

Der GfK Verein ist der Think Tank der Marktforschung.

Als Non-Profit-Organisation ist seine Hauptaufgabe die Förderung der Marketingforschung.

www.gfk-verein.de

Masterarbeit

Thema: Modellierung der Warengruppen-übergreifenden Account-Wahl auf Daten aus dem GfK-Haushaltspanel

Im GfK-Haushaltspanel wird das Einkaufsverhalten von Haushalten erfasst, für nahezu alle Güter des täglichen Bedarfs. Die Haushalte nutzen dazu ein Electronic Diary. Die Entscheidungsprozesse im Hintergrund werden nicht erfasst. Der Haushalt gibt nicht an, warum er sich in genau dieser Woche für genau diese Geschäftsstätte (im folgenden Account) entscheidet oder warum er genau dieses Produkt gekauft hat.

Diese Fragen werden mit Hilfe von Marketing-Mix-Modellen beantwortet. Warengruppenspezifisch untersuchen wir die Wahl des Kaufzeitpunkts, die Account- und Produktwahl und schließlich die Mengenwahl des Haushalts. Dies geschieht in Abhängigkeit der Marketing-Mix-Variablen Preis, Promotion und Distribution. Damit sind Prognosen für die Zukunft und Simulationen möglich.

In der Masterarbeit soll nun eine Warengruppen-übergreifende Account-Wahl modelliert werden. Bei Bell et al¹ findet sich beispielsweise so ein Modell. Dort wird angenommen, dass Haushalte regelmäßig einkaufen gehen und ihr „Einkaufszettel“ mehrere Warengruppen umfasst. Je nachdem, welche Produkte auf diesem fiktiven Einkaufszettel stehen, wird der eine oder andere Account ausgewählt – Warengruppen-übergreifend.

Ihre Aufgabe umfasst das Abstecken des theoretischen Rahmens, die Entwicklung eines Warengruppen-übergreifenden Account-Wahl-Modells inklusive geeigneter erklärender Variablen auf Daten aus dem GfK-Haushaltspanel. Bisherige Marketing-Mix-abhängige Prognosen und Simulationen sind weiterhin möglich. Anhand von Tests und Validierungen werden praktische Empfehlungen abgeleitet.

Idealerweise:

- studieren Sie Mathematik, BWL, Informatik oder eine verwandte Disziplin
- verfügen Sie über solide Methoden- und Statistikenkenntnisse
- verfügen Sie über Programmierkenntnisse, vorzugsweise in R

Firmenbereich: GfK Verein

Division: Grundlagenforschung

Zeitrahmen: nach Absprache

Vergütung: nach Vereinbarung

Betreuer: Birgit Stoltenberg, birgit.stoltenberg@gfk-verein.org, Tel: +49 911/395-3481

¹ Bell, David R., Teck Hua Ho and Christopher S. Tang (1998), "Determining Where to Shop: Fixed and Variable Costs of Shopping," *Journal of Marketing Research*, 35 (August), 352-69.

Sie sind interessiert? Dann nutzen Sie bitte für Ihre Bewerbung ausschließlich unseren Online-Bewerbungsbogen unter <https://erecruitment.gfk.com/home/login/index.de.php>

→ Ihr direkter Kontakt:

GfK SE, Human Resources Management
Cornelia Hahn, Nordwestring 101, 90419 Nürnberg
www.gfk.com

