

- 1) Die Verpackung eines Produktes ist ein wichtiges kommunikationspolitisches Element des Marketings. Neben funktionalen / kognitiven Eigenschaften (etwa Inhaltsstoffe eines Lebensmittels) können auch symbolische / emotionale / soziale etc. Botschaften auf einer Verpackung platziert werden.

Wir wollen uns in dieser Aufgabe darüber Gedanken machen, welche potentiellen Auswirkungen die partielle Verwendung einer fremden Schrift auf einer Verpackung hervorrufen kann. Die nebenstehende Abbildung zeigt beispielhaft die Gestaltung einer Wodka-Flasche mit lateinischer und kyrillischer Schrift, eine Schrift, die vor allem in Russland benutzt wird.

Beschreiben Sie die verschiedenen Designs für die Durchführung von Marktforschungsprojekten. Zeigen Sie an Hand des Fallbeispiels, welche Forschungsfragen **ganz konkret** mit dem jeweiligen Design typischerweise analysiert werden können und legen Sie die jeweiligen Vor- und Nachteile dar. Beschreiben Sie auch die, auf das **jeweilige Design abgestimmten**, Erhebungsmethoden sowie ihre Vor- und Nachteile dar.

Es geht bei der Bearbeitung dieser Aufgabe nicht darum, dass Sie alle Erhebungsmethoden aufzählen, die Ihnen einfallen, sondern ganz konkret darum, welche Erhebungsmethoden Sie für welchen Zweck im Sinn der gegebenen Problemstellung einsetzen würden!

25 Punkte



- 2) Was ist ein Haushaltspanel, welche Informationen liefert ein Haushaltspanel, welche Vor- und Nachteile besitzt ein Haushaltspanel, welche Marktforschungsunternehmen unterhalten in Österreich ein Haushaltspanel? 5 Punkte
- 3) Was versteht man unter „recall loss“? 2 Punkte
- 4) Was versteht man unter „split ballot“, wozu benötigt man es? 2 Punkte
- 5) Was versteht man unter einem Ballontest, für welche Fragestellungen benötigt man einen Ballontest? 2 Punkte
- 6) Wie kann die Antwortrate bei schriftlichen Befragungen erhöht werden? 4 Punkte
- 7) Was versteht man in der Marktforschung unter „satisficing“, was kann man dagegen unternehmen? Gehen Sie bei der Beantwortung der Frage strukturiert vor! 6 Punkte
- 8) Was versteht man unter den 4V von Big Data? 2 Punkte
- 9) Die nachfolgenden Daten stammen von einem Haushaltspanel und beschreiben einen Markt mit drei Marken A, B und C. Berechnen Sie die bedingten Markenwechselwahrscheinlichkeiten. Zu welcher Marke besitzen die Kunden die höchste Loyalität? 4 Punkte

gekauft zum Zeitpunkt  $t_1$

gekauft zum  
Zeitpunkt  $t_0$

	A	B	C	Total
A	110	50	80	240
B	50	130	55	235
C	35	20	95	150
Total	195	200	230	625

1. Die Verpackung eines Produktes ist ein wichtiges kommunikationspolitisches Element des Marketings. Neben funktionalen / kognitiven Eigenschaften (etwa Inhaltsstoffe eines Lebensmittels) können auch symbolische / emotionale / soziale etc. Botschaften auf einer Verpackung platziert werden.

Wir wollen uns in dieser Aufgabe darüber Gedanken machen, welche potentiellen Auswirkungen die partielle Verwendung einer fremden Schrift auf einer Verpackung hervorrufen kann. Die nebenstehende Abbildung zeigt beispielhaft die Gestaltung einer Verpackung von Datteln mit lateinischer und arabischer Schrift.

Beschreiben Sie die verschiedenen Designs für die Durchführung von Marktforschungsprojekten. Zeigen Sie an Hand des Fallbeispiels, welche Forschungsfragen **ganz konkret** mit dem jeweiligen Design typischerweise analysiert werden können und legen Sie die jeweiligen Vor- und Nachteile dar. Beschreiben Sie auch die, auf das **jeweilige Design abgestimmten**, Erhebungsmethoden sowie ihre Vor- und Nachteile dar.

Es geht bei der Bearbeitung dieser Aufgabe nicht darum, dass Sie alle Erhebungsmethoden aufzählen, die Ihnen einfallen, sondern ganz konkret darum, welche Erhebungsmethoden Sie für welchen Zweck im Sinn der gegebenen Problemstellung einsetzen würden!  
 25 Punkte



- 2) Was ist ein Handelspanel, welche Informationen liefert ein Handelspanel, welche Vor- und Nachteile besitzt ein Handelspanel, welche Marktforschungsunternehmen unterhalten in Österreich ein Handelspanel? 5 Punkte
- 3) Was versteht man unter „telescoping error“? 2 Punkte
- 4) Was versteht man unter einem „dual frame“ Ansatz? 2 Punkte
- 5) Was versteht man unter einem TAT Test, für welche Fragestellungen verwendet man einen TAT Test? 3 Punkte
- 6) Wie kann die Kooperations- und Auskunftsbereitschaft bei mündlichen Interviews erhöht werden? 4 Punkte
- 7) Viele Marktforschungsinstitute unterhalten eine Adressensammlung von Personen, die ihre Bereitschaft ausgedrückt haben, fallweise an Internet-Befragung teilzunehmen. Welche typischen Verhaltensmuster bezüglich des Antwortverhaltens solcher Personen kennen Sie? 4 Punkte
- 8) Was sollte man bei der Umsetzung einer Befragung mittels Smartphone konkret berücksichtigen? 3 Punkte
- 9) Die nachfolgenden Daten stammen von einem Haushaltspanel und beschreiben einen Markt mit drei Marken A, B und C. Berechnen Sie die bedingten Markenwechselwahrscheinlichkeiten. Zu welcher Marke besitzen die Kunden die höchste Loyalität? 4 Punkte

gekauft zum Zeitpunkt  $t_1$

gekauft zum  
Zeitpunkt  $t_0$

	A	B	C	Total
A	20	95	35	150
B	50	80	110	240
C	130	55	50	235
Total	200	230	195	625