



## **Befragungen kompetent gestalten und durchführen**

24. November 2010, Mannheim

## **Vom Datensatz zur Interpretation – Grundlagen der Marktforschung**

29. November 2010, Mannheim

## **Komplexere Zusammenhänge erkennen – AufbauSeminar Marktforschung**

30. November 2010, Mannheim



# Befragungen kompetent gestalten und durchführen

Viele Fragestellungen werden anhand von Umfragedaten untersucht. Doch empirische Analysen können nur so gut wie die ihnen zugrunde liegenden Daten sein. Deshalb kommt es darauf an, jede Befragung optimal auf die zu beantwortende Fragestellung zuzuschneiden. Im Rahmen des Seminars vermitteln wir Ihnen das zur Planung und Durchführung von Befragungen erforderliche Wissen. Wir zeigen Ihnen, wie inhaltliche Aspekte die Gestaltung von Befragungen beeinflussen. Die Erstellung einer geeigneten Stichprobe, unterschiedliche Erhebungsmethoden und deren Vor- und Nachteile sowie der Prozess und die Möglichkeiten der Fragebogen-gestaltung werden ausführlich diskutiert. Einen speziellen Seminar-schwerpunkt bildet die Durchführung von internetbasierten Befragungen. Hier werden verschiedene Grundsätze aufgezeigt, die im Vergleich zu „traditionellen“ Befragungsmethoden zu beachten sind. Sie werden in einer Computerübung mit der Erstellung eines internetbasierten Frage-bogens vertraut gemacht. Datenschutzrechtliche Aspekte von Befragungen runden schließlich das Seminarprogramm ab.

## Ihr Nutzen

- Sie lernen, was bei der Planung und Durchführung von Befragungen zu beachten ist.
- Sie erfahren, wie sich Erhebungsinhalte und Befragungsmethode wechselseitig beeinflussen.
- Sie sammeln in einer Computerübung Erfahrungen mit internetbasierten Befragungsmethoden.
- Sie werden über datenschutzrechtliche Aspekte von Befragungen informiert.

## Zielgruppen

Projektleiter und Mitarbeiter von Verbänden sowie Industrie- und Handelskammern, Wissenschaftler, Mitarbeiter von Personalabteilungen und den Medien

## Methoden

Vorträge mit zahlreichen Beispielen, Computerübung zu internet-basierten Befragungsmethoden

## Programm

### Befragungen kompetent gestalten und durchführen

24. November 2010

#### Planung und Durchführung von Befragungen: Einführung in das Seminarthema

- **Einfluss der Fragestellung auf die Befragungsgestaltung**
  - Wie der Inhalt das weitere Vorgehen bestimmt
  - Wie inhaltliche und organisatorische Aspekte die möglichen Ergebnisse beeinflussen
  
- **Aspekte der Befragungsgestaltung**
  - Erhebungsmethode
  - Stichprobe
  - Fragentypen
  - Filterführung
  
- **Aspekte der Befragungsdurchführung**
  - Kooperation mit einem Befragungsinstitut
  - Optimierung der Teilnahmequote
  - Besonderheiten internetbasierter Befragungen
  - Technische Umsetzung
  - Anwendungsergebnisse
  - Datenschutzrechtliche Aspekte

---

#### Seminardatum, -zeit und -ort

24. November 2010, 9:00 bis 17:00 Uhr  
ZEW, L 7, 1, 68161 Mannheim

#### Seminargebühr

Die Gebühr beträgt EUR 550,- (zzgl. 7 % USt.) inkl. Schulungsunterlagen, Pausen- und Veranstaltungsgetränke sowie das Mittagessen. Bitte beachten Sie unser Rabattsystem.

# 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.

## Ihr Nutzen

- Sie erwerben Kenntnisse der Datenerhebung.
- Sie lernen 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 lernen den Umgang mit Statistiksoftware am Beispiel von SPSS.

## Vorkenntnisse

Kenntnisse in Statistik werden nicht vorausgesetzt

## Zielgruppen

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

## Methoden

Computerübungen stehen im Vordergrund. Nach jedem Vortrags- und Diskussionsblock findet eine Analyse von Marktdaten mit SPSS statt

## Programm

### Vom Datensatz zur Interpretation – Grundlagen der Marktforschung

29. November 2010

#### 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

---

#### Seminardatum, -zeit und -ort

29. November 2010, 9:00 bis 17:00 Uhr  
ZEW, L 7, 1, 68161 Mannheim

#### Seminargebühr

Die Gebühr beträgt EUR 570,- (zzgl. 7 % USt.) inkl. Schulungsunterlagen, Pausen- und Veranstaltungsgetränke sowie das Mittagessen. Bitte beachten Sie unser Rabattsystem.

# Komplexere Zusammenhänge erkennen – Aufbauseminar Marktforschung

Viel Energie wird auf das Archivieren und Verwalten, eher wenig Energie dagegen auf die systematische multivariate Analyse von Datenbankinformationen gelegt. Um strategischen Nutzen aus Kunden- und Marktdaten ziehen zu können, wird methodisches Wissen benötigt, das über die normale Statistikvorlesung im Studium hinausgeht. Professionelles Datamining 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.

## Ihr Nutzen

- 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.

## Vorkenntnisse

Ihnen sind die Grundlagen der Statistik aus dem Studium oder aus dem angebotenen Grundkurs zur Marktforschung bekannt

## Zielgruppen

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

## Methoden

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

## Programm

### Komplexere Zusammenhänge erkennen – Aufbauseminar Marktforschung

30. November 2010

#### 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

---

#### Seminardatum, -zeit und -ort

30. November 2010, 9:00 bis 17:00 Uhr  
ZEW, L 7, 1, 68161 Mannheim

#### Seminargebühr

Die Gebühr beträgt EUR 570,- (zzgl. 7 % USt.) inkl. Schulungsunterlagen, Pausen- und Veranstaltungsgetränke sowie das Mittagessen. Bitte beachten Sie unser Rabattsystem.

## Referenten

### Befragungen kompetent gestalten und durchführen



**Dr. Jenny Meyer** studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Heidelberg und wurde im April 2010 an der Universität Zürich promoviert. Seit 2006 ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin in der IKT-Forschungsgruppe des ZEW. Sie ist Projektleiterin der Konjunkturumfrage „Dienstleister der Informationsgesellschaft“. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten zählen die Auswirkungen der Nutzung verschiedener Informations- und Kommunikationstechnologien auf den Unternehmenserfolg und die Alterstruktur der Beschäftigten.



**Jörg Ohnemus** studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Mannheim und ist seit November 2004 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Informations- und Kommunikationstechnologien am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). Herr Ohnemus beschäftigt sich unter anderem mit der Gestaltung, Durchführung und Auswertung von Unternehmensbefragungen. Aktuell betreut er die deutschlandweite ZEW IKT-Umfrage. Seine weiteren Forschungsschwerpunkte liegen in der empirischen Wirtschaftsforschung, insbesondere in der Analyse der Determinanten und der Auswirkungen von IT-Outsourcing.



**Dr. Peter Westerheide** ist seit Anfang 1999 Wissenschaftler im Forschungsbereich „Internationale Finanzmärkte und Finanzmanagement“ des ZEW und seit 2001 Senior Researcher und stellvertretender Leiter dieses Bereichs. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der empirischen Immobilienmarkt- und Finanzmarktanalyse. Er ist außerdem Datenschutzbeauftragter des ZEW.



## Grundlagen- und AufbauSeminar zur Marktforschung



**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.

ZEW-Seminarraum



## Allgemeine Informationen

### Seminarorganisation

Bei Fragen zur Seminarorganisation bzw. zum Seminarhotel wenden Sie sich bitte an Vera Pauli, Telefon: 0621/1235-240, Fax: 0621/1235-224, E-Mail: pauli@zew.de

### Rabattsystem

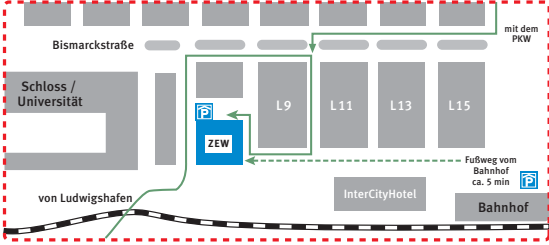
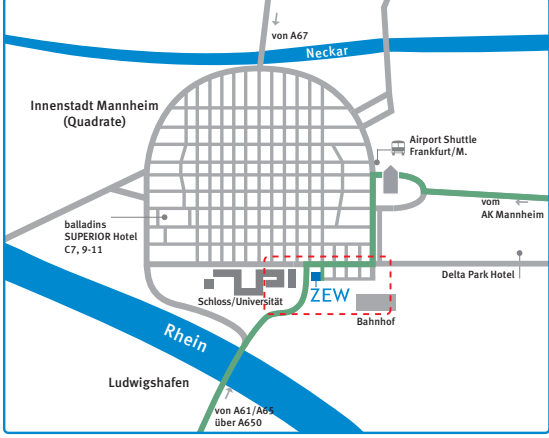
Das ZEW gewährt bei Buchung desselben Seminars durch verschiedene Mitarbeiter einer Institution einen Mengenrabatt von 10 Prozent ab dem zweiten Teilnehmer auf die reguläre Seminargebühr. Sollte ein Teilnehmer mehrere Seminare gleichzeitig buchen, erhält er ab dem zweiten Seminar 10 Prozent Rabatt auf die reguläre Seminargebühr. Diese Rabatte gelten nicht für Halbtagsveranstaltungen. Angehörige der WGL, von Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären öffentlichen Forschungseinrichtungen sowie Angehörige von Bundes- und Landesministerien/-behörden erhalten 30 Prozent Rabatt auf die Seminargebühr. Bitte beachten Sie, dass die einzelnen Rabatte nicht aufsummierbar sind.

### Geschäfts- und Teilnahmebedingungen

Nach Eingang der Anmeldung wird diese als verbindlich gebucht. Bei einer Stornierung ab 14 Tage vor Seminarbeginn werden die Teilnahmegebühren in voller Höhe fällig. Davor berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von EUR 50,- (zuzüglich 7% Umsatzsteuer). Die Stornierung hat schriftlich zu erfolgen. Sollten Sie verhindert sein, kann eine Ersatzperson am Seminar teilnehmen. Das ZEW ist berechtigt, die Veranstaltung aus wichtigen Gründen abzusagen. In diesem Fall erstattet das ZEW bereits gezahlte Seminargebühren.

Ersatz für entstandene Aufwendungen und sonstige Ansprüche gegenüber dem ZEW sind daraus nicht abzuleiten. Dasselbe gilt für kurzfristig notwendige Terminverschiebungen.

Weitere Bedingungen finden Sie unter: <http://www.zew.de/agbs>



Verbindliche Anmeldung: Gewünschte/s Seminar/e bitte ankreuzen

Bitte senden Sie dieses Formular ausgefüllt an Faxnummer 0621/1235-224

- Befragungen kompetent gestalten und durchführen, 24. November 2010, Mannheim**
- Vom Datensatz zur Interpretation – Grundlagen der Marktforschung, 29. November 2010, Mannheim**
- Komplexere Zusammenhänge erkennen – Aufbauseminar Marktforschung, 30. November 2010, Mannheim**

Name	Abteilung	Position
Firma/Institution		
Adresse		
Telefon, Fax, E-Mail (Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse willige ich ein, zukünftig per E-Mail aktuelle ZEW-Informationen zu erhalten.)		
Datum, Unterschrift (Mit meiner Unterschrift akzeptiere ich die nebenstehenden Geschäfts- und Teilnahmebedingungen des ZEW.)		
<input type="checkbox"/> Eine Übernachtung wird benötigt vom: _____		bis: _____



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 Konjunkturanalyse. 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 Grittman, Telefon 0621/1235-132, E-Mail [grittman@zew.de](mailto:grittman@zew.de)
- Kathrin Böhmer, Telefon 0621/1235-103, E-Mail [boehmer@zew.de](mailto:boehmer@zew.de)

#### Servicebereich Wissenstransfer und Weiterbildung

**Aufgabenstellung:** 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

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

#### Spezifische Weiterbildung für Unternehmen und Institutionen

- Volkswirtschaftliche und Betriebswirtschaftliche Kompetenz
- Personalmanagement und Organisationsentwicklung
- Methodenkompetenz

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

# ZEW

L 7, 1 · 68161 Mannheim  
Postfach 10 34 43 · 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)



Leibniz  
Gemeinschaft

– Bitte an der Perforation abtrennen und im Fensterumschlag an das ZEW zurücksenden –

Zentrum für Europäische  
Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW)  
Frau Vera Pauli  
Postfach 103443  
68034 Mannheim  
Deutschland



Das ZEW-Gebäude

ZEW-Seminarraum