

Danke

F(Danke) =



Janina Lettow für die großartigen Illustrationen
Friedrich J. Schmidt für die hilfreiche Redigierarbeit
Tobias Schütz für die vielen wertvollen Kommentare und Ergänzungen
Tobias Winter für die Erstellung der Webseite zum Buch
Dirk Engelbertz, Sebastian Lehmann, Christian M. Ringle und *Marian Schäfer* für ihre wichtigen Hinweise zum Buchkonzept
Malte Fliedner für die Unterstützung bei den Analysen
Robert Gietl (Peg-Pérego) und *Karel Müller* (Škoda) für die Bereitstellung des Bildmaterials
Bernd Stauss für die Inspiration durch sein Buch „Optimiert Weihnachten. Eine Anleitung zur Besinnlichkeitsmaximierung“
Barbara Roscher und *Angela Meffert* (Gabler Verlag) für die Unterstützung bei diesem Buchprojekt
Alexandra Sarstedt für ihre Unterstützung und Liebe
Charlotte, Maximilian und *Johannes*, ohne die es dieses Buch nicht gäbe

Über die Autoren



Marko Sarstedt ist Professor für Marketing an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg und fest angestellter Vater einer zukünftigen Musicaldarstellerin, eines angehenden Wrestlingstars und eines heranwachsenden Tenors. Die Schwerpunkte seiner Forschungsarbeit liegen in den Bereichen Marktforschungs-

methoden und Konsumentenverhalten. In seiner Freizeit führt er gerne ethnographische Untersuchungen zur Spielplatznutzung und Beobachtungsstudien zum Laufradfahren durch.



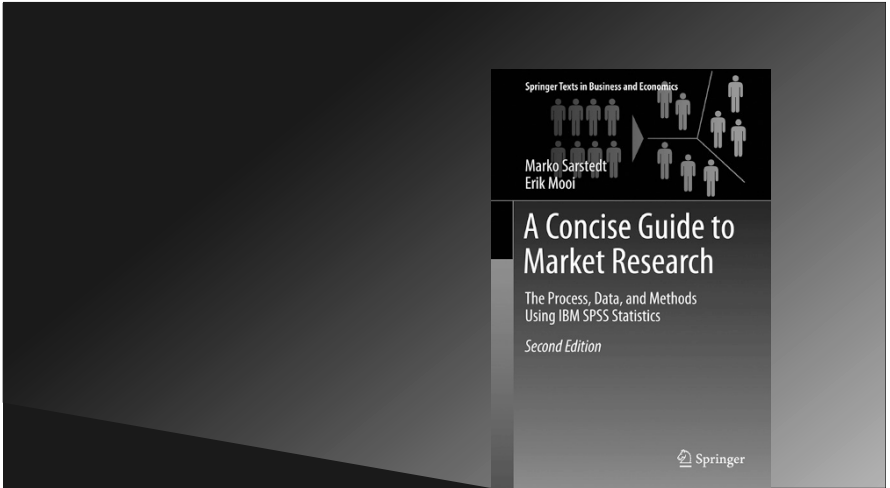
Die Illustratorin ließ sich sowohl durch die charmant humorvollen Texte zu den Bildern inspirieren als auch durch eigene Erfahrungen im „Babymanagement“. Das auf Kochtöpfen trommelnde Kind ist ihr wohl bekannt und sitzt häufiger in ihrer Küche. Für Frauen die auch mit Kindern attraktiv und aktiv leben wollen,

blogt die zweifache Mama und studierte Designerin **Janina Dorothea Lettow** auf www.mum-me.de.

Über die Autoren

Betriebswirt und Webmaster **Tobias Winter** unterstützt Baby Emil bei der Umsetzung seiner Website. Somit erscheint und erfreut Emil nicht nur im Bücherregal, sondern auch im Internet.





Compact introduction to quantitative market research

Marko Sarstedt, Erik Mooi
A Concise Guide to Market Research
2nd ed. 2014. XXII, 347 p.
119 illus. Hardcover
€ (D) 64,19 | € (A) 65,99 |
*sFr 80,00
ISBN 978-3-642-53964-0

This accessible, practice-oriented, and compact text provides a hands-on introduction to market research. Using the market research process as a framework, it explains how to collect and describe data and presents the most important and frequently used quantitative analysis techniques, such as ANOVA, regression analysis, factor analysis, and cluster analysis. The book describes the theoretical choices a market researcher has to make with regard to each technique, discusses how these are converted into actions in IBM SPSS version 22, and how to interpret the output. Each chapter concludes with a case study that illustrates the process using real-world data. A comprehensive Web appendix includes additional analysis techniques, datasets, video files, and case studies. Tags in the text allow readers to quickly access Web content with their mobile device.

All € prices are net prices subject to local VAT, e.g. in Germany 7% VAT, in Austria 10% VAT. *sFr are recommended retail prices inclusive local standard VAT. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted.

Order now: springer.com