

Andreas Herrmann  
Christian Homburg  
Martin Klarmann (Hrsg.)

# Handbuch Marktforschung

Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele

*f* 3., vollständig überarbeitete  
und erweiterte Auflage



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis.....	XIII

## Erster Teil

### Grundlagen und Prozess der Marktforschung

<i>Andreas Herrmann, Christian Homburg und Martin Klarmann</i> Marktforschung: Ziele, Vorgehensweise und Nutzung.....	3
<i>Christian Homburg und Harley Krohmer</i> Der Prozess der Marktforschung: Festlegung der Datenerhebungsmethode, Stich- probenbildung und Fragebogengestaltung.....	21
<i>Reinhold Decker und Ralf Wagner</i> Fehlende Werte: Ursachen, Konsequenzen und Behandlung.....	53
<i>Lutz Hildebrandt</i> Hypothesenbildung und empirische Überprüfung.....	81
<i>Nicole Koschate</i> Experimentelle Marktforschung.....	107
<i>Hartmut H. Holz Müller und David M. Woisetschläger</i> Herausforderungen in internationalen Forschungsprojekten.....	123

## Zweiter Teil /

### Methoden der Datenanalyse

<i>Christian Homburg, Andreas Herrmann, Christian Pflesser und Martin Klarmann</i> Methoden der Datenanalyse im Überblick.....	151
<i>Gaby Kepper</i> Methoden der qualitativen Marktforschung.....	175
<i>Christian Homburg, Martin Klarmann und Harley Krohmer</i> Statistische Grundlagen der Datenanalyse.....	213

**X**

<i>Manfred Hüttner und Ulf Schwarting</i> Exploratorische Faktorenanalyse.....	241
<i>Christian Homburg, Martin Klarmann und Christian Pflesser</i> Konfirmatorische Faktorenanalyse.....	271
<i>Gerhard A. Wührer</i> Mehrdimensionale Skalierung.....	305
<i>Ove Jensen</i> Clusteranalyse.....	335
<i>Markus Brunnthaller und Gerhard A. Wührer</i> Netzwerkanalyse.....	373
<i>Margit Meyer, Hans-Jörg Diehl und Daniela Wendenburg</i> Korrespondenzanalyse.....	405
<i>Sonja Gensler</i> Finite Mixture Modelle.....	439
<i>Bernd Skiera und Sänke Albers</i> Regressionsanalyse.....	467
<i>Jan Wieseke</i> Mehrebenenmodelle.....	499
<i>Peter M. Schulze</i> Strukturgleichungsmodelle mit beobachtbaren Variablen.....	521
<i>Christian Homburg, Christian Pflesser und Martin Klarmann</i> Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen: Kausalanalyse.....	547
<i>Andreas Herrmann und Jan R. Landwehr</i> Varianzanalyse.....	579
<i>Heiko Frenzen und Manfred Krafft</i> Logistische Regression und Diskriminanzanalyse.....	607
<i>Thorsten Teichert, Henrik Sattler und Franziska Völckner</i> Traditionelle Verfahren der Conjoint-Analyse.....	651
<i>Franziska Völckner, Henrik Sattler und Thorsten Teichert</i> Wahlbasierte Verfahren der Conjoint-Analyse.....	687
<i>Klaus-Peter Wiedmann und Frank Buckler</i> Neuronale Netze.....	713



XII

<i>Markus Voeth und Christian Niederauer</i>	
Ermittlung von Preisbereitschaften und Preisabsatzfunktionen.....	1073
<i>Günter Silberer und Oliver B. Büttner</i>	
Marktforschung am Point of Sale.....	1097
<i>Karen Gedenk</i>	
Erfolgsmessung bei Verkaufsförderungsaktionen.....	1125
<i>Franz-Rudolf Esch</i>	
Werbewirkungsforschung.....	1147
Stichwortverzeichnis.....	1197