

Modelle der computergestützten Marketingplanung

Ein Forschungsbericht über empirische
Anwendungsstudien und Methodenvergleiche

Herausgegeben von
Rainer Hasenauer

mit Beiträgen von
L. Bednar, R. Hasenauer,
U. Magloth, J. Mazanec,
P. Porzer, F. Scheuch

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
Gesamtbibliothek	
Betriebswirtschaftslehre	
Inventar-Nr. :	17.123
Abstell-Nr. :	A28/811
Sachgebiete:	5.1.1
	00246293

1977

Verlag Anton Hain · Meisenheim am Glan

Inhaltsverzeichnis

Teil I

Multivariate Datentechnik in der demoskopischen Marktforschung

Eine empirische Studie zur Produktpositionierung

Josef Mazanec – Peter Porzer – Fritz Scheuch

I. PROBLEMSTELLUNG UND PROJEKTSTRATEGIE	3
1. Objektbereich	5
1.1. Diffusionsmodelle	6
1.1.1. Struktur und Einsatzmöglichkeiten	6
1.1.2. Ausgangsdaten	7
1.1.3. Auswertungstechniken	8
1.2. Segmentierungsmodelle	8
1.2.1. Struktur und Einsatzmöglichkeiten	8
1.2.2. Ausgangsdaten	10
1.2.3. Auswertungstechniken	10
1.3. Positionierungsmodelle	10
1.3.1. Struktur und Einsatzmöglichkeiten	10
1.3.2. Ausgangsdaten	12
1.3.3. Auswertungstechniken	12
2. Modelle und pragmatische Verwendung	13
3. Anforderungen der Lenkungsebene an die Modellkonstruktion	14
4. Pilotunternehmungen	16
4.1. Generelle Anforderungen an die Pilotunter- nehmungen	16
4.2. Die Unternehmungen OMEGA und SIGMA	16
4.3. Konkretisierung des Informationsbedarfes ..	18
4.4. Prüfung des Datenangebotes der Pilotunter- nehmung	21
5. Schlußfolgerungen für den Aufbau des Forschungsberichtes	25
II. THEORETISCHER TEIL	26
1. Datenmanipulationstechniken zur Rekonstruk- tion des Beurteilungsraumes einer Produkt- klasse	26
1.1. Metrische Verfahren zur mehrdimensionalen Skalierung	26
1.1.1. Ausgangsdaten und Erhebungsinstrument ..	26

1.1.2. Datenkompression durch Algorithmen der Hauptkomponenten- und Faktorenanalyse ...	28
1.1.2.1. Durchgehende Notation	28
1.1.2.2. Der datenkomprimierende Effekt	30
1.1.2.3. Hauptkomponenten-Analyse	32
1.1.2.4. Faktorenanalyse	39
1.1.3. Ergebnisse und Interpretationsgrundlagen.	50
1.2. Quasimetrische und nichtmetrische Verfahren	53
1.2.1. Ähnlichkeits- und Präferenzdaten	53
1.2.2. Datenkompression durch Algorithmen der nichtmetrischen mehrdimensionalen Skalierung	56
1.2.2.1. Skalierung von Ähnlichkeitsdaten ...	62
1.2.2.2. Skalierung von Präferenzdaten	69
1.2.3. Ergebnisse und Interpretationsgrundlagen	72
2. Spezifische Anwendungsbedingungen der Faktorenanalyse und der MDS in der Produktpositionierung	76
2.1. Das Aggregationsdilemma	76
2.2. Anzahl der Stimuli	79
2.2.1. Modifikation von EXTRAFAC	80
2.2.1.1. Produkttypologische Dimensionen	81
2.2.1.2. Beurteilungsdimensionen	82
2.3. Verhaltensrelevanz der Beurteilungsdimensionen	85
†	
III. EMPIRISCHER TEIL	89
1. Anlage und Durchführung einer Primärerhebung zur Ergänzung des Datenangebots der Pilotunternehmung SIGMA	89
1.1. Zugänglichkeit der gewünschten Daten	92
1.2. Auswahl der Sägetypen	92
1.3. Bestimmung der Auskunftspersonen	93
1.4. Redaktion des Fragebogens	93
1.5. Fragebogen-Rücklauf	94
2. Numerische Durchführung eines Verfahrensvergleichs anhand der Pilotunternehmung SIGMA ..	96
2.1. Rohdaten	96
2.2. Zur Wahl der Auswertungsverfahren	101
2.3. Datenaufbereitung durch Triangularisierung bedingter Ähnlichkeitsschätzungen (TRICON III)	102

2.4. Die Ähnlichkeitskonfiguration der Produkte (TORSCA-9)	121
2.5. Die Beurteilungskonfiguration der Produkte im Hauptkomponenten- und Faktorenraum	133
2.5.1. PRINCOMP (m.t): Datenkompression in Beurteilungsdimensionen	133
2.5.2. EXTRAFAC (t.m): Datenkompression in produkttypologischen Dimensionen	147
2.6. Vergleichende Interpretation der Ergebnisse	161
2.6.1. Interpretation der TORSCA-Konfiguration mit Hilfe von Sekundärmaterial der Pilotunternehmung SIGMA	161
2.6.2. Interpretation der PRINCOMP- und EXTRAFAC-Konfiguration	164
3.1. Absatzpolitische Relevanz der Ergebnisse am Beispiel der Pilotunternehmung SIGMA ..	167
3.1.1. Gebrauchstüchtigkeit und Preis	167
3.1.2. Positionierung und Auskunftspersonen ..	167
3.1.3. Die allgemeine Bedeutung von Positionierungsmodellen für die Planung des Instrumentaleinsatzes	170
3.1.4. Empfehlungen für SIGMA	174
3.2. Befund über die Leistungsfähigkeit der Positionierungsansätze	175
 IV. PROGRAMMTECHNISCHER TEIL	 182
1. Einleitung	182
2. Designphilosophie	182
2.1. Benutzung durch Personen mit geringen EDV-Kenntnissen	182
2.2. Terminal- bzw. Time Shareorientierung	183
2.3. Modulbauweise	183
3. Programmbeschreibung	184
3.1. Allgemeines	184
3.2. Moduln des Hauptprogrammes	184
3.2.1. MOD00 (Dayfile and recovery)	185
3.2.2. MOD0 (Dateneinlesen, Aggregation)	189
3.2.3. MOD1 (Standardisierung, Interkorrelationen)	192
3.2.4. MOD2 (Eigenwerte, Hauptkomponentenanalyse)	194
3.2.5. MOD3 (Ladungsmatrix Hauptkomponentenanalyse)	197

3.2.6. MOD4 (Residuen Hauptkomponentenanalyse)	200
3.2.7. MOD5 (Hauptkomponenten oder geschätzte Faktorwerte)	203
3.2.8. MOD6 (Startwerte Faktorenextraktion) ..	207
3.2.9. MOD7 (Iterationsprozedur Faktorenextraktion)	210
3.2.10. MOD8 (Residuen Faktorenextraktion) ...	215
3.2.11. MOD9 (Ladungsmatrix Faktorenextraktion)	217
3.2.12. MOD10 (Geschätzte Faktorenwerte Faktorenextraktion)	219
3.2.13. MOD11 (Beiträge zur Varianz Faktorenextraktion)	221
3.2.14. MOD12 (Experimentelle Extraktion)	223
3.2.15. MOD13 (Stanzprogramm)	225
3.2.16. MOD14 (Distanzen der Punkte im Faktorraum und Korrelation zu anderen Ergebnissen)	227
3.3. Verwendete Subroutinen (siehe Text)	229
4. Beispiel für einen Programmablauf mit neuen Daten im Dialogsystem	233
Anhang	238
Anmerkungen	243
Literaturverzeichnis	253