

Hierbei handelt es sich um einen Begriff aus der Statistik, der somit gerade in der Marktforschung und Marketingforschung Bedeutung hat.

Mit Validität wird die Gültigkeit einer wissenschaftlichen Untersuchung, eines Tests bzw. Versuchs bezeichnet.

In der Statistik bedient man sich bewährter Stichprobenverfahren, um Aussagen aufgrund der Stichprobe für die Gesamtheit ziehen zu können. Hierzu ist es erforderlich, dass die Stichprobe verschiedene Voraussetzungen erfüllt, die diesen Rückschluss auf möglichst fehler- und abweichungsfrei zulässt. Sie muss valide sein.