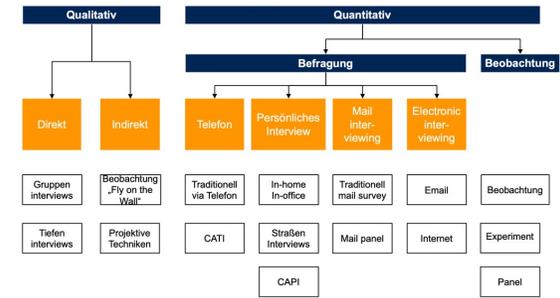


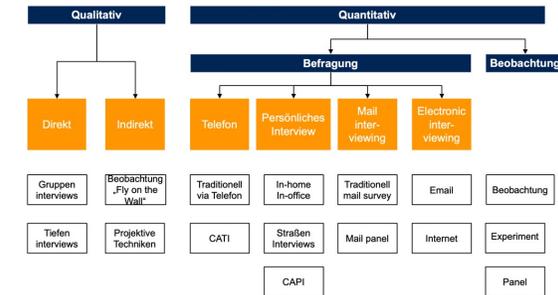
3. Marketingforschung Direkte Befragungen (Quantitativ)



Methode	Vorteile	Nachteile
Standardisiertes mündliches Interview	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichkeit zur Erklärung komplizierter Sachverhalte durch den Interviewer • Möglichkeit von Rückfragen der Befragten bei Verständnisproblemen • Möglichkeit zur Illustration der Fragen durch ergänzende Materialien wie Produktmuster oder Bilder • Reduktion der Verweigerungsquote durch geschultes Verhalten des Interviewers • gute Realisierbarkeit von Verzweigungen im Fragebogen durch Interviewer 	<ul style="list-style-type: none"> • Interviewer Bias durch soziale Interaktion zwischen Interviewer und Befragtem kann die Ergebnisse des Interviews verzerren • relativ hohe Kosten der Durchführung

3. Marketingforschung Direkte Befragungen (Quantitativ)

<p>Standardisierte schriftliche Befragung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • relative Kostengünstigkeit • kein Vorliegen eines Interviewer Bias • Möglichkeit für die Befragten, in Ruhe über eine Antwort nachzudenken • Erreichbarkeit großer Fallzahlen 	<ul style="list-style-type: none"> • relativ geringe Rücklaufquoten, insbesondere bei der Befragung von Privathaushalten • daraus resultierende Gefahr der mangelnden Repräsentativität • keine Möglichkeit für Verständnisfragen
<p>Standardisiertes Telefoninterview</p>	<ul style="list-style-type: none"> • zeitliche Flexibilität: Durchführung zu unterschiedlichen Tages- und Wochenzeiten; Abbruchmöglichkeit mit Fortsetzung zu späterem Zeitpunkt • Zeitersparnis aufgrund der schnellen Verfügbarkeit von Ergebnissen • relative Kostengünstigkeit • Möglichkeit für Rückfragen und zusätzliche Verdeutlichungen • geringer Interviewer Bias 	<ul style="list-style-type: none"> • geringe Auskunftsbereitschaft der Befragten in der relativ anonymen Befragungssituation • keine Erfassung non-verbaler Reaktionen der Befragten • Problematik der schwierigen telefonischen Erreichbarkeit bestimmter Befragungsgruppen (z. B. Manager)



3. Marketingforschung Methoden der Onlinebefragung

BOOKING.COM
Maritim Hotel Bellevue Kiel is waiting for your review
An: Julius Stephan,
Antwort an: noreply@booking.com

Booking.com

Hi Dr

How was your stay at

Maritim Hotel Bellevue Kiel

1 night in Kiel

26 Sept - 27 Sept

26 December 2021 is the last day to send your feedback to the property

How was your stay at Maritim Hotel Bellevue Kiel?

 poor	 fair	 good	 excellent
---	---	---	--



DocCheck Panel

★★★★☆ 4,6 (14 Bewertungen)

Was ist bei den jüngsten Umfragen von DocCheck Insights herausgekommen? Warum lohnt es sich, bei Markt- und Meinungsforschungen teilzunehmen? Alles rund

SurveyCircle - Research for All
723 Follower:innen
1 Tag · 🌐

Teilnehmer gesucht für top-plazierte Online-Studie: "Nutzung von Chatbots in der Telekommunikationsbranche" <https://t.co/raxqq2BHkr> via @SurveyCircle #chatbot #telekommunikation #tam #akzeptanz #nutzung #motivation #chat #umfrage #surveycircle

Studienteilnehmer gesucht!

Nutzung von Chatbots in der Telekommunikationsbranche

👤 Zielgruppe: offen für alle
🕒 6 - 10 min

Top Studies @SurveyCircle on Twitter
twitter.com

NETFLIX

Hi

Help us shape the Netflix experience by taking this survey. Your feedback is very important to us, so we hope you will take the time to fill it out.

Get Started

We appreciate your time and feedback!

—Your Friends at Netflix

3. Marketingforschung Methode Onlinebefragung

Was sind Ihrer
Meinung nach die
Vor- und Nachteile
von Online
Befragungen?

Booking.com
Maritim Hotel Bellevue Kiel is waiting for your review
An: Julius Stephan,
Antwort an: noreply@booking.com

Booking.com

Hi Dr

How was your stay at
Maritim Hotel Bellevue Kiel
1 night in Kiel
26 Sept - 27 Sept
26 December 2021 is the last day to send your feedback to the property

How was your stay at Maritim Hotel Bellevue Kiel?

 poor	 fair	 good	 excellent
---	---	---	--

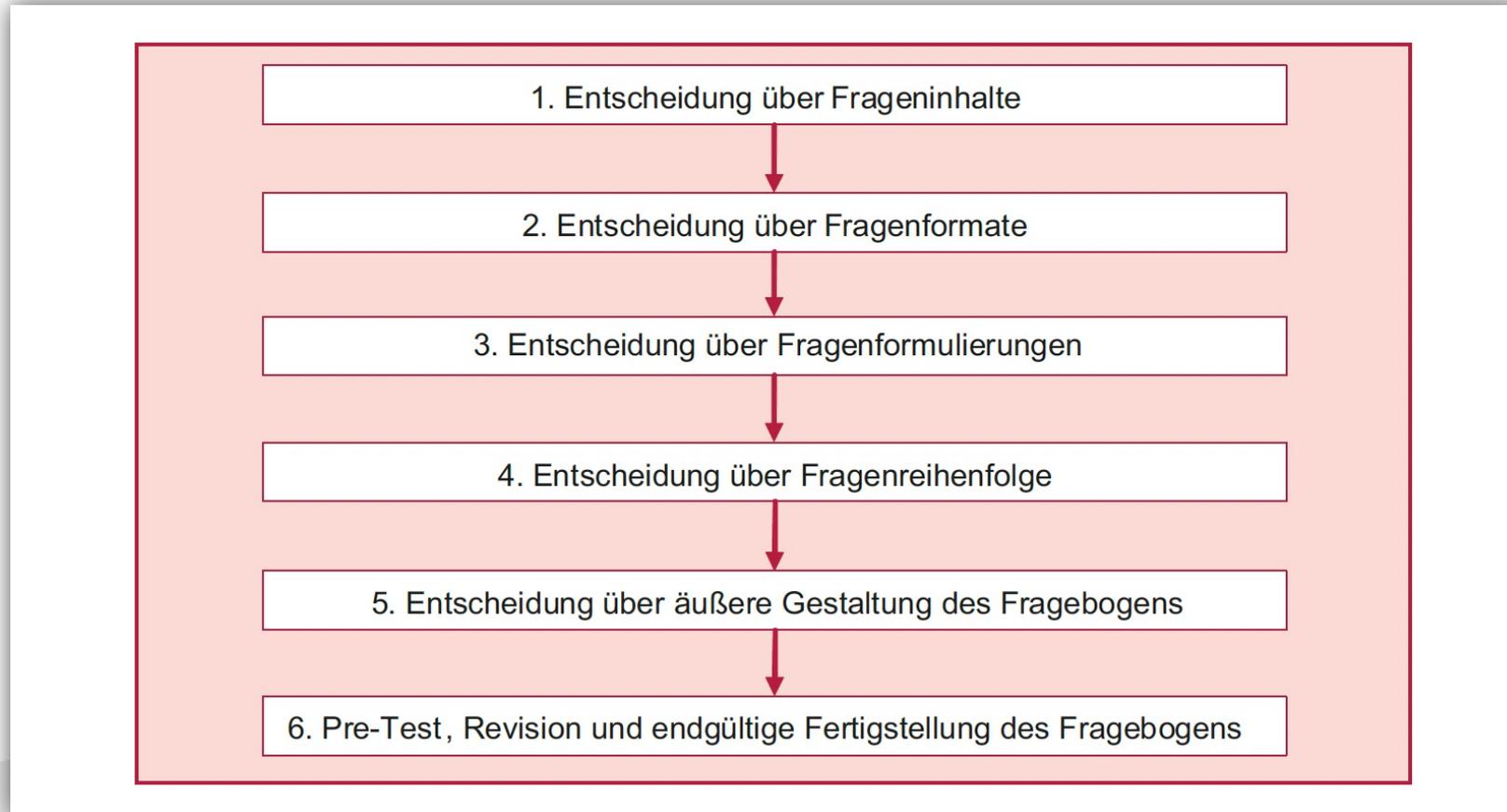
3. Marketingforschung Methode Onlinebefragung Pros & Cons

Methode	Vorteile	Nachteile
Online-Befragung	<ul style="list-style-type: none">• relative Kostengünstigkeit• hohe Reichweite: Ansprache einer Vielzahl von Befragten möglich• schnelle Erzielbarkeit großer Fallzahlen• Möglichkeit zur ergänzenden audio-visuellen Illustration• Möglichkeit zur einfacheren Personalisierung und zur Abbildung komplexer Verzweigungen im Fragebogen	<ul style="list-style-type: none">• oftmals unzureichende Informationen über die Grundgesamtheit• Gefahr der Verzerrung durch Selbstselektion der Teilnehmer• Gefahr unseriöser Antworten aufgrund der Anonymität

3. Marketingforschung

Gestaltung des Erhebungsinstruments / Befragungskonzept

Vorgehensweise bei Erstellung eines standardisierten Fragebogens



3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

- Frageformulierung – Vorsicht vor Beeinflussung der Probanden/innen = Neutralität gewährleisten

Scenario 1: Which option do you prefer?

- 7 days Paris (with free breakfast) **49%**
- 7 days Rome (with free breakfast) **51%**

Scenario 2: Which option do you prefer?

- 7 days Paris (with free breakfast) **35%**
- 7 days Rome (with free breakfast) **63%**
- 7 days Rome (no breakfast include) **2%**

3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

- Vorsicht bei Verwendung von Fachterminologien = **Einfachheit gewährleisten**
- Vorsicht bei Verwendung von doppeldeutigen Wörtern = **Eindeutigkeit gewährleisten**

Use Ordinary Words	Use Unambiguous Words
<p>“Do you think the distribution of soft drinks is adequate?”</p> <p>(Incorrect)</p>	<p>“In a typical month, how often do you shop in department stores?”</p> <p><input type="checkbox"/> Never</p> <p><input type="checkbox"/> Occasionally</p> <p><input type="checkbox"/> Often</p> <p><input type="checkbox"/> Regularly</p> <p>(Incorrect)</p>
<p>“Do you think soft drinks are readily available when you want to buy them?”</p> <p>(Correct)</p>	<p>“In a typical month, how often do you shop in department stores?”</p> <p><input type="checkbox"/> Less than once</p> <p><input type="checkbox"/> 1 or 2 times</p> <p><input type="checkbox"/> 3 or 4 times</p> <p><input type="checkbox"/> More than 4 times</p> <p>(Correct)</p>

3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

- Frageformulierung = **Eindeutigkeit gewährleisten**

Sometimes, several questions are needed to obtain the required information in an unambiguous manner. Consider the question:

	Strongly disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Completely agree
I am satisfied with the performance and reliability of my Apple iPhone	<input type="checkbox"/>				

poor design

Such a question is called a **double-barreled question**, because two or more questions are combined into one. To obtain the required information, two distinct questions should be asked:

	Strongly disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Completely agree
I am satisfied with the performance of my Apple iPhone	<input type="checkbox"/>				
I am satisfied with the reliability of my Apple iPhone	<input type="checkbox"/>				

better design

3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

- Frageformulierung - Kann jeder die Frage beantworten (Filter-Fragen)?

	Strongly disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Completely agree	
I am satisfied with the after-sales service of my Apple iPhone	<input type="checkbox"/>	poor design				
<hr/>						
1.1: Did you use Apple's after-sales service for your iPhone?			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
If you answered yes, please proceed to question 1.2. otherwise, skip question 1.2 and proceed to question 1.3						
<hr/>						
	Strongly disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Completely agree	
1.2: I am satisfied with the after-sales service provided by Apple for my iPhone	<input type="checkbox"/>	better design				

3. Marketingforschung

Weitere Beispiele problematischer Frageformulierungen

Problematische Formulierung	Verletzte Prinzipien	Unproblematische Formulierung
Wie hoch war Ihre durchschnittliche Zufriedenheit während der letzten drei Jahre in Bezug auf die inhaltlich-technische Präsentation der Produktdokumentation, die für die Druckmaschine XY II von uns erstellt wurde?	Einfachheit, vermutlich können viele Befragte mit dem Begriff „inhaltlich-technische Präsentation“ wenig anfangen	Wie zufrieden waren Sie mit der Produktdokumentation für die Druckmaschine XY II im Durchschnitt der letzten drei Jahre?
Wie viel Geld haben Sie im vergangenen Monat für Einkäufe des Produktes XY ausgegeben?	Einfachheit, vermutlich werden die Befragten jetzt gedanklich aufaddieren, wie viele Exemplare des Produktes XY sie gekauft haben und wie viel sie im Schnitt dafür bezahlt haben und dies dann miteinander multiplizieren.	Trennung in zwei Fragen: Wie viele Exemplare des Produktes XY haben Sie im vergangenen Monat erworben? Wie viel haben Sie in etwa im Durchschnitt pro Stück bezahlt?
Finden Sie nicht auch, dass die Qualität unserer Produkte deutlich besser ist als die Qualität der Produkte unserer Wettbewerber?	Neutralität, die Frage suggeriert, dass die Qualität von anderen als überlegen wahrgenommen wird	Bitte beurteilen Sie die Qualität unserer Produkte im Vergleich zur Qualität der Produkte unserer Wettbewerber
Welchen Betrag würden Sie für Produkt YZ, das erwiesenermaßen gesundheitsfördernd ist, maximal ausgeben?	Neutralität, der durch den Einschub suggerierte positive Effekt des Produktes kann den Befragten dazu veranlassen, einen überhöhten Betrag anzugeben, da allgemein erwartet wird, dass man sich seine Gesundheit etwas kosten lässt.	Welchen Betrag würden Sie für das Produkt XY maximal ausgeben?
Inwie weit trifft der folgende Satz auf Sie zu: Ich würde niemals genmanipulierte Nahrungsmittel kaufen.	Eindeutigkeit, der Fokus der Frage könnte auf dem „niemals“ liegen oder auf der Ablehnung genmanipulierter Lebensmittel.	Inwieweit trifft der folgende Satz auf Sie zu: Ich würde nur in Ausnahmefällen genmanipulierte Lebensmittel kaufen.
Bitte geben Sie an, inwieweit Sie dem folgenden Satz zustimmen: Ich verwende oft Produkte vom Typ XY	Eindeutigkeit, es ist unklar, was mit „oft“ gemeint ist.	Bitte geben Sie an, wie viele Male Sie in der letzten Woche Produkte vom Typ XY verwendet haben.

3. Marketingforschung

Befragungskonzept – Fragenformate (Beispiele)

Rangordnungsverfahren

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien für Sie?
(Bitte Rangordnung angeben)

Kriterium	Rang (1.–5.)
Produktqualität	_____
Auftragsabwicklung	_____
Technischer Kundendienst	_____
Vertriebsteam/Betreuung	_____
Dokumentation/Information	_____

Konstantsummenverfahren

Wie wichtig sind die folgenden vier Faktoren für Ihre Entscheidung über den Kauf des genannten Softwareproduktes? Bitte verteilen Sie gemäß ihrer Bedeutung insgesamt 100 Punkte auf die vier Faktoren.

Leistungsumfang (Anzahl Tools)	_____
Preis	_____
Kompatibilität mit bestehender Software	_____
Verwendbarkeit bestehender Daten	_____
Summe	100

Likert-Skalierung

Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu ...
„Handelsmarken haben Qualitätsprobleme“?

stimme voll und ganz zu

stimme gar nicht zu

Rating-Skalierung

Wie zufrieden sind Sie mit ...
... der Übersichtlichkeit der Rechnung?

sehr zufrieden

sehr unzufrieden

Semantisches Differential

Bitte beurteilen Sie die Mitarbeiter des technischen Services anhand der folgenden Kriterien.

schnell	<input type="checkbox"/>	langsam					
zuvorkommend	<input type="checkbox"/>	gleichgültig					
zuverlässig	<input type="checkbox"/>	unzuverlässig					

Stapelskalierung

Bitte beurteilen Sie den Außendienst anhand der folgenden Kriterien.

kompetent	<input type="checkbox"/>					
freundlich	<input type="checkbox"/>					
zuverlässig	<input type="checkbox"/>					

3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

- Fragenformate
(Likert-Skala)

Likert-Skala



Tabelle 4: Beispiel für eine Bewertung von Statements

Inwieweit trifft es zu...?	voll und ganz	weitgehend	teils teils	weniger	überhaupt nicht
Mein Auftrag wird termingerecht ausgeliefert.	<input type="checkbox"/>				
Die Ware kommt ordentlich bei mir an.	<input type="checkbox"/>				
Ihr Service ist immer zur Stelle, wenn ich ihn brauche.	<input type="checkbox"/>				
Wenn es zu Reklamationen kommt, werden diese zu meiner Zufriedenheit erledigt.	<input type="checkbox"/>				
Die Bedienungsanleitung ist verständlich und aussagekräftig.	<input type="checkbox"/>				

Verbalisierte Skalenspunkte
Was halten Sie von dieser Aussage?

<input type="radio"/>	Stimme ich voll und ganz zu
<input type="radio"/>	Stimme ich größtenteils zu
<input type="radio"/>	Stimme ich teilweise zu
<input type="radio"/>	Stimme ich weniger zu
<input type="radio"/>	Stimme ich gar nicht zu

Metrische Skala mit verbalisierten Enden
Was halten Sie von dieser Aussage?

<input type="radio"/>	1 - Stimme ich voll und ganz zu
<input type="radio"/>	2
<input type="radio"/>	3
<input type="radio"/>	4
<input type="radio"/>	5 - Stimme ich gar nicht zu

Quelle: in Anlehnung Kasselmann, H. (2021): Strategisches Marketing DSHH, WiSe 2021

3. Marketingforschung Befragungskonzept

Befragungstaktiken (Gestaltung Fragebogen):

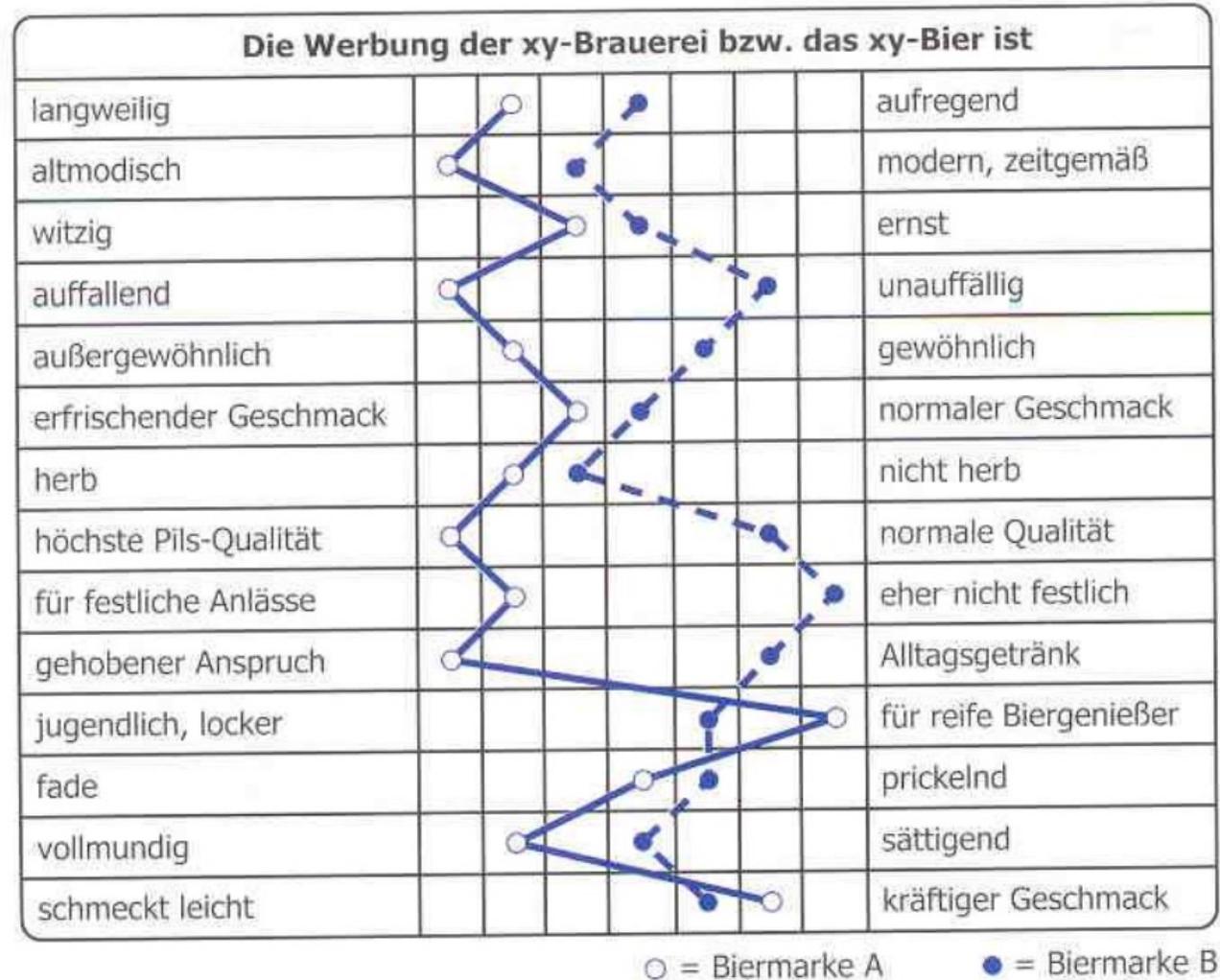
- Fragenformate (Semantisches Differenzial)

Semantisches Differenzial

Bitte beurteilen Sie die Mitarbeiter des technischen Services anhand der folgenden Kriterien.

schnell	<input type="checkbox"/>	langsam					
zuvorkommend	<input type="checkbox"/>	gleichgültig					
zuverlässig	<input type="checkbox"/>	unzuverlässig					

3. Marketingforschung Befragungskonzept



Quelle: in Anlehnung Kasselmann, H. (2021): Strategisches Marketing DSHS, WiSe 2021