

Aufgabe 9

Z : „Kunde kauft Zahnpasta“

\bar{Z} „Kunde kauft keine Zahnpasta“

M : „Kunde kauft Mundwasser“

\bar{M} „Kunde kauft kein Mundwasser“

a) Absolute Häufigkeiten (links):

$$500 - 400 = 100$$

$$100 - 75 = 25$$

$$500 - 375 = 125$$

$$125 - 25 = 100$$

$$400 - 100 = 300$$

	M	\bar{M}	gesamt
Z	100	300	400
\bar{Z}	25	75	100
gesamt	125	375	500

Relative Häufigkeiten (rechts):

$$100\% - 80\% = 20\%$$

$$100\% - 75\% = 25\%$$

$$75\% - 15\% = 60\%$$

$$80\% - 60\% = 20\%$$

$$20\% - 15\% = 5\%$$

	M	\bar{M}	gesamt
Z	20%	60%	80%
\bar{Z}	5%	15%	20%
gesamt	25%	75%	100%

Aus den in der linken Tabelle angegebenen absoluten Häufigkeiten lassen sich relative Häufigkeiten berechnen (kein Informationsverlust). Alleine aus den in der rechten Tabelle angegebenen relativen Häufigkeiten lassen sich aber keine absoluten Häufigkeiten rekonstruieren. Somit weiß man beispielsweise nicht, ob 10, 100 oder 1000 Kunden an der Befragung teilgenommen haben, was die Aussagekraft der Befragung beeinflussen könnte.