

# Inhalt

Vorwort zur 5. Auflage .....	Seite V
<b>Erster Teil</b>	
<b>Wesen, Gliederung, Aufgaben und Organisation der Marktforschung .....</b>	<b>1</b>
<b>Erstes Kapitel</b>	
<b>Wesen und Gliederung der betriebswirtschaftlichen Marktforschung .....</b>	<b>3</b>
I. Wesen der betriebswirtschaftlichen Marktforschung .....	3
– Begriffliches Verhältnis der Marktforschung zu verwandten oder benachbarten Begriffen . . .	13
II. Gliederung der betriebswirtschaftlichen Marktforschung .....	19
Anmerkungen zum ersten Kapitel .....	25
<b>Zweites Kapitel</b>	
<b>Aufgaben der betriebswirtschaftlichen Marktforschung .....</b>	<b>28</b>
I. Allgemeines .....	28
II. Marktforschung und Gründungsentscheidungen .....	32
– Marktforschung und Unternehmungszweck .....	32
– Andere Gründungsfragen .....	33
III. Marktforschung und Unternehmensführung .....	34
– Marktforschung und Einkauf .....	34
– Marktforschung und Produktion .....	36
– Marktforschung und Absatz .....	37
– Marktforschung und betriebswirtschaftliche Planung .....	43
– Marktforschung und Betriebsverwaltung .....	45
– Die volkswirtschaftlichen Aufgaben der Marktforschung .....	47
Anmerkungen zum zweiten Kapitel .....	48
<b>Drittes Kapitel</b>	
<b>Organisation der betriebswirtschaftlichen Marktforschung .....</b>	<b>50</b>
I. Träger der Marktforschung .....	51
II. Einordnung der Marktforschung in die Unternehmensorganisation .....	55
III. Innenorganisation der Marktforschungsabteilung .....	59
Anmerkungen zum dritten Kapitel .....	66

<b>Zweiter Teil</b>	
<b>Sachfragen der Marktforschung</b> . . . . .	69
<b>A. Marktuntersuchung (Marktanalyse)</b> . . . . .	71
<b>Viertes Kapitel</b>	
<b>Untersuchung des konsumtiven Bedarfs</b> . . . . .	74
I. Bedarfsträger . . . . .	74
II. Bedarfsgebiete . . . . .	81
III. Bedarfsäußerungen . . . . .	88
1) Die Bedarfsarten oder die qualitative Seite der Bedarfsäußerungen . . . . .	88
2) Bedarfszusammenhänge . . . . .	92
3) Die Bedarfsgrößen oder die quantitative Seite der Bedarfsäußerungen . . . . .	96
4) Die Elastizität des Bedarfs . . . . .	103
IV. Bedarfsfaktoren . . . . .	108
1) Der Prozeß der Bedarfsbildung . . . . .	109
2) Der Bedarfsfaktor Kaufkraft im besonderen . . . . .	119
3) Einkaufs- und Verbrauchsgewohnheiten . . . . .	135
V. Zusammenfassung der Bedarfsmerkmale und Bedarfsfaktoren zu Kennzahlen der Aufnahme- fähigkeit . . . . .	139
Anmerkungen zum vierten Kapitel . . . . .	143
<b>Fünftes Kapitel</b>	
<b>Untersuchung des produktiven Bedarfs</b> . . . . .	147
I. Bedarfsträger . . . . .	147
II. Bedarfsäußerungen . . . . .	156
III. Bedarfsgebiete . . . . .	166
IV. Faktoren des Produktivbedarfs . . . . .	168
Anmerkungen zum fünften Kapitel . . . . .	173
<b>Sechstes Kapitel</b>	
<b>Untersuchung der Wettbewerbsverhältnisse und der Absatzwege</b> . . . . .	174
I. Wettbewerbsverhältnisse . . . . .	174
II. Absatzwege . . . . .	184
Anmerkungen zum sechsten Kapitel . . . . .	197
<b>B. Marktbeobachtung</b> . . . . .	199
<b>Siebentes Kapitel</b>	
<b>Marktverschiebungen</b> . . . . .	201
I. Arten und Ursachen der Marktverschiebungen . . . . .	201
II. Verschiebungen des Bedarfs, der Konkurrenz und der Absatzwege . . . . .	205
Anmerkungen zum siebenten Kapitel . . . . .	216

<b>Achtes Kapitel</b>	
<b>Marktschwankungen</b> . . . . .	218
I. Lang- und mittelfristige Marktschwankungen . . . . .	219
II. Kurzfristige, rhythmisch gebundene Marktschwankungen . . . . .	229
III. Bewegungszusammenhänge . . . . .	234
IV. Mode- und Geschmackswandlungen . . . . .	238
Anmerkungen zum achten Kapitel . . . . .	243

<b>Dritter Teil</b>	
<b>Methoden der Marktforschung</b> . . . . .	245

<b>A. Methoden der Erhebung</b> . . . . .	247
- Überblick über die Erhebungsarten . . . . .	247

<b>Neuntes Kapitel</b>	
<b>Auswahlverfahren</b> . . . . .	255

I. Auswahlverfahren bei nicht-repräsentativen Teilerhebungen . . . . .	256
II. Verfahren der bewußten Auswahl . . . . .	257
1) Typische Auswahl . . . . .	257
2) Auswahl nach dem Konzentrationsprinzip . . . . .	258
3) Quoten-Auswahlverfahren . . . . .	259
III. Verfahren der Zufallsauswahl . . . . .	261
1) Die Verfahren der reinen Zufallsauswahl . . . . .	262
2) Differenzierende Verfahren der Zufallsauswahl . . . . .	265
- Geschichtetes Stichprobenverfahren . . . . .	265
- Flächenstichprobenverfahren . . . . .	268
- Mehrstufige Auswahlverfahren . . . . .	269
- Double Sample und Sequenz-Analyse . . . . .	271
- Grenzen der Zufallsauswahl . . . . .	272
Anmerkungen zum neunten Kapitel . . . . .	274

<b>Zehntes Kapitel</b>	
<b>Befragung als Methode der Primärerhebung</b> . . . . .	276

I. Formen der Befragung . . . . .	276
1) Gliederung nach der Vorgehensweise . . . . .	276
2) Stellung der Auskunftspersonen im Wirtschaftsablauf . . . . .	276
3) Häufigkeit der Befragungen . . . . .	278
4) Kreis der Auskunftspersonen . . . . .	278
5) Art der Kommunikation . . . . .	279
6) Standardisierung des Interviews . . . . .	284
II. Gestaltung der Fragen und des Fragebogens . . . . .	286
1) Gestaltung der Fragen . . . . .	286
2) Gestaltung des Fragebogens . . . . .	292

III. Die Erhebungspersonen (Interviewer) und Auskunftspersonen . . . . .	294
1) Die Erhebungspersonen . . . . .	294
2) Die Auskunftspersonen . . . . .	300
IV. Organisation der Befragung . . . . .	302
1) Planung der Befragung . . . . .	304
2) Durchführung der Befragung . . . . .	307
– Beispiel einer Intervieweranweisung . . . . .	308
3) Aufbereitung und Auswertung des Materials . . . . .	310
4) Erstellung des Untersuchungsberichts . . . . .	311
Anmerkungen zum zehnten Kapitel . . . . .	312

## Elftes Kapitel

### Beobachtung und Experiment als Methoden der Primärerhebung . . . . .

314

I. Die Beobachtung . . . . .	314
– Arten der Beobachtung . . . . .	316
– Organisation der Beobachtung . . . . .	319
II. Das Experiment . . . . .	320
– Arten experimenteller Versuchsanordnungen . . . . .	321
– Marktexperiment/kontrollierter Testmarkt . . . . .	322
Anmerkungen zum elften Kapitel . . . . .	323

## Zwölftes Kapitel

### Verfahren und Organisation der Sekundärerhebung . . . . .

325

Anmerkungen zum zwölften Kapitel . . . . .	328
--	-----

## B. Verfahren der Verarbeitung (Auswertung) . . . . .

329

## Dreizehntes Kapitel

### Verarbeitung von Strukturdaten . . . . .

329

I. Auszählen, Sortieren und erste Zusammenfassung . . . . .	330
II. Bildung von Sachgruppen und von Größenklassen; Häufigkeitsanalyse . . . . .	335
1) Bildung von Sachgruppen . . . . .	335
2) Bildung von Größenklassen . . . . .	339
3) Häufigkeitsanalyse . . . . .	342
III. Mittelwertbildung, Streuungsmessung . . . . .	347
1) Rechnerische Mittelwerte . . . . .	348
2) Mittelwerte der Lage . . . . .	351
3) Streuungsmaße . . . . .	355
IV. Bildung von Verhältniszahlen . . . . .	355
V. Graphische Darstellung der Ergebnisse . . . . .	356
VI. Verfahren zur Ermittlung von Zusammenhängen . . . . .	359
VII. Auswertung qualitativer Merkmale . . . . .	363
VIII. Zusammenfassung der Einzelergebnisse . . . . .	367
Anmerkungen zum dreizehnten Kapitel . . . . .	372

<b>Vierzehntes Kapitel</b>	
<b>Verarbeitung von Zeitreihen</b>	
<b>(Verfahren der Marktbeobachtung)</b> . . . . .	<b>374</b>
<b>I. Verfahren des formalen Vergleichs</b> . . . . .	<b>375</b>
1) Darstellung mit einer oder mehreren Skalen . . . . .	376
2) Logarithmische Darstellung . . . . .	378
3) Indexmethode . . . . .	379
4) Darstellung in Abweichungen vom arithmetischen Mittel . . . . .	381
5) Differenzmethode und Kettenindizes . . . . .	383
6) Kumulation der Reihen . . . . .	385
7) Umkehrung (Inversion) von Reihen . . . . .	387
8) Korrelation von Zeitreihen . . . . .	388
<b>II. Methoden des materiellen Vergleichs</b> . . . . .	<b>391</b>
1) Ermittlung und Ausschaltung der Grundrichtung (Trend) . . . . .	392
– Graphische und einfache rechnerische Methoden der Trendbestimmung . . . . .	394
– Mathematische Methoden der Trendbestimmung . . . . .	396
– Ausschaltung des Trends . . . . .	400
– Glätten von Reihen mit Hilfe gleitender Durchschnitte . . . . .	401
2) Ermittlung und Ausschaltung jahreszeitlicher Schwankungen . . . . .	403
– Durchschnittsmethode . . . . .	404
– Gliedzahlenmethode . . . . .	406
– Methode der gleitenden Durchschnitte . . . . .	410
– Ausschaltung jahreszeitlicher Schwankungen . . . . .	414
3) Ausschaltung der Preiseinflüsse und des spezifischen Schwankungsgrades . . . . .	415
<b>III. Zusammenfassung zeitlicher Reihen</b> . . . . .	<b>416</b>
<b>IV. Prognoseverfahren</b> . . . . .	<b>421</b>
1) Saisonprognose . . . . .	422
2) Konjunkturprognose . . . . .	423
3) Trendprognose (Wachstums- und Verlagerungsprognose) . . . . .	424
– Trendextrapolation . . . . .	424
– Vergleich mit anderen Reihen . . . . .	427
– Faktorenanalyse . . . . .	430
– Unternehmungsbezogene Prognosen . . . . .	432
<b>Anmerkungen zum vierzehnten Kapitel</b> . . . . .	<b>434</b>
<b>Anhang: Die 10 größten Marktforschungsinstitute</b>	
<b>in der Bundesrepublik; Beispiel für die Planung</b>	
<b>einer Primärerhebung mit Hilfe der Netzplantechnik</b> . . . . .	<b>435</b>
<b>Literatur</b> . . . . .	<b>439</b>
<b>Quellenliteratur</b> . . . . .	<b>447</b>
<b>Bibliographien und Zeitschriften</b> . . . . .	<b>452</b>
<b>Namensverzeichnis</b> . . . . .	<b>453</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>457</b>