

[Mobile book] Panels ndash; Status Quo und Entwicklungsperspektiven (German Edition)

Panels ndash; Status Quo und Entwicklungsperspektiven (German Edition)

Christine Muuml;nzer

**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*

Christine Münzer

Panels – Status Quo und Entwicklungsperspektiven

Studienarbeit



[Download](#)

[Read Online](#)

#4405217 in eBooks 2007-04-08 2007-04-08 File Name: B007R5241Y | File size: 34.Mb

Christine Muuml;nzer : Panels ndash; Status Quo und Entwicklungsperspektiven (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Panels ndash; Status Quo und Entwicklungsperspektiven (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2006 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,7, Universitauml;t Bayreuth, Veranstaltung: Marktforschung, 28 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Die Entwicklung der Handelspanels geht bis auf das Jahr 1933

zurück, in welchem das US Unternehmen A.C. Nielsen Company das erste Panel einführte. Dieses Panel war ein klassisches Handelspanel. Seitdem wird das Panelverfahren in allen wirtschaftlich bedeutenden Ländern eingesetzt und dient als Instrument der konstanten Marktanalyse. In immer mehr Branchen werden Panels genutzt, um die bestehenden Märkte zu beobachten bzw. um die Attraktivität neuer Märkte zu ermitteln. Der größte Vorteil der Panels liegt darin, dass aufgrund des Erhebungsverfahrens keine methodischen Verzerrungen entstehen. Auf sich schnell ändernden Märkten ist besonders wichtig, laufende Veränderungen und neue Entwicklungen zu analysieren und zu dokumentieren. Dies hat dazu geführt, dass die Panelverfahren in den letzten Jahrzehnten an Bedeutung gewonnen haben und in der Praxis eine immer häufigere Anwendung finden. In keinem anderen Bereich der sozialwissenschaftlichen Forschung werden Panels so zahlreich eingesetzt wie in der Marktforschung. Sie stellen somit ein wichtiges Instrument der Marktforschung dar. Ein Panel ist eine Erhebung, die in wiederkehrenden Zeitabständen bei einer immer gleich bleibenden Stichprobe durchgeführt wird. Es gilt als eine zuverlässige Informationsquelle für innovatives Marketingmanagement. 4 Da die Panelerhebungen mit einem großen Organisationsaufwand und hohen Kosten verbunden sind, werden sie meist von Marktforschungsinstituten durchgeführt. Marktforschungsinstitute bieten eine Reihe von Untersuchungsverfahren an. Ein beträchtlicher Teil ihres gesamten Umsatzes wird durch die Panelverfahren erzielt, wobei die entstehenden Kosten durch den Verkauf der Daten an ihre Auftraggeber gedeckt werden. Eine große Stärke der Panelforschung ist die Möglichkeit, individuelle Änderungen anhand von Variablen direkt zu messen. So kann die Panelforschung sehr zielgerichtet durchgeführt werden und entspricht einer exakten Beantwortung der Fragestellung. Ausschlaggebend für die Qualität der Informationen und somit des Panels ist die Repräsentativität der Daten, die Genauigkeit der Erhebung und Bearbeitung sowie die Schnelligkeit der Auswertung. Der Zeitraum einer Panelerhebung orientiert sich an der Marktdynamik, den technischen Aspekten sowie den Kosten, die bei der Erhebung der Daten entstehen. [...]