



## Vom Datensatz zur Interpretation – Grundlagen der Marktforschung

Die Verbreitung von Informationstechnologien ermöglicht Unternehmen den Zugriff auf wertvolle Markt-, Unternehmens- und Wettbewerbsdaten. Leider „schlummern“ diese Informationen in vielen Unternehmen in Datenbanken, ohne dass sie systematisch ausgewertet werden. Die Nutzung von Marktdaten spielt eine immer größere Rolle bei der strategischen Positionierung von Unternehmen. Entsprechend werden Kenntnisse zur Analyse dieser Marktdaten zunehmend wichtiger. Das Seminar soll Sie in die Lage versetzen, diesen „Datenschatz“ zu nutzen. In einer Einführung werden – in allgemein verständlicher Sprache – die wichtigsten Begriffe der Statistik und der modernen Datenanalyse dargestellt und darauf aufbauend die einschlägigen Analysemethoden computergestützt vermittelt.

## Komplexere Zusammenhänge erkennen – Aufbauseminar Marktforschung

Viel Energie wird auf das Archivieren und Verwalten, eher wenig Energie dagegen auf die systematische multivariate Analyse von Datenbankinformationen verwendet. Um strategischen Nutzen aus Kunden und Marktdaten ziehen zu können, wird methodisches Wissen benötigt, das über die normale Statistikvorlesung im Studium hinausgeht. Professionelles Data-mining setzt fundierte Kenntnisse in diversen multivariaten Analysemethoden voraus. Das Seminar soll Ihnen diese Verfahren näher bringen und Sie in die Lage versetzen, diese selbstständig computergestützt anzuwenden.

### Vorkenntnisse

#### **Grundlagen der Marktforschung**

Kenntnisse in Statistik werden nicht vorausgesetzt

#### **Aufbauseminar Marktforschung**

Ihnen sind die Grundlagen der Statistik aus dem Studium oder aus dem Grundlagenseminar bekannt

## Zielgruppen

### Grundlagen der Marktforschung

Mitarbeiter, Projektleiter und Führungskräfte, die sich beruflich mit Marktdaten auseinandersetzen und mehr Sicherheit in der Datenauswertung wünschen

### Aufbauseminar Marktforschung

Mitarbeiter, Projektleiter und Führungskräfte, die sich beruflich mit Marktdaten auseinandersetzen und Datamining professionell betreiben; Mitarbeiter, die sich das Handwerkszeug zur professionellen Datenanalyse aneignen möchten, das ihnen die Analyse des Zusammenspiels einer Vielzahl von Variablen im Rahmen von sogenannten multivariaten Analyseverfahren ermöglicht

## Ihr Nutzen

### Grundlagen der Marktforschung

- Sie erwerben Kenntnisse der Datenerhebung.
- Sie erlernen den sicheren Umgang mit der Analyse von Marktdaten.
- Sie eignen sich Methodenkenntnisse zur sinnvollen Zusammenfassung von Daten und zu deren Interpretation an.
- Sie erlernen die professionelle Interpretation der Ergebnisse von Datenanalysen.
- Sie erlernen den Umgang mit Statistiksoftware am Beispiel von SPSS.

### Aufbauseminar Marktforschung

- Sie eignen sich Kenntnisse multivariater Verfahren an (z.B. Regression, Logistische Regression, Varianzanalyse, Clusteranalyse).
- Sie erwerben die Fähigkeit, komplexe multivariate Datenanalysen selbstständig mithilfe von SPSS durchzuführen.

## Methoden

Vorträge, Diskussionen, (multivariate) Analysen von Marktdaten mit SPSS und Computerübungen

## Seminardatum, -zeit und -ort

### Grundlagen der Marktforschung

7. November 2011, 9:00 bis 17:00 Uhr,  
ZEW · L 7,1 · 68161 Mannheim

### Aufbauseminar Marktforschung

8. November 2011, 9:00 bis 17:00 Uhr,  
ZEW · L 7,1 · 68161 Mannheim

## Programm

### Vom Datensatz zur Interpretation – Grundlagen der Marktforschung

Montag, 7. November 2011

#### Vom Zahlenwust zum ordentlichen Datensatz:

- Erhebungsmethoden
- Skalierungsmethoden
- Datensaufbereitung

#### Aus der Zahl wird eine Information:

- Lage- und Verteilungsmaße und deren graphische Darstellung

#### Statistischer Zusammenhang zwischen zwei Variablen:

- Phi, Cramers V, Kontingenzkoeffizient
- Rangkorrelation und Scheinkorrelation

#### Ist ein Zusammenhang signifikant?

- Chi<sup>2</sup>-Test
- Wilcoxon-Test
- U-Test
- H-Test
- t-Test

### Komplexere Zusammenhänge erkennen – AufbauSeminar Marktforschung

Dienstag, 8. November 2011

#### Bewertung von Gruppenunterschieden mit Hilfe der Varianzanalyse:

- Einfaktorielle Varianzanalyse
- Mehrfaktorielle Varianzanalyse
- Computeranwendungen mit SPSS

#### Multiple Regression:

- Erste Schritte bi- und multivariater Regressionen
- Nichtlinearität und Komplexität: Ein Problem?
- Regressionsdiagnostik
- Computeranwendungen mit SPSS

#### Logistische Regression und Regressionsdiagnostik:

- Grundlagen der logistischen Regression
- Computeranwendungen mit SPSS

#### Einsatz der Clusteranalyse zur Kunden- und Marktsegmentierung:

- Hierarchisch Agglomerative Cluster-Analyse
- k-means-Cluster-Analyse
- Computeranwendungen mit SPSS

## Referenten



**Dr. Birgit Aschhoff** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZEW im Forschungsbereich „Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung“. Sie hat in einer Vielzahl von Forschungsprojekten Daten erhoben, multivariat ausgewertet und Ergebnisse in Fachzeitschriften publiziert. Zudem gibt sie als Lehrbeauftragte Seminare zum Thema der computergestützten Datenanalyse an der Hochschule Pforzheim.



**Prof. Dr. Thomas Cleff**, ist an der Hochschule Pforzheim für die Fächer der „Quantitativen Methoden der BWL“ zuständig. Er ist ausgewiesener Experte im Bereich der quantitativen Marktforschung und hat hierzu zahlreiche Publikationen veröffentlicht und Expertenseminare gehalten. Neben seiner Lehrtätigkeit ist er am ZEW an einer Reihe von Forschungsprojekten zu internationalen Unternehmensstrategien beteiligt.

## Allgemeine Informationen

### Seminargebühr

Die Seminargebühr beträgt je Seminar EUR 570,- (zzgl. 7% USt.) und beinhaltet Schulungsunterlagen, Pausen- und Veranstaltungsgetränke sowie das Mittagessen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

### Rabattsystem

**Mehrfachbuchung:** Das ZEW gewährt bei Buchung desselben Seminars durch verschiedene Mitarbeiter einer Institution einen Mengenrabatt von 10 Prozent ab dem zweiten Teilnehmer auf die reguläre Seminargebühr. Sollte ein Teilnehmer mehrere Seminare gleichzeitig buchen, erhält er ab dem zweiten Seminar 10 Prozent Rabatt auf die reguläre Seminargebühr.

**Sonderrabatt:** Angehörige der WGL, von Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären öffentlichen Forschungseinrichtungen, Angehörige von Bundes- und Landesministerien / -behörden sowie von der zuständigen Steuerbehörde nach § 52 Abgabenordnung (AO) anerkannte, gemeinnützige Organisationen erhalten 30 Prozent Rabatt auf die reguläre Seminargebühr.

Einzelne Rabatte sind nicht aufsummierbar.

Unsere Geschäfts- und Teilnahmebedingungen finden Sie unter [www.zew.de/agbs](http://www.zew.de/agbs)

### Anmeldung

Bitte melden Sie sich zur Seminarteilnahme über das Internet ([www.zew.de/weiterbildung](http://www.zew.de/weiterbildung)) an.

### Seminarorganisation

Bei Fragen zur Seminarorganisation bzw. zu Übernachtungsmöglichkeiten wenden Sie sich bitte an Vera Pauli, Telefon: +49/621/1235-124, Fax: +49/621/1235-125, E-Mail: [pauli@zew.de](mailto:pauli@zew.de)

Für unsere Teilnehmer sind Zimmerkontingente mit Sonderkonditionen in unseren Partnerhotels in ZEW-Nähe reserviert. Auf Wunsch übernimmt das ZEW Ihre Zimmerreservierung. Die Übernachtungskosten sind vom Teilnehmer direkt mit dem Hotel abzurechnen.



Das ZEW arbeitet auf dem Gebiet der anwendungsbezogenen empirischen Wirtschaftsforschung. Seine zentralen Aufgaben sind die wirtschaftswissenschaftliche Forschung, die wirtschaftspolitische Beratung sowie der Wissenstransfer. Dabei wendet sich das Institut an Entscheider in Politik, Wirtschaft und Verwaltung, an Wissenschaftler im In- und Ausland sowie an die interessierte Öffentlichkeit.

Forschungsschwerpunkte des Instituts sind: Internationale Finanzmärkte und Finanzmanagement; Arbeitsmärkte, Personalmanagement und Soziale Sicherung; Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung; Unternehmensbesteuerung und Öffentliche Finanzwirtschaft; Umwelt- und Ressourcenökonomik, Umweltmanagement; Informations- und Kommunikationstechnologien; Wachstums- und Konjunkturanalysen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.zew.de](http://www.zew.de) oder [www.zew.eu](http://www.zew.eu) und von der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des ZEW:

- ☉ Gunter Grittmann, Telefon: 0621/1235-132, E-Mail: [grittmann@zew.de](mailto:grittmann@zew.de)
- ☉ Kathrin Böhmer, Telefon: 0621/1235-103, E-Mail: [boehmer@zew.de](mailto:boehmer@zew.de)

### **Der Servicebereich „Wissenstransfer und Weiterbildung“**

Das ZEW verfügt als einziges deutsches Wirtschaftsforschungsinstitut über einen eigenen Weiterbildungsbereich, um die Ergebnisse der wissenschaftlichen Forschungsarbeit des Instituts praxisnah an Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen und Institutionen zu vermitteln. Die enge Kooperation zwischen Wissenschaftlern des ZEW und exzellenten Praktikern ermöglicht eine wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Weiterbildung.

Das Angebot des ZEW gliedert sich in zwei Teile. Es umfasst zum einen Expertenseminare und zum anderen die spezifische Weiterbildung für Unternehmen und Institutionen.

#### **Expertenseminare**

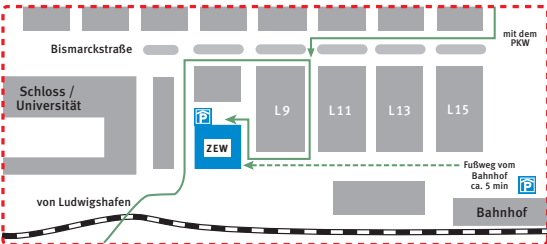
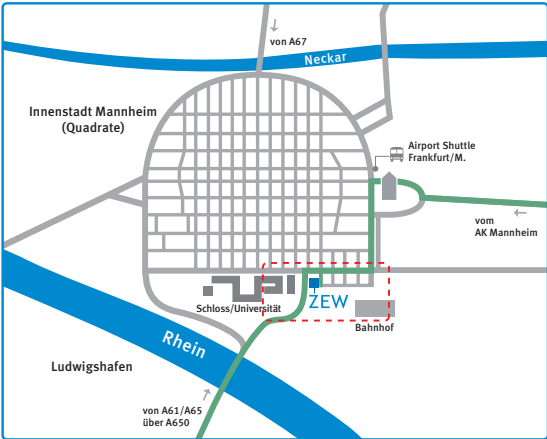
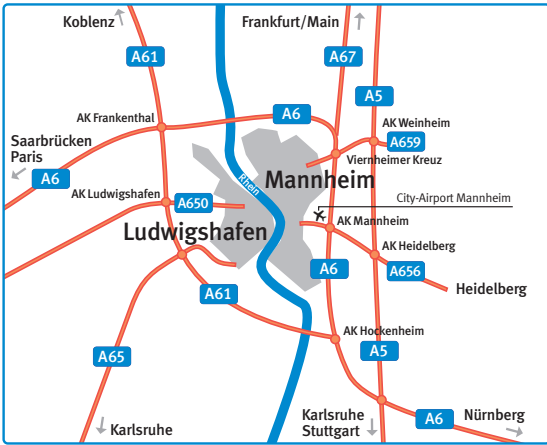
- ☉ Methodenkompetenz
- ☉ Qualifizierungsprogramm Ökonometrie
- ☉ Finanzmarktanalyse und -management
- ☉ Unternehmensführung und Organisation

#### **Spezifische Weiterbildung für Unternehmen und Institutionen**

- ☉ Methodenkompetenz
- ☉ Volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kompetenz
- ☉ Kompetenzen in der Vermittlung von Soft Skills

---

Hinweis: Die verwendeten männlichen Bezeichnungen dienen ausschließlich der besseren Lesbarkeit und gelten ausdrücklich für beide Geschlechter.



# ZEW

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH

L 7, 1 · 68161 Mannheim  
 Postfach 103443 · 68034 Mannheim  
 Telefon 0621/1235-01 (Zentrale)  
 Telefax 0621/1235-224  
 Internet [www.zew.de](http://www.zew.de) · [www.zew.eu](http://www.zew.eu)