

VERZEICHNIS DES INHALTES

EINLEITUNG	VIII
1. BEGRIFFLICH-SYSTEMATISCHE GRUNDLEGUNG.....	1
1. Systemtheoretische Grundlagen	1
1.1 Systembegriff und Systemtheorie	1
1.2 Systemansatz in der Betriebswirtschafts- lehre und Absatzlehre	5
1.3 Methodik der Systemanalyse	8
2. Informations- und entscheidungstheoretische Grundlagen	12
2.1 Analyse des Informationsbegriffes	12
2.1.1 Etymologische Aspekte und Wesen der Information	12
2.1.2 Betrachtungsebenen der Information ..	13
2.1.2.1 Syntaktische Ebene	13
2.1.2.2 Semantische Ebene	14
2.1.2.3 Pragmatische Ebene	16
2.1.3 Verwendeter Informationsbegriff	19
2.2 Information und wirtschaftliche Entschei- dung	21
2.2.1 Entscheidungsstruktur und Informa- tionsgrad	21
2.2.2 Informationsarten bei Entschei- dungen unter Risiko	27
2.2.3 Informationsentscheidungen und Infor- mationshandlungen	29
2.2.4 Entscheidungs- und Informationspro- zesse	31
2.2.5 Marketingentscheidungen und Infor- mationen	36
II. GRUNDPRINZIPIEN DES MARKETING-INFORMATIONSSYSTEMS UND DER INFORMATIONSANALYSE	40
1. Begriff, Arten und Entwicklung des MAIS	42
1.1 Begriff des MAIS	42
1.1.1 Umfang des MAIS und formale Anforde- rungen	43
1.1.2 Elemente des MAIS	45
1.1.3 Informationelle Beziehungen der Ele- mente des MAIS	50

1.2 Arten von MAIS	59
1.3 Entwicklung des MAIS	70
2. Ermittlung des Informationsbedarfes bei der Gestaltung von MAIS	77
2.1 Informationsbedarfe und ihre Deckung	77
2.1.1 Prozeß der Konkretisierung von Bedürfnissen	77
2.1.2 Stellung des Informationsbedarfes im Konkretisierungsprozeß	80
2.1.3 Unvollkommenheiten bei der Deckung des Informationsbedarfes	84
2.2 Gegenstand der Informationsanalyse bei der Gestaltung von MAIS	86
2.2.1 Vorhandener Datenbestand und zusätzliche Informationen	86
2.2.2 Begriff der Datenbasis	89
2.3 Prinzipien und Methoden der Informationsanalyse	92
2.3.1 Prinzipien der Informationsanalyse ..	92
2.3.1.1 Entscheidungsbezogene Informationsanalyse	93
2.3.1.2 Basissystembezogene Informationsanalyse	94
2.3.1.3 Zur heuristischen Vorgehensweise	95
2.3.2 Methoden der Datenerhebung	100
2.3.3 Leistungsvergleich und Zusammenhänge der Prinzipien und Methoden ..	103
2.4 Konsequenzen für die weitere Vorgehensweise der Untersuchung	106
III. ANALYSE DES INFORMATIONEN LIEFERNDEN SYSTEMS	108
1. Abgrenzung und Darstellung des Basissystems ..	108
2. Datenarten und Daten des Basissystems	116
2.1 Katalog von Datenarten des Basissystems ..	117
2.1.1 Daten über die Unternehmung	118
2.1.2 Daten über die Konkurrenz	120
2.1.3 Daten über die Abnehmer	120
2.1.4 Daten über die sonstige Umwelt	121
2.2 Detaillierung von Datenarten	122
3. Datenquellen und ihre Erschließung	128
3.1 Arten von Datenquellen und Konsequenzen für die Datengewinnung	128
3.2 Abstimmung von Datenarten und Datenquellen	132

IV. ANALYSE DES INFORMATIONEN EMPFANGENDEN SYSTEMS...	135	X
1. Verhaltensbezogene Einflüsse auf Informationsbedürfnisse, -bedarf und -nachfrage	138	
1.1 Individuelle Faktoren	138	
1.1.1 Ganzheitliche Untersuchung der menschlichen Informationsverarbeitung	139	
1.1.2 Phasenbetrachtung der menschlichen Informationsverarbeitung	142	
1.2 Gruppenbedingte Faktoren	145	
2. Aufgabenbezogene Einflüsse auf Informationsbedürfnisse, -bedarf und -nachfrage	149	X
2.1 Organisationale Faktoren	149	
2.1.1 Kompetenz und Koordination	150	
2.1.2 Gliederung der Absatzorganisation	152	
2.1.3 Aufgabendelegation an externe Institutionen	154	
2.2 Positionsbedingte Faktoren	155	
3. Informationen für Stellen des Marketing-Aktions-Systems - dargestellt am Beispiel von Tätigkeiten des Produktmanagers	159	
3.1 Begriff und Aufgabenbereiche des Produktmanagers	160	
3.2 Darstellung der Teilaufgaben des Produktmanagers bei Modifikationsentscheidungen im Aktionsbereich Produktgestaltung	163	
3.3 Zuordnung von Informationskomplexen zum Prozeß der Produktmodifikation	167	
3.4 Eignung von Informationen bei Modifikationsentscheidungen zur Aufnahme in die Datenbasis	178	
4. Abstimmung des Informationsbedarfes des Marketing-Aktions-Systems mit dem Datenangebot ...	181	
V. ANALYSE DER INFORMATIONSWIRTSCHAFTLICHKEIT	188	
1. Problematik der Bestimmung des Informationsnutzens	189	
1.1 Entscheidungsorientierter Informationsnutzen	189	
1.2 Bestimmungsfaktoren des Informationsnutzens	191	
1.3 Schwierigkeiten bei der Beurteilung des Informationsnutzens	196	

2. Ansätze zur Bestimmung des Informationsnutzens	199
2.1 Ansatz nach MARSCHAK und BAYES	200
2.2 Ansatz nach BERTHEL und MOEWS	202
2.3 Kritik und Operationalität der Ansätze für die Ermittlung der Datenbasis	207
3. Bestimmung der Informationskosten	212
3.1 Grundlagen und Problematik der Informationskostenrechnung	212
3.2 Durchführung der Informationskostenrechnung bei der Ermittlung der Datenbasis .	219
VI. ZUSAMMENFASSUNG UND ERGEBNISSE	225
VII. VERZEICHNIS DER LITERATUR	229