

Inhaltsverzeichnis

Einführung und Zusammenfassung	13
I. Konjunkturtheoretische Konzeption von Verbraucher- und Unternehmerrumfragen	16
1. <i>Bisherige Berücksichtigung von Urteilen und Erwartungen in der Konjunktur- und Wirtschaftstheorie</i>	16
2. <i>Ansätze der ökonomischen Verhaltensforschung</i>	17
II. Konjunkturumfragen bei den Verbrauchern	26
1. <i>Beschreibung einiger Erhebungen</i>	26
a) Vereinigte Staaten	26
α) <i>Überblick</i>	26
β) <i>Survey Research Center, Michigan</i>	29
γ) <i>Bureau of the Census, Washington</i>	31
δ) <i>National Industrial Conference Board, New York</i>	32
ϵ) <i>Sindlinger & Company, Philadelphia</i>	34
b) Großbritannien	35
α) <i>The Gallup Poll, London</i>	36
β) <i>British Market Research Bureau (Financial Expectations Survey)</i>	37
c) Frankreich	38
α) <i>INSEE-Institut, Paris</i>	39
d) Bundesrepublik Deutschland	39
e) Europäische Gemeinschaft	40
2. <i>Erfahrungen mit finalen Konsumentenäußerungen (Kaufplänen)</i>	42
a) USA	43
α) <i>Schätzfunktionen</i>	46
b) Großbritannien	52
c) Frankreich	55
d) Bundesrepublik Deutschland	65
e) Europäische Gemeinschaft	68
3. <i>Erfahrungen mit rezeptiv-kritischen Konsumentenäußerungen (Konsumentenstimmungen)</i>	69
a) USA	69
b) Großbritannien	76
c) Frankreich	84

d) Bundesrepublik Deutschland	86
α) Aussagewert ausgewählter Testfragen	88
β) Ergebnisse von Zeitreihenanalysen	96
$\alpha\alpha$) Privater Verbrauch insgesamt	97
$\beta\beta$) Langlebige Konsumgüter	106
$\gamma\gamma$) Pkw-Neuzulassungen	113
$\delta\delta$) Schätzung von Wachstumsraten	122
e) Europäische Gemeinschaft	130
α) Rezeptiv-kritische Konsumentenäußerungen von sozio-demographischen Subgruppen	130
β) Globalindizes aus Verbraucherumfragen	136
γ) Schlußfolgerungen für die harmonisierten Verbraucherumfragen der Kommission der Europäischen Gemeinschaften	140
III. Konjunkturbefragungen bei den Unternehmern	143
1. Frageprogramm im Ifo-KT und -IT	144
2. Erfahrungen mit finalen Unternehmeräußerungen	145
a) Investitionspläne von Industrieunternehmen	145
b) Produktionspläne von Industrieunternehmen	150
c) Preiserwartungen der Unternehmer in Industrie und Handel	151
d) Beschäftigtererwartungen der Industrieunternehmen	156
3. Erfahrungen mit rezeptiv-kritischen Unternehmeräußerungen ...	169
a) Unternehmerische Beurteilung der Fertigwarenbestände	170
b) Unternehmerische Urteile über den Auftragsbestand	171
c) Unternehmerische Urteile zur augenblicklichen und zur künftigen Geschäftslage (Geschäftsklima)	172
IV. Umfrageergebnisse als Instrumente für die Konjunkturanalyse und -prognose	176
1. Konjunkturindikatoren	176
2. Antizipationsmodelle	183
a) Ökonometrisches Modell versus Indikatorenansatz	183
b) Bisherige Erfahrungen mit ökonometrischen Konjunkturmodellen	184
c) Das kurzfristige Prognosemodell von Fair	186
d) Erläuterungen zu den 7 Verhaltensgleichungen des nominalen BSP-Sektors	190
e) Würdigung des Fair'schen Modells und Verbesserungsvorschläge	198
f) Vergleich der Treffsicherheit des Fair-Modells mit der anderer Modelle	200
g) Vorschläge	201

V. Ausblick	204
1. <i>Bestimmungsgründe von Einstellungen</i>	204
2. <i>Soziale Indikatoren</i>	204

Anhang

A. Zur Bedeutung der „Erwartungen“ in der Wirtschaftstheorie	211
1. <i>Klassik und Neoklassik</i>	211
2. <i>Die Stockholmer Schule</i>	213
3. <i>Die Behandlung von Urteilen und Erwartungen bei Keynes</i>	218
B. Statistische Probleme beim Umgang mit rezeptiv-kritischen und finalen Äußerungen der Wirtschaftssubjekte	221
1. <i>Untergliederung der Meßskala</i>	222
2. <i>Probleme bei der Aggregation von finalen und rezeptiv-kritischen Äußerungen</i>	224
a) <i>Aggregation von finalen Äußerungen, die auf metrischen Skalen gemessen werden</i>	225
b) <i>Aggregation von finalen Äußerungen, die auf Ordinalskalen gemessen werden</i>	226
c) <i>Aggregation von rezeptiv-kritischen Äußerungen auf ordinalen oder metrischen Skalen</i>	228
3. <i>Umsetzen ordinaler Werte in metrische</i>	229
4. <i>Konstruktion von Global-Indizes</i>	233
5. <i>Signifikanzprüfung von Testergebnissen und Schlußfolgerung daraus für Frageprogramm, Stichprobenumfang und Befragungstechnik</i>	244
a) <i>Signifikanzprüfung von Testergebnissen</i>	244
b) <i>Schlußfolgerung für Frageprogramm, Stichprobenumfang und Befragungstechnik</i>	247
C. Ergänzende Schaubilder zu EG-Verbraucherumfragen	253
Literaturverzeichnis	261