

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Begriffsinhalte und Einordnung	12
1.1 Markt und Forschung	12
1.2 Forschungsaufgaben	14
1.3 Forschungsmethodologie	15
1.4 Marktforschungsbereiche	18
1.5 Didaktik der Lehre	19
1.6 Literatur	20
2 Verfahren der Informationsgewinnung	22
2.1 Grundsätze und Überblick	22
2.2 Befragung	22
2.2.1 Gegenstand der Befragung	22
2.2.2 Zielgruppe der Befragung	23
2.2.3 Art der Befragung	23
2.2.4 Größe der Auswahlgruppe	24
2.2.5 Auswahlverfahren	30
2.2.6 Häufigkeit der Befragung	32
2.3 Beobachtung	32
2.4 Experimente (Tests)	34
2.5 Anwendungsformen	36
2.5.1 Produkt- und Warentests	36
2.5.2 Store- und Markttests	38
2.5.3 Paneluntersuchungen	40
2.5.4 Einstellungsmessungen	45
2.5.5 Conjoint-Analyse	53
2.6 Sekundärstatistiken	57
2.7 Literatur	67
3 Verfahren der Datenauswertung	70
3.1 Überblick	70
3.2 Univariate Verfahren	71
3.2.1 Deskriptive Datenanalyse	71
3.2.2 Induktive Datenanalyse	73
3.2.2.1 Hypothesenbildung und -überprüfung	73
3.2.2.2 Eigenschaften von Schätzfunktionen	75
3.2.2.3 Testverfahren	76

3.3	Bi- und multivariate Verfahren	81
3.3.1	Verfahren der Dependenzanalyse	81
3.3.1.1	Kreuztabellierung	82
3.3.1.2	Kontingenzanalyse	83
3.3.1.3	Varianzanalyse	85
3.3.1.4	Diskriminanzanalyse	90
3.3.1.5	Regressionsanalyse	96
3.3.2	Verfahren der Interdependenzanalyse	109
3.3.2.1	Faktorenanalyse	110
3.3.2.2	Clusteranalyse	113
3.4	Literatur	117
4	Datenaggregation und Zeitreihenzerlegung	119
4.1	Datenaggregation	119
4.1.1	Mengen-, Preis- und Wertindizes	119
4.1.2	Produktspezifische und generelle Preisbereinigung	123
4.1.3	Mengen- und Struktureffekt einer Volumenentwicklung	124
4.1.4	Vertikaler Vergleich von Preis- und Mengenindizes	125
4.1.5	Wichtige inländische Preisindizes	126
4.1.6	Neuberechnung von Preisindizes	128
4.1.7	Verknüpfung und Umbasierung von Indizes	128
4.1.8	Indizes zum internationalen Kaufkraftvergleich	129
4.1.9	Literatur	130
4.2	Zeitreihenzerlegung	131
4.2.1	Modellhypothesen	131
4.2.2	Schrittweise Ermittlung der Komponenten	132
4.2.3	Simultane Ermittlung der Komponenten	136
4.2.4	Frequenzanalytische Verfahren	136
4.2.5	Literatur	136
5	Datenglättung und direkte Datenprognose	137
5.1	Implikationen	137
5.2	Modellhypothesen	138
5.3	Stationäre Modelle	140
5.4	Lineare Modelle	143
5.5	Modelle höherer Ordnung	145
5.6	Modelle mit Saison	148
5.7	Modelle ohne Vorgabe des Prozeßverlaufes	149
5.8	Diffusionsmodelle	151
5.9	Analogverfahren	155
5.10	Altersgruppierte Extrapolation	157
5.11	Markov-Ketten	160
5.12	Literatur	162

6	Kausale Marktanalyse	164
6.1	Kausale Modelle	164
6.1.1	Modellzwecke	164
6.1.2	Modellelemente	164
6.1.3	Modelltypen	165
6.1.4	Modellbildung	170
6.1.5	Modelleigenschaften	170
6.1.6	Modellbeurteilung	171
6.1.7	Literatur	172
6.2	Input-Output-Analyse	172
6.2.1	Art der Beziehungen	172
6.2.2	Input-Output-Tabelle	172
6.2.3	Identitätsgleichungssystem	173
6.2.4	Analytisches Grundmodell	174
6.2.5	Modell zur Bestimmung der Endproduktion	174
6.2.6	Modell zur Bestimmung der sektoralen Produktion	174
6.2.7	Modell zur Ermittlung von Preiswirkungen	175
6.2.8	Modellbeurteilung	175
6.2.9	Literatur	176
6.3	Konsum- und Nachfrageanalyse	177
6.3.1	Grundzüge der Konsum- und Nachfragetheorie	177
6.3.2	Statische Konsumtheorie und Eingleichungsmodelle	177
6.3.3	Konsumtheorie und vollständiges Gleichungssystem	183
6.3.4	Konsumtheorie der Gütereigenschaften (Qualitäten)	191
6.3.5	Dynamische Konsumtheorie	195
6.3.6	Marktinterdependentes Mehrgleichungsmodell	200
6.3.7	Umwandlung von Erklärungsmodellen in Schätzmodelle	207
6.3.8	Analyse der Verbrauchsentwicklung bei Fleisch	213
6.3.9	Vergleich von Längsschnitt- und Querschnittanalysen	222
6.3.10	Kohortenanalyse des Verbraucherverhaltens	225
6.3.11	Probleme der Nachfrageanalyse	228
6.3.12	Literatur	228
6.4	Produktions- und Angebotsanalyse	231
6.4.1	Grundzüge der Produktions- und Angebotstheorie	231
6.4.2	Produktion und Angebot eines Produktes	233
6.4.3	Angebot bei Mehrproduktproduktion	245
6.4.4	Angebot in Abhängigkeit von der Betriebsgröße	250
6.4.5	Angebot bei technischem Fortschritt	253
6.4.6	Angebotsreaktion auf realisierte und erwartete Preisänderungen	259
6.4.7	Asymmetrische Angebotsreaktion bei Preisänderungen	261
6.4.8	These einer inversen preisabhängigen Angebotsreaktion	262
6.4.9	Verlagerung der preisabhängigen Angebotsfunktion	264
6.4.10	Analyse des Angebots mittels Preiserwartungsmodellen	267

6.4.11	Analyse des Angebots auf der Basis von Produktionsfunktionen.....	269
6.4.12	Analyse des Angebots auf der Basis monetärer Funktionen	272
6.4.13	Analyse des Angebots mittels linearer Optimierungsmodelle	276
6.4.14	Analyse des Angebots mittels marktinterdependenter Modelle.....	279
6.4.15	Probleme der Angebotsanalyse	280
6.4.16	Literatur.....	281
6.5	Preisanalyse.....	284
6.5.1	Grundzüge der Preistheorie	284
6.5.2	Statisches Preisgleichgewicht.....	284
6.5.3	Bildung des Gleichgewichtspreises	285
6.5.4	Stabilität des Preisgleichgewichtes	286
6.5.5	Dynamische Preisbildung.....	288
6.5.6	Zeitliche Preisbildung	292
6.5.7	Interregionale Preisbildung	296
6.5.8	Vertikale Preisbildung	297
6.5.9	Preisanalyse bei Speisekartoffeln.....	298
6.5.10	Literatur.....	303
6.6	Marktstruktur- und Wettbewerbsanalyse.....	304
6.6.1	Wohlfahrtstheoretische Begründung von Wettbewerb	304
6.6.2	Funktionsfähiger Wettbewerb	316
6.6.3	Marktstruktur und Wettbewerb in der Landwirtschaft	324
6.6.4	Marktstruktur und Wettbewerb im Produktionsmittelbereich	326
6.6.5	Marktstruktur und Wettbewerb im Bezugs- und Erfassungshandel	330
6.6.6	Marktstruktur und Wettbewerb im Verarbeitungsbereich.....	331
6.6.7	Marktstruktur und Wettbewerb im Lebensmittelhandel.....	332
6.6.8	These von den Wettbewerbsnachteilen der Landwirtschaft.....	333
6.6.9	Zur Marktstellung und Markttransparenz der Verbraucher	336
6.6.10	Literatur.....	338
7	Intuitive Marktanalyse und Marktszenarien	341
7.1	Intuitive Marktanalyse	341
7.1.1	Allgemeine Kennzeichnung	341
7.1.2	Expertenbefragungen.....	341
7.1.3	Kreativitätsfördernde Methoden.....	343
7.2	Marktszenarien	344
7.3	Literatur.....	348
8	Beurteilung von Marktanalysen.....	349
8.1	Beurteilungskriterien.....	349
8.2	Datenfehler	349
8.3	Modellfehler	351
8.4	Prognosefehler.....	353
8.5	Ex post-Beurteilung der Prognosegüte	358

8.6	Bedarf und Nutzung von Prognosen	365
8.7	Literatur	367
9	Marketing	369
9.1	Marketing-Begriff	369
9.2	Elemente einer Marketingkonzeption.....	369
9.3	Situationsanalyse.....	371
9.3.1	Unternehmen, Markt, Umwelt	371
9.3.2	Verfahren der Situationsanalyse	372
9.4	Strategieplanung	373
9.4.1	Marketingstrategien.....	373
9.4.2	Verfahren der Strategieplanung	378
9.5	Maßnahmenplanung	386
9.5.1	Instrumente des Marketing-Mix	386
9.5.2	Zur Optimierung des Marketing-Mix	400
9.6	Marketing-Kontrolle.....	400
9.7	Marketing-Beurteilung	402
9.8	Literatur	403
10	Marktpolitik	405
10.1	Marktversagen als Politikbegründung	405
10.1.1	Fehlen von Wettbewerb	405
10.1.2	Natürliche Monopole	407
10.1.3	Externe Effekte	409
10.1.4	Öffentliche Güter	414
10.1.5	Meritorische und demeritorische Güter.....	417
10.1.6	Marktkenntnis, Unsicherheit, Instabilität	418
10.2	Second-Best-Situationen und -Strategien.....	421
10.2.1	Intersektorale Übertragung einer Verzerrung.....	421
10.2.2	Innersektorale Kompensation einer Verzerrung.....	422
10.2.3	Anpassung an Verzerrungen höheren Grades	423
10.3	Preisliche Allokationsverzerrungen.....	424
10.3.1	Nominale Protektion.....	424
10.3.2	Effektive Protektion	425
10.3.3	Wechselkurseffekt der Protektion.....	427
10.3.4	Horizontaler Protektionsvergleich	427
10.3.5	Terms of Trade-Effekt der Protektion	428
10.3.6	Protektion gegenüber der Freihandelsituation.....	431
10.3.7	Protektion und Umweltschutz.....	432
10.3.8	Evolutorische Aspekte der Protektion	433
10.4	Quantitative Wohlfahrtseffekte	433
10.4.1	Konsumentenrente nach Marshall	433
10.4.2	Konsumentenrente nach Hicks	434

10.4.3	Quantifizierung der Konsumentenrente	438
10.4.4	Aggregation individueller Nutzen	440
10.4.5	Sektorale Nachfrageinterdependenz	442
10.4.6	Faktor- und Produzentenrente	443
10.4.7	Rentenmaximum im Marktgleichgewicht	444
10.4.8	Dynamische Nutzen-Kosten-Aspekte	444
10.5	Nutzen und Kosten der Preisstabilisierung	448
10.5.1	Arten von Preisinstabilitäten	448
10.5.2	Nutzen der Preisstabilisierung	448
10.5.3	Kosten der erforderlichen Mengenzustabilisierung	451
10.5.4	Kostenersparnisse bzw. Nutzenvorteile durch Risikominderung	452
10.5.5	Instabilitätsursachen und Bewertung einer Stabilisierung	453
10.5.6	Stabilisierung in einer evolutorischen Wirtschaft	454
10.5.7	Möglichkeiten der Preisstabilisierung	454
10.5.8	Beurteilung der Preisstabilisierung der EU	455
10.6	Nutzen und Kosten der Preisstützung	456
10.6.1	Versorgungssicherheit als Begründung	456
10.6.2	Das Vorsorgeniveauproblem	456
10.6.3	Optimierung der Vorsorgestruktur	457
10.6.4	Minimierung der Versorgungsunsicherheit	462
10.6.5	Versorgungssicherheit in der BR Deutschland	463
10.7	Nutzen und Kosten der wirtschaftlichen Integration	464
10.7.1	Prinzipien des gemeinsamen Marktes der EU	464
10.7.2	Wohlfahrtseffekte der Vereinheitlichung der Preisniveaus	464
10.7.3	Anreiz zu nationalen produktionsfördernden Maßnahmen	467
10.7.4	Wohlfahrtseffekte preis- und mengenpolitischer Maßnahmen	467
10.7.5	Intersektoraler Nutzen-Kosten-Vergleich der Integration	471
10.7.6	Abwägung zwischen regionaler und globaler Integration	471
10.8	Wohlfahrtsökonomische Beurteilung der Politik	473
10.8.1	Zielfunktion der Wirtschaftspolitik	473
10.8.2	Ordnungs- und Zielkonformität von Maßnahmen	474
10.8.3	Referenzsystem der Politikbewertung	477
10.8.4	Strukturpolitik	478
10.8.5	Preispolitik	482
10.8.6	Kontingentierung des Produktangebotes	484
10.8.7	Flächenstilllegungsprogramme	488
10.8.8	Umweltpolitik	490
10.9	Politische Ökonomie der Politik	493
10.10	Literatur	496
Sachregister		503