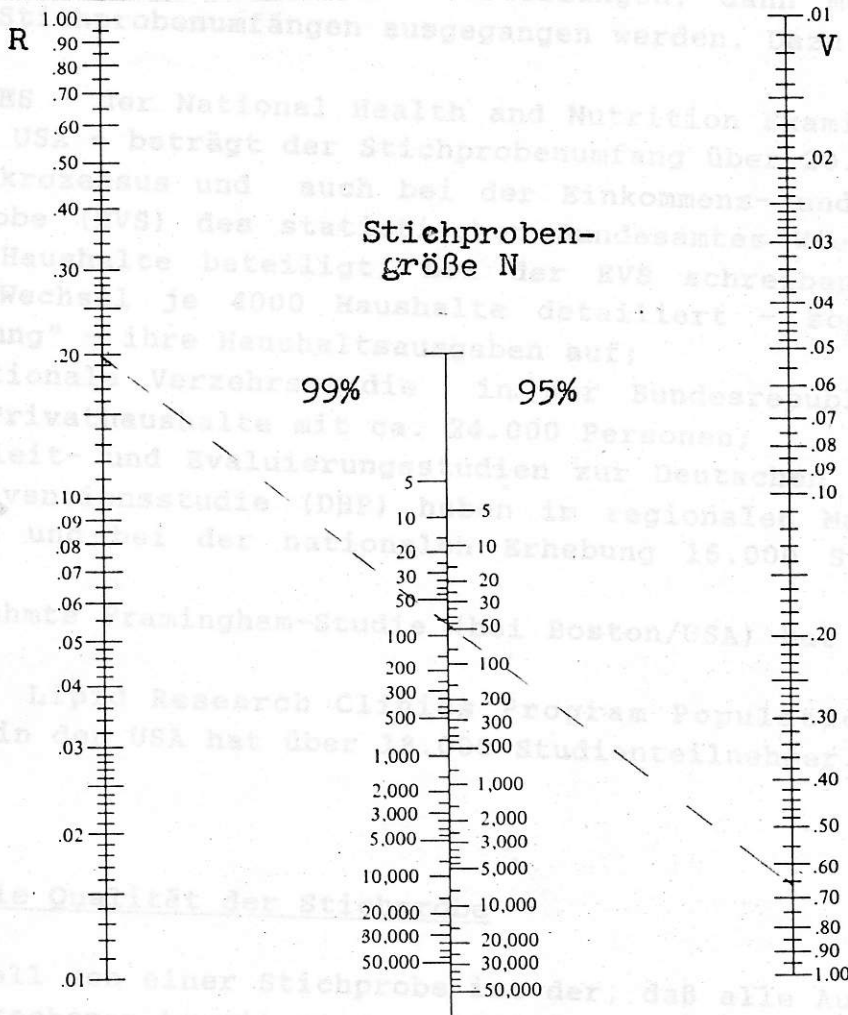


Abb. 58 Beispiel eines Nomogramms zur Ermittlung des Stichproben-Umfangs (zur Ermittlung des Durchschnittswertes eines Merkmales)*



Beispiel: Wenn der erlaubte Fehler (unter 20%, $R = 0.20$) sein soll (linke Skala) und der Variationskoeffizient V (rechte Skala) (65%, .65) ist, dann ist die Stichprobengröße (beide Skalenpunkte sind zu verbinden und Schnittpunkt mit mittleren Skala) bei 95% Wahrscheinlichkeit bei $N = 40$ bzw. bei 99% Wahrscheinlichkeit bei $N = 80$.

* D.S.Tull, D.I.Hawkins: Marketing Research - Measurement and Method. Collier Macmillan International Editions. New York, London, 2nd Ed., S.417, 1980