INHALT

Zur Einführung 7
Für eilige Leser: Wichtige Ergebnisse der Untersuchung . . . 9

BERICHT
Über das Interesse am Markenartikel 19
Begehrte Vielfalt oder Inflation? 29
Über das Interesse am günstigen Einkauf 39
Über Hersteller- und Handelsmarken 50
Über die Preisbindung: Verbrauchermeinungen im Zeitablauf . . 63
Motive für und gegen die Preisbindung 76
Über die Merkmale des Markenartikels 82

TABELLEN 85

TABELLENVERZEICHNIS 105

ANHANG
Erläuterungen 111
Beschreibung des Prüfungsverfahrens zur Feststellung
von Guttman-Skalen 115
Untersuchungsdaten 129
Statistik der befragten Personengruppe 132
Fragebogen mit Anlagen. Anmerkung zum Fragebogen 135