

## **Abstract**

Marktforschungstools und Online Umfragen gibt es im Internet wie Sand am Meer. Doch entweder mangelt es an der Struktur – also dem wissenschaftlichen Hintergrund- oder der Aufbau stimmt, aber es fehlt an einer adäquaten Darstellung. Vor diesem Hintergrund wird in dieser Bachelorarbeit auf Basis einer wissenschaftlichen Analyse des aktuellen Stands der Marktforschung eine individuell angepasste Online Umfrage erstellt.

Um den Bereich der Online Marktforschung besser abzugrenzen und die Vor- und Nachteile gegenüber anderen Umfragemethoden aufzuzeigen werden die verschiedenen Methoden beschrieben und verglichen. Eine Umfrage ist nur so gut wie die zu Grunde liegende Stichprobe. Deshalb wird die Stichprobenermittlung ebenfalls thematisiert. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Fragebogenstruktur und den Fragearten. Bedenkt man, dass kleine Fehler in der Erstellung einer Umfrage das komplette Ergebnis verfälschen können, liegt dieser Schritt nahe. Das umfangreiche Gebiet der Datenanalyse wird in dieser Arbeit grob beschrieben. Auf eine detaillierte Herleitung der stochastischen Mittel wurde verzichtet, da moderne Auswertungssoftware diese Funktionen integriert haben.

Den schriftlichen Teil dieser Arbeit begleitet eine eigens erstellte Online Umfrage. Diese wird größtenteils auf Basis von PHP und MYSQL erstellt. Sie wird im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung zu kunststoffmodifizierten Beton und Mörtel im Anschluss verwendet. Dieses vom Bund geförderte Projekt läuft unter dem Namen ForMaT und wird im Zusammenhang mit dieser Arbeit unter [www.format.bwlbau.de](http://www.format.bwlbau.de) erreichbar sein. Im umfangreichen Adminbereich kann dabei die individuelle Erstellung und Anpassung verschiedener Fragebögen erfolgen. Es wurde darauf geachtet, dass die Fragen und Antwortmöglichkeiten auch im Nachhinein noch anpassbar sind. Eine Schnittstelle der Plattform zu der Software SPSS ermöglicht die Datenauswertung.

Die Zielsetzung dieser Bachelorarbeit ist es eine für Teilnehmer und Organisatoren benutzerfreundliche Online-Umfragenplattform mit professioneller Darstellung und wissenschaftlichem Hintergrund zu schaffen, sowie theoretische Anregungen zu den grundlegenden Themen der Marktforschung zu liefern.

## **Summary**

Marketing research tools and online surveys are ten a penny in the internet nowadays. But most of the possibilities lack either practicability and presentation or the scientific setting. Against this background, this bachelor thesis is created on the basis of a scientific analysis of the current status in the field of marketing research. This knowledge is used to develop an online survey.

The different methods of marketing researches are described and compared to define the field of online surveys and to show the advantages and disadvantages over other survey techniques. Any survey is just as good as the random sample that is used. This is the reason the calculation of random samples is also part of this paper. Particular attention is set to the structure of the questionnaire and the single questions because little mistakes in the questionnaire can falsify the entire results. The extensive field of data analysis is roughly described. A more detailed explanation of the stochastic methods is not included because modern data analysis software has already integrated these functions.

The written part of this paper goes along with a programmed online survey. It is mostly created on the basis of PHP and MYSQL. The survey is used in a scientific research about "Polymer Cement Concrete". This state-aided project is called ForMaT and it is accessible on the web at [www.format.bwlbau.de](http://www.format.bwlbau.de). In the admin area the creation and adjustment of the questionnaires take place. An interface to the software SPSS provides the data analysis.

The goal of this bachelor thesis is to develop an online survey that is user-friendly to participants and organisers and has a professional presentation and a scientific basis. Furthermore it shall deliver theoretical information about the basic topics of marketing research.