.3.	Analyse der Ergebnisse	103
4.2.4.	Das griechisch-lateinische Quadrat	103
4.2.5.	Demonstrationsbeispiel	105
4.3.	Multivariate Blockbildung	112
4.3.1.	Diskriminanzanalyse	112
4.3.2.	Clusteranalyse	114
5.	Berücksichtigung mehrerer Faktoren	117
5.1.	Der vollständige faktorielle Zufallsplan	117
5.1.1.	Das Modell	120
5.1.2.	Die Varianzanalyse	122
5.1.3.	Analyse der Ergebnisse	128
5.1.4.	Demonstrationsbeispiel	128
6.	Kombinierte Versuchspläne	134
6.1.	Der zufällige faktorielle Block-Plan	135
6.1.1.	Das Modell	135
6.1.2.	Die Varianzanalyse	136
6.1.3.	Analyse der Ergebnisse	139
6.1.4.	Demonstrationsbeispiel	139
6.1.5.	Literaturbeispiel	140
7.	Die Anwendung der Experimentellen Methode	143
7.1.	Der Einsatz der Experimentellen Methode im Rahmen Adaptiver Modelle ..	143
7.2.	Die Überprüfung der Validität von Modellen durch Experimente	145
7.3.	Grenzen der Experimentellen Methode	148
7.3.1.	Probleme allgemeiner Art	148

7.3.2.	Probleme beim Einsatz der Experimentellen Methode in bestimmten Bereichen des Marketing	149
8.	Anhang	150
8.1.	Grundlagen der Diskriminanzanalyse	150
8.1.1.	Die Einführung von Fehlklassifikationskosten	150
8.1.2.	Die Angabe von A-priori-Wahrscheinlichkeiten	151
8.1.3.	Die Erstellung der Diskriminanzfunktion	153
8.1.4.	Die Darstellung und Auswertung der Ergebnisse	155
8.1.5.	Probleme bei der Anwendung der Diskriminanzanalyse	157
8.2.	Grundlagen der Clusteranalyse	157
8.2.1.	Die Clusterbildung	157
	Literaturverzeichnis	161