

Tietz, Bruno

Article — Digitized Version

Modelle zur Marketing-Planung

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Tietz, Bruno (1969) : Modelle zur Marketing-Planung, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 49, Iss. 4, pp. 233-240

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133964>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Modelle zur Marketing-Planung

Dr. Bruno Tietz, Saarbrücken

Die Entscheidungen der Unternehmer werden durch ständige Veränderungen auf den wachsenden Märkten zunehmend erschwert. Wegen der zentralen Bedeutung des Absatzes muß bei diesen Entscheidungen vor allem geklärt werden, wie sich der Absatz verschiedener Produkte auf mittlere und lange Sicht entwickeln wird. Deshalb veröffentlichte der WIRTSCHAFTSDIENST im Februarheft 1969 einen Beitrag, der die Elemente eines Systems der Marketing-Planung herausstellte. Heute legt derselbe Autor zur Abrundung dieses Themenkomplexes ausgewählte Entwürfe für Planungsmodelle vor, die makroökonomische und einzelbetriebliche Merkmale miteinander verbinden.

Zuverlässige überbetriebliche Projektionen über die Veränderungen der Nachfrage nach bestimmten Waren bzw. über die Nachfrage in bestimmten Regionen oder bei bestimmten Betriebsarten bilden den Rahmen für einzelbetriebliche Planungen. Bei einer gegebenen, zutreffend projizierten Gesamtentwicklung bestehen deshalb für ein einzelnes Unternehmen folgende Entwicklungsmöglichkeiten:

- über dem Durchschnitt der Gesamtentwicklung,
- im Durchschnitt der Gesamtentwicklung,
- unter dem Durchschnitt der Gesamtentwicklung.

Vergleiche des betrieblichen Wachstums mit dem jeweiligen Gesamtwachstum bieten erste Anhaltspunkte für die Situation der Unternehmen. Eine Analyse der Abweichungen von der Gesamtentwicklung ist für eine Beurteilung der künftigen Entwicklungschancen deshalb unerlässlich. Diese Analysen sind aber nur dann vollständig, wenn man detaillierte Untersuchungen über die Entwicklung der Konkurrenten anstellt. Auf solchen Grundlagen ist dann die mittel- und langfristige Marketing-Konzeption zu erarbeiten.

Allgemeines Struktur- und Wachstumsmodell

Zunächst geht es darum, das wirtschaftliche Wachstum vorzuschätzen. Dabei unterscheidet man grundsätzlich zwei Modellansätze:

- angebotsorientierte Wachstumsmodelle und
- nachfrageorientierte Wachstumsmodelle.

Diese Konzepte weisen enge Verbindungen zueinander auf. Bei den angebotsorientierten Modellen geht man von bestimmten Annahmen über den Absatz der Produkte und damit über die Nachfrage aus; bei den nachfrageorientierten Modellen wird vorausgesetzt, daß die nachgefragten Waren und Dienste tatsächlich produziert werden können. Kombinationen zwischen beiden Ansätzen sind möglich.

Im Rahmen eines solchen allgemeinen Struktur- und Wachstumsmodells ermittelt man für ein Land, für mehrere Länder oder für die jeweils betrachteten Regionen:

- die Zahl der Arbeitsplätze,
- die Zahl der Einwohner,
- die Zahl der Erwerbstätigen,
- die Wirtschaftskraft (Standpunkt der Unternehmen),
- den Wohlstand (Standpunkt der Einwohner).

Ermittlung der Arbeitsplätze

Ausgangspunkt für die Ermittlung der Zahl der Arbeitsplätze ist die Struktur des produzierenden Gewerbes. Die Projektionen berücksichtigen die Entwicklung im Durchschnitt des Landes oder bei

entsprechenden Erhebungen auch die spezifischen Produktionsprogramme und Absatzgebiete (Inland und Ausland) der regionalen Betriebe. Außerdem sind die branchenspezifischen Veränderungen im Bedarf an Arbeitsplätzen zu berücksichtigen, die durch die Substitution von Arbeit durch Kapital und durch den technischen Fortschritt bedingt sind.

Ein derartiger Ansatz zeigt, daß die Zahl der zu besetzenden Arbeitsplätze durch ungünstige Absatzbedingungen, d. h. Stagnation oder Rückgang der Nachfrage, oder durch große Produktivitätssteigerungen (infolge des technischen Fortschritts) abnimmt. Weiter wird deutlich, daß durch eine steigende Nachfrage, d. h. durch einen hohen Absatzzuwachs, und durch die Beibehaltung einer arbeitsintensiven Produktion die Anzahl der Arbeitsplätze zunimmt.

Bei angebotsorientierten Wachstumsmodellen wird bei den Vorausschätzungen für das Bruttoinlandsprodukt und damit auch für das Arbeitskräftepotential die derzeitige Branchenstruktur im kleinen Raum zugrunde gelegt. Dies geschieht in der Regel unabhängig von den außerhalb der Region liegenden Abnehmergebieten.

Verschiedene Wachstumskomponenten

Bei regionalen angebotsorientierten branchenspezifischen Projektionen können daher mehrere Wachstumskomponenten unterschieden werden, und zwar:

- der Strukturfaktor,
- der Regionalfaktor,
- der Standortfaktor.

Der Strukturfaktor kennzeichnet die voraussichtliche Entwicklung im großen Raum, z. B. in der Bundesrepublik. Der Regionalfaktor charakterisiert die Industriestruktur in der betrachteten Region, die in der Regel von der Struktur in der Bundesrepublik abweicht. Der Standortfaktor ist eine Restgröße, mit der Abweichungen von der Entwicklung erfaßt werden, die nach dem Regionalfaktor zu erwarten gewesen wäre. Zuverlässige Möglichkeiten zur Erklärung dieser Abweichungen bestehen dabei nicht in jedem Fall.

Alle Veränderungen der Vergangenheit, die nicht durch die regionale Wirtschaftsstruktur erklärt werden können, gehen in den Standortfaktor ein. Die Wachstumswerte der Industriebranchen für den großen Raum verdecken zahlreiche Sonderentwicklungen, die auf dem spezifischen regionalen Produktionsprogramm oder auf der regionalen Außenhandelsituation beruhen. In einer kleinen Region kann die effektive Entwicklung wesentlich von der Entwicklung des Bundesdurchschnitts abweichen. Diese effektiven Ab-

weichungen finden im Standortfaktor ihren Niederschlag.

Positive Abweichungen des Standortfaktors von der aus der Wirtschaftsstruktur abgeleiteten Regionalentwicklung sind dann zu erwarten, wenn die Anziehungskraft wegen einer guten Infrastrukturausstattung, guter Wohnmöglichkeiten, hoher Arbeitskraftreserven oder günstiger Absatzbedingungen groß ist. Negative Standortfaktoren beruhen insbesondere auf räumlichen Beengungen.

Differenzierung nach Betriebstypen

Bei einer Analyse sehr kleiner Räume ist zur Ableitung des Arbeitsplatzbedarfs eine Differenzierung nach Betriebstypen erforderlich, die die traditionelle Gliederung nach Branchen ergänzt. Trotz der ungünstigen Entwicklung einer Branche kann das Wachstum bestimmter Betriebe in dieser Branche zufriedenstellend sein. Als bedeutendes, bei Regionalanalysen einzubeziehendes Merkmal läßt sich deshalb die Betriebsgröße nennen. Die Kenntnis des spezifischen Produktionsprogramms, der Flexibilität der personellen und maschinellen Ausstattung oder der Abnehmerstruktur führt zu einer verbesserten Vorausschätzung des Wachstums, der Produktivität und damit des Arbeitskräftepotentials in kleinen Räumen. Nicht zuletzt sind die Planungen zur Industrieansiedlung bei einer solchen Regionalanalyse zu berücksichtigen.

Ermittlung der künftigen Bevölkerung ...

Das natürliche Wachstum der Bevölkerung ist im allgemeinen unabhängig von der Veränderung der Arbeitsplätze. Die Wanderungsbewegungen sind dagegen ökonomisch induziert.

Die Vorausschätzungen der natürlichen Bevölkerungsentwicklung beruhen auf:

- altersspezifischen Geburtenkoeffizienten, gemessen an der Zahl der Lebendgeborenen von Frauen einer bestimmten Altersklasse,
- altersspezifischen Sterbekoeffizienten, gemessen an der Zahl der Sterbefälle von Einwohnern eines bestimmten Alters.

Diese Größen sind vom Ausgangsbestand der Bevölkerung bestimmter Altersgruppen abhängig. Sie sind jedoch nicht unveränderlich, sondern werden durch den Stand der Medizin oder durch bevölkerungspolitische Subventionen beeinflußt.

... und Erwerbstätigen

Die Einwohnerzahl ist die bedeutendste Grundlage für die Zahl der potentiellen Erwerbstätigen. Neuere Forschungsergebnisse zeigen jedoch, daß es zweckmäßig ist, die Erwerbstätigenquotienten, d. h. den Anteil der Erwerbstätigen an der Wohnbevölkerung, zu differenzieren.

Ein Gliederungskriterium ist das Geschlecht der Erwerbstätigen. Die weibliche Erwerbstätigenquote wird wesentlich durch die Arbeitsbereitschaft der Frauen im erwerbsfähigen Alter bestimmt. Weiter spielt das Lebensalter der potentiellen Erwerbstätigen eine wesentliche Rolle. Von besonderer Bedeutung ist auch das Alter bei Beginn und Beendigung der Erwerbstätigkeit. Nicht zuletzt ist der jeweilige Ausbildungsstand der Erwerbstätigen in die Betrachtung einzubeziehen.

Korrelierte Projektionen

Die Zahl der zu erwartenden Arbeitsplätze kann größer, gleich oder kleiner sein als die Zahl der aufgrund der Bevölkerungsentwicklung zu erwartenden Erwerbstätigen. Deshalb müssen die Projektionen der Bevölkerung, der Erwerbstätigen und der Arbeitsplätze auf ihre Entsprechung hin untersucht werden.

Die regionale Entwicklungspolitik kann bei Divergenz der Projektionen von folgenden Konzeptionen ausgehen:

Anpassung der wirtschaftlichen Entwicklung an die zu erwartende Bevölkerungs- und Erwerbs-

tätigenentwicklung (demographisch induzierte Entwicklungspolitik),

Anpassung der Erwerbstätigen- und damit der Bevölkerungsentwicklung an die zu erwartende wirtschaftliche Entwicklung (ökonomisch induzierte Entwicklungspolitik).

In der Regel stehen ökonomisch induzierte Anpassungsbemühungen im Vordergrund.

Aussagefähige Lohnquoten

Im Gegensatz zu den bisher ermittelten Bestandsmerkmalen, die Zeitpunktgrößen sind, handelt es sich beim Nettoproduktionswert bzw. beim Bruttoinlandsprodukt um eine Zeitraumgröße. Das Sozialprodukt in einer Periode wird von allen Produktionsfaktoren erstellt. Ein gegebenes Bruttoinlandsprodukt führt in arbeitsintensiven Regionen zu einer niedrigen Arbeitsproduktivität. In kapitalintensiven Regionen, z. B. bei Vorherrschen von Betrieben mit automatischer Produktion, ist dieser Koeffizient hoch. Daraus lassen sich unterschiedliche Konsequenzen für den Absatz von Konsum- und Investitionsgütern ableiten.

EUROPA-ARCHIV

Zeitschrift für internationale Politik

Begründet von Wilhelm Cornides

Die nunmehr in ihrem 24. Jahrgang erscheinende Zeitschrift der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik enthält neben Beiträgen und Berichten eine ausführliche Dokumentation, einen Literaturteil sowie eine Chronologie des Weltgeschehens.

Aus dem Inhalt der letzten Folgen:

Martin Edmonds/ John Skitt	Die neue maritime Strategie der Sowjetunion und die NATO
Rolf Lehr	Für und wider das handelspolitische Arrangement EWG-Großbritannien
Peter Knirsch	Reform zwischen Macht und Ratio. Politische Implikationen der tschechoslowakischen Wirtschaftsreform
Ernst Kobbert	Die Europa-Politik nach dem Krisenjahr 1968. Priorität für die alte Gemeinschaft
Erich Wirsing	Der Gemeinsame Markt und die Entwicklungsländer. Zum Beginn der Verhandlungen um eine neue Periode der Assoziierung der afrikanischen Länder und Madagaskars

Preis für das Jahresabonnement (24 Folgen einschließlich ausführlichem Sach- und Personenregister): DM 75,— zuzüglich Porto. Probehefte auf Wunsch kostenlos.

EUROPA-ARCHIV, VERTRIEB

6 Frankfurt am Main, Postfach 3685

Der Wohlstand der Bevölkerung kann mit diesen Berechnungen allerdings nur bedingt gemessen werden, da keine Aussage darüber gemacht wird, wie hoch die durchschnittlichen Löhne und Gehälter sind, wem die Einnahmen zufließen und wo sie letztlich verwendet werden. Deshalb sind für echte Wohlstandsmessungen Lohnquotenunterschiede zu beachten; denn Gebiete mit einem hohen Anteil von Abschreibungen und indirekten Steuern am Umsatz der dort vertretenen Unternehmen weisen zwar hohe Werte für das Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen auf, die aber oft nur zu einem Teil für den Konsum zur Verfügung stehen¹⁾. Bei einer niedrigen Lohnquote kann die regionale Wohlstandswirkung trotz hoher Wirtschaftskraft deshalb sehr gering sein. Vergleichsweise geringe Lohnquoten lassen sich z. B. in bedeutenden Bereichen der chemischen Industrie feststellen. Dabei ist allerdings zu beachten, daß trotz geringer Lohnquote die Vergütungen je beschäftigter Person vergleichsweise hoch sein können.

Notwendige Wohlstandsmessung

Während die Erwerbstätigkeit lediglich Rückschlüsse auf Wohlstandsniveau und Wohlstandsänderungen zuläßt, kennzeichnen Sachmittelbestände der privaten Haushalte das erzielte Wohlstandsniveau.

Hauptkriterium für die Messung des Wohlstandes der Bevölkerung in einer Periode ist das verfügbare Einkommen, das sich wie folgt zusammensetzt:

1. die Erwerbs- und Vermögenseinkommen
 - a) die Einkommen aus unselbständiger Arbeit
 - b) die Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen
- + 2. die sozialen Einkommen (empfangene laufende Übertragungen), dazu zählen u. a. öffentliche Renten und Pensionen, Barleistungen der Arbeitslosenversicherung und -hilfe, der öffentlichen Fürsorge und sozialen Krankenversicherung, gesetzliches Kindergeld
- ./ 3. die Abzüge von den Erwerbs- und Vermögenseinkommen (geleistete laufende Übertragungen), dazu zählen u. a. direkte Steuern, Sozialversicherungsbeiträge
- = 4. das verfügbare Einkommen

Im Rahmen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung wird diese Rechnung als Verteilungsrechnung bezeichnet.

Sieht man von den Zuwendungen an Konsumenten ab, die ihnen ohne Arbeitsleistung in der be-

trachteten Periode zufließen, d. s. Renten, Pensionen und Einkommen aus Vermögen, dann wird die Höhe des verfügbaren Einkommens durch die Zahl der Erwerbstätigen und durch die Art der Erwerbstätigkeit determiniert. Diese beiden Größen hängen wiederum von der Struktur der Arbeitsplätze ab.

Die Höhe der laufenden Ausgaben zur Erhaltung und Veränderung der Infrastrukturausstattung eines Raumes, z. B. der Ausstattung mit Straßen, mit Wasserversorgungseinrichtungen und mit Ausbildungsstätten, ist ein weiterer Maßstab, der je nach der Definition das Wohlstandsniveau und Veränderungen des Wohlstandes kennzeichnet.

Kombinierte Spezialmodelle

Ein derartiges Grundmodell ist je nach dem betriebsindividuellen Planungsanliegen um Spezialmodelle, mit denen die relevanten Teilaspekte erfaßt werden, zu ergänzen. Bei den Analysen über Struktur und Wandlungen der uns hier interessierenden einzelhandelsrelevanten Nachfrage werden die Ergebnisse allgemeiner und damit übergeordneter Wachstumsmodelle, wie sie soeben skizziert wurden, als Daten unterstellt. Diese Globalgrößen müssen dann im Modell zur Bestimmung der Konsumentennachfrage weiter spezifiziert werden. Wichtige Determinanten sind:

- die Anzahl und die Altersstruktur der Bevölkerung;
- die Höhe und Größenklassenstruktur der Einkommen der privaten Haushalte (verfügbares Einkommen);
- die Anzahl und Größenstruktur der privaten Haushalte;
- die Warenbestände in den Haushalten;
- die räumliche Verteilung der Bevölkerung (je nach Gebietsgröße, z. B. die Wohnbevölkerung nach Gemeindegrößenklassen, Gemeindeteilen, Straßenzügen, die ortsanwesende Bevölkerung nach zentralen Orten).

Bestimmungsfaktoren der Konsumentennachfrage

Für die Vorausschätzung dieser Größen werden im großen Raum Strukturkoeffizienten herangezogen. Im kleinen Raum beruhen die Berechnungen auf zahlreichen Hilfsmaßstäben, mit denen versucht wird, die folgenden Einflußgrößen zu quantifizieren:

- die Wanderungsbewegungen,
- die Veränderungen der Wohngewohnheiten,
- die Wandlungen bei den Verkehrswegen,
- die Veränderungen beim ruhenden Verkehr,
- die Veränderungen bei der Ausstattung des Gebietes mit Wohnungen.

¹⁾ Das Bruttoinlandsprodukt der kreisfreien Städte und Landkreise in der Bundesrepublik Deutschland 1957 und 1961. In: Sozialproduktberechnungen der Länder, H. 1, S. XX.

Diese Merkmale bestimmen die Nachfrage nach Waren und Diensten, und zwar:

die Höhe der Gesamtnachfrage nach Einzelhandelswaren (einzelhandelsrelevante Kaufkraft) und nichteinzelhandelsrelevanten Diensten;

die Anteile von Warengruppen bzw. Warenarten an der Gesamtnachfrage nach Waren und Diensten.

Dabei kann man versuchen, die Wirkungen relevanter Merkmale der Konsumenten zu isolieren. Zur Erklärung der Veränderungen seien folgende drei Faktoren herangezogen:

der Nachfragestrukturfaktor (beruhend auf Haushalts-, Einkommens- und Bevölkerungsmerkmalen);

der Wohlfandsfaktor (z. B. beruhend auf den vorhandenen Warenbeständen in den privaten Haushalten verschiedener Regionen und Einkommensgruppen);

der Wohnortfaktor (beruhend auf der räumlichen Verteilung der Bevölkerung).

Die statistischen Daten für derartige spezialisierte Analysen der Nachfragegewohnheiten liegen erst teilweise vor. Nicht für alle Regionen bzw. Betriebstypen lassen sie sich mit vertretbaren Kosten durch Primärerhebungen gewinnen. Die zur Festlegung der Nachfrage der Konsumenten herangezogenen Modelle sind daher meist gröber als hier dargestellt. Ein vereinfachtes Modell beruht auf einer Berechnung der Nachfrage nach Einzelhandelswaren und -diensten, die durch eine Kombination von Haushaltsgröße und Einkommensstruktur vorgenommen wird. Für die Nachfrage nach problemlosen Waren hat sich dieses Modell als geeignet erwiesen.

Charakterisierung der Haushalte

Im folgenden soll durch weitere Differenzierung der Modellmerkmale überprüft werden, welche Eigenschaften der Konsumenten einschließlich ihres Eigentums und Besitzes für eine Ableitung von Beziehungen zwischen Konsument und Konsum von Bedeutung sind²⁾.

Folgende Merkmale lassen sich als Bestimmungsgründe für die Entfaltung der Konsumentennachfrage nennen:

die Zahl der Konsumenten,

die Ausstattung der Haushalte mit Verbrauchs- und Gebrauchsgütern,

die Ausstattung der Haushalte mit für den Warenkauf verfügbaren finanziellen Mitteln,

die Ziele, Verhaltensweisen und Erwartungen der Konsumenten.

²⁾ Bruno Tietz: Konsument und Einzelhandel: Strukturwandlungen in der Bundesrepublik Deutschland von 1950 bis 1975, Frankfurt/Main, S. 113 f.

Diese Neuerscheinung gehört in jede einschlägige Fachbibliothek

KLAUE

Die Europäischen Gesetze gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Ergänzbare Textsammlung mit Verweisungen von Regierungsdirektor Dr. Siegfried Klaue

Etwa 400 Seiten, DIN A 5, einschließlich Alkor-Spezialordner etwa DM 56,—. Ergänzungen von Fall zu Fall.

Bedingt durch den internationalen Konzentrationsprozeß erlangen neben dem nationalen Recht der Wettbewerbsbeschränkungen auch die ausländischen Kartellbestimmungen für die inländische Wirtschaft zunehmende Bedeutung.

Die besonderen Vorzüge des hier angezeigten Werkes:

- Systematische Zusammenstellung aller wichtigen europäischen Kartellbestimmungen
- Verweise auf korrespondierende ausländische Vorschriften bei den Grundnormen des deutschen Kartellgesetzes
- alle Verordnungen in deutscher Übersetzung
- Einführung in das Recht der Wettbewerbsbeschränkungen eines jeden Staates
- Gewährleistung der Aktualität durch Ergänzungslieferungen von Fall zu Fall
- leichte Auswertung durch gut überschaubare Anordnung
- handliches Format

Diese Gesetzessammlung ist nicht nur ein Nachschlagewerk, sondern gleichzeitig ein wertvolles Hilfsmittel bei Entscheidungen über internationale Wirtschaftsfragen.

Sie ist für die Spezialisten ebenso unentbehrlich wie für die Unternehmensleitung, Organisationen der Wirtschaft und Wirtschaftsjuristen.

ERICH SCHMIDT VERLAG

Berlin 30 - Bielefeld - München

Für die Wirtschaft insgesamt und damit auch für die Entfaltung der Nachfrage haben noch andere bereits erwähnte Bestandsgrößen Bedeutung. Sie werden hier vernachlässigt, da es sich um eine partielle Betrachtung handelt, bei der z. B. das Niveau und die Struktur wirtschaftlicher Tätigkeit als Datum angenommen wird.

Die erwähnten Bestandsmerkmale lassen sich weiter untergliedern nach:

- Altersaufbau,
- Geschlecht,
- Zusammenleben in Haushalten,
- Siedlungsweise,
- Bildungsgefüge,
- kulturellem Gefüge.

Schwierige Quantifizierung

Die bisher genannten Merkmale haben den Vorteil, daß sie einer statistischen Erfassung mit vergleichsweise geringen Schwierigkeiten zugänglich sind. Damit ist jedoch keineswegs gesagt, daß sie für die Nachfrage generell wichtig sind. Je nach der erstrebten Differenzierung erscheinen folgende statistisch schwer quantifizierbare Merkmale von besonderer Relevanz:

- die Ziele und die Motive der Konsumenten,
- die Verhaltensweisen der Konsumenten,
- die Einstellungen und Erwartungen der Konsumenten.

Auch die Warenbestände bei den Konsumenten, z. B. die Gebrauchswaren, lassen sich differenzieren, etwa in folgender Art:

- Arten der vorhandenen Bestände (Wohnhäuser, Kraftfahrzeuge, Möbel, Haushaltsgeräte, Textilien, sonstige Waren),
- technische Lebensdauer der Bestände,
- Altersaufbau der Bestände.

Technische Gebrauchswaren

Konsumgüter mit einer Nutzungsdauer von länger als einem Jahr können als Investitionen der privaten Haushalte bezeichnet werden. Für die Abgrenzung lassen sich unterschiedliche Konzepte verwenden. So können Textilien und Schuhe sowie Möbel bei diesen Beständen erfaßt werden oder unberücksichtigt bleiben. Man kann die technischen Warenbestände wie folgt differenzieren:

- Waren für die Nahrungszubereitung, -lagerung und Geschirreinigung (Kühlschrank, Tiefkühltruhe, Küchenmaschinen, Herde, Kochgeräte, Tauchsieder, Kaffeemaschinen, Geschirrspülmaschinen),
- Waren zur Bearbeitung von Textilien (elektri-

sche und mechanische Nähmaschinen, Teppichknüpfmaschinen, Webrahmen),

- Waren für die Reinigung von Textilien (Waschmaschinen, Wäscheschleudern, Bügelgeräte),
- Waren für die Wohnungsreinigung (Staubsauger, elektrischer Bohnerbesen, Abfallzerkleinerer),
- Waren für den Personenverkehr (Personenkraftwagen, Motorrad, Fahrrad, Privatflugzeug *),
- Waren für die Kommunikation (Telefon, elektrische Hausüberwachungsanlagen),
- Waren für Bildung und Unterhaltung (Fernsehgerät, Radiogerät, Plattenspieler, Tonbandgerät, Bildplatten-, Bildbandgeräte *, Fotoapparat, Filmkamera, Projektoren, Filmvorführgeräte, Sportwaffen *, Boote *),
- Waren für die Klimatisierung (Heizungen *, Klimaanlage *),
- Waren für die Beleuchtung (Lampen *).

Mangelhafte Schätzungen

Sieht man einmal von den mit einem *) versehenen Geräten ab, so beträgt der Neuwert der angegebenen Waren (ohne Möbel und Textilien) bei voller Ausstattung eines Haushalts mit allen Gegenständen zwischen 15 000 und 40 000 DM. Der durchschnittliche Möbelbestand einer Wohnung wird auf 10 000 DM geschätzt. Legt man eine Totalausstattung aller Haushalte zugrunde, so ergibt sich bei einem Durchschnittswert von 22 500 DM für die erwähnten technischen Investitionen und bei 10 000 DM für Möbel bei rd. 22 Mill. Haushalten in der Bundesrepublik eine Investitionssumme von 715 Mrd. DM zu Anschaffungskosten auf dem Niveau derzeitiger Einzelhandelspreise. Diese Gegenstände sind erst zum Teil in den Haushalten vorhanden. Zuverlässige Schätzungen über den Sachgüterbestand in privaten Haushalten liegen nicht vor.

Aus den derzeitigen Beständen, der Abschätzung des Ersatzbedarfs der vorhandenen Bestände und Analysen über die voraussichtliche Erhöhung der Bestände lassen sich Berechnungen über den warespezifischen Absatz durchführen.

Struktur der Finanzmittel

Bei den finanziellen Mitteln (Ausgangsbestand) ergeben sich folgende Unterscheidungsmöglichkeiten:

- Zeitpunkt der Verfügbarkeit (sofort oder später),
- Zweckbindung der Mittel.

Weiter sind Zeitraummerkmale, die für kurze oder längere Perioden gemessen werden können, von Bedeutung:

- die Veränderung der Zahl der Einwohner,

- die Veränderung der Ausstattung der Haushalte mit Waren,
- die Höhe des verfügbaren Einkommens (in einer Periode), d. h. die Veränderung der Ausstattung mit finanziellen Mitteln,
- die Veränderungen der Ziele, Verhaltensweisen und Erwartungen der Konsumenten.

Diese auf eine Veränderung im Zeitablauf bezogenen Merkmale können ähnlich gegliedert werden wie die Bestandsmerkmale. Die Veränderungen sind jedoch nicht unbedingt die für die Ableitung von Beziehungen geeigneten Entscheidungsmerkmale. So ist z. B. die Einkommenserzielung nicht aus der Bevölkerungsveränderung, sondern aus dem Bevölkerungsbestand bzw. dem Bestand an Erwerbstätigen zu erklären.

Allgemeine Warenmerkmale

Von den Eigenschaften der Waren gehen ebenfalls Einflüsse auf den Konsum aus. Bei einer Ableitung der Gesamtnachfrage nach allen Einzelhandelswaren können die Warenmerkmale vernachlässigt werden, da sie wohl kaum großen Einfluß auf die Höhe der Gesamtnachfrage haben. Sie sind jedoch für partielle Konsumfunktionen wichtig.

Die den Konsumenten angebotenen Waren lassen sich hinsichtlich vieler Eigenschaften gliedern.

In der allgemeinen Theorie wird in der Regel bei den Waren die Preis-Mengen-Relation betrachtet, darüber hinaus die Substitutivitäts- und Komplementaritätsbeziehungen zwischen den einzelnen Güterarten.

Technologische Eigenschaften . . .

Nun sind erfahrungsgemäß für die Entfaltung der Nachfrage noch weitere Merkmale relevant, von denen einige wiedergegeben werden.

Technologische Eigenschaften:

- Verwendungsart: Verbrauchswaren und Gebrauchswaren,
- Lebensdauer der Gebrauchswaren,
- Stückelung der Waren (Teilbarkeit),
- Transportfähigkeit der Waren,
- Warenqualität,
- technischer Entwicklungsstand der Waren.

Bei den ökonomischen Eigenschaften lassen sich zwei Hauptgruppen nennen:

- die auf Merkmalen der Konsumenten beruhenden Eigenschaften,
- die auf Merkmalen der Anbieter (im weitesten Sinne) beruhenden Eigenschaften.

Diese Unterscheidung ist insofern wichtig, als neben der Preis-Mengen-Relation zahlreiche nicht-technologische und nichtstoffliche Eigenschaften eine Rolle spielen, das gilt insbesondere für die Mode.

. . . und ökonomische Warenmerkmale

Ökonomische Eigenschaften (vorwiegend konsumentenorientierte Merkmale):

- Verwendbarkeit: Produktionsware und Konsumware,
- Erklärungsbedürftigkeit, Bekanntheitsgrad,
- Konsumverbundenheit (Komplementarität mit anderen Waren),
- Nachfragehäufigkeit (kurzfristig, mittelfristig, langfristig),
- Nachfragerregelmäßigkeit (periodisch – aperiodisch),
- Verwendungsähnlichkeit (Substitutivität zu anderen Waren),
- Preishöhe, bezogen auf das Periodeneinkommen (vorwiegend anbieterorientierte Merkmale),
- Angebotsmenge: individuelle Waren – Massenwaren,
- wirtschaftliche Lebensdauer: Modeabhängigkeit.

Struktur des Einzelhandels

Aus dem Modell über die Nachfrage nach Einzelhandelsformen läßt sich unter Berücksichtigung des Saldo der Einkäufe der inländischen privaten Haushalte im Ausland und der ausländischen privaten Haushalte im Inland der Absatz der Einzelhandelswaren ableiten. Für die nationale Verwendung des einzelhandelsrelevanten Einkommens gilt folgende Strukturgleichung:

1. Einzelhandelsrelevantes Einkommen der inländischen privaten Haushalte
- ./ 2. Exporte inländischer privater Haushalte (für im Ausland nachgefragte Waren)
- + 3. Importe ausländischer privater Haushalte (für im Inland nachgefragte Waren)
- = 4. Funktionaler Einzelhandelsumsatz der inländischen Anbieter von Einzelhandelswaren

Die Nachfrage bei den Einkaufsquellen der Konsumenten entspricht mit der erwähnten Präzisierung dem Absatz nach Betriebstypen. Die Betriebstypen des Einzelhandels lassen sich auch nach unterschiedlichen Merkmalen differenzieren.

Als Beispiele seien genannt: Ladeneinzelhandel, Handwerkshandel (wird in der Bundesrepublik in der amtlichen Statistik nicht zum Ladeneinzelhandel gerechnet, vor allem Bäckereien und Metzgereien), Markthandel, Versandhandel, ambulanter

Handel, Beziehungs- und Behördenhandel ohne offene Ladengeschäfte, Handel vom Lagerplatz, sonstige Nichtladen-Einzelhandels-Betriebstypen.

Wichtige weitere Merkmale zur Analyse der Anbieter sind:

- die Betriebsgröße der Anbieter, z. B. gemessen an der Höhe des Umsatzes oder an der Zahl der Beschäftigten,
- die Sortimentsstruktur,
- die Struktur des Dienstleistungsniveaus.

Betriebstypenvielfalt durch Wettbewerb

Für die Anbieter von Einzelhandelswaren sind die Struktur der Konsumenten und das Einkommen der Konsumenten vorgegeben. Das schließt nicht aus, daß jeder Anbieter sich in einer bestimmten Form auf bestimmte Konsumentengruppen und auf eine oder mehrere Bedarfsgruppen der Konsumenten einzustellen versucht.

Da sich in der Regel mehrere, üblicherweise sogar sehr viele Anbieter um die Gunst eines jeden Konsumenten bemühen, hat jeder Anbieter von Einzelhandelswaren die Mitbewerber im Markt zu berücksichtigen. Trotzdem verbleiben jedem Anbieter Möglichkeiten, sich durch seine absatzpolitischen Maßnahmen von seinen Konkurrenten zu distanzieren. Gerade darin liegt ein wesentlicher Grund für die Vielfalt der Betriebstypen im Einzelhandel.

Reaktion auf Einkommensänderungen

Die Veränderung der Nachfrage der Konsumenten vollzieht sich bei im Zeitablauf zunehmenden Einkommen in zwei Dimensionen:

- Umschichtungen in der Verwendung des bisherigen Einkommens,
- Festlegung von Verwendungsmöglichkeiten des zusätzlich erzielten Einkommens.

Beim Einzelhandel läßt sich diese Veränderung durch folgende Bestimmungsgrößen erfassen:

- Sortimentsfaktor,
- Dienstleistungsfaktor (Bedienungssystemfaktor),
- Verkaufsflächenfaktor,
- Standortfaktor,
- Preisfaktor.

Zur Beurteilung der Wandlungen dieser Faktoren sind quantitative Meßgrößen erst teilweise entwickelt. Daher ist es erforderlich, auch auf qualitative Darstellungen der Entwicklung zurückzugreifen.

Je spezieller das Einzelhandelsmodell unter branchenmäßigen und regionalen Gesichtspunkten gegliedert wird, desto umfassender sind die Hypothesen über das Verhalten der im Markt vorhandenen oder noch nicht vorhandenen Unternehmen. Für den Produzenten von Konsumgütern ist ein Ausbau von Einzelhandelsmodellen oder allgemeiner von Absatzwegemodellen zur Verbesserung der Abnehmerpolitik von zentraler Bedeutung. So muß z. B. bekannt sein, welche Betriebstypen in Zukunft an der Distribution der jeweiligen Waren stärker oder schwächer als bisher beteiligt sein werden.

In der Bundesrepublik gibt es allerdings bisher für den Aufbau von funktionsfähigen betrieblichen Marketing-Planungssystemen noch kaum Spezialisten. Die Versuche der Einführung eines Planungssystems scheitern oft an mangelnder Bereitschaft des Managements, sich den Maßnahmen zu unterwerfen, die für die Funktionsfähigkeit des Systems erforderlich sind. Das Interesse erlahmt außerdem sehr schnell, wenn die Hoffnungen auf Verbesserung der Gesamtsituation nicht kurzfristig erfüllt werden. Ohne ein planungsfreundliches Management gibt es aber keine funktionsfähige mittel- und langfristige Marketing-Planung.

HERAUSGEBER: Hamburgisches Welt - Wirtschafts - Archiv,
Direktor: Prof. Dr. Heinz-Dietrich Ortlieb

REDAKTION:

Chefredakteur: Dr. Dietrich Kepschull

Stellvertreter: Dipl.-Volksw. Wolfgang Reisener

Redakteur: Dipl.-Volksw. Hubert Höping. Redaktionsassistenten:
Dipl.-Volksw. Otto Gustav Mayer, Dipl.-Volksw. Carsten Moser,
Dipl.-Kfm. Hans-Gunter Schoop

Redaktionelle Herstellung: Helga Lange, Regina Kepschull

Anschrift der Redaktion: 2 Hamburg 20, Eppendorfer Landstraße 106, Tel.: (0411) 47 11 74 05/06

HERSTELLUNG UND VERTRIEB:

Verlag Weltarchiv GmbH, Hamburg

Anzeigen: Generalvertretung Dr. Hans Klemen

Anzeigenpreisliste: Nr. 11 vom 1. 1. 1968

Bezugpreise: Einzelheft: DM 4,20; Jahresabonnement: DM 48,-
(Studenten: DM 24,-)

Erscheinungsweise: monatlich

Druck: Otto Schwitzke, Hamburg

Anschrift des Verlages: 2 Hamburg 20, Eppendorfer Landstraße 106, Tel.: (0411) 46 10 19 und 46 10 10

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, die Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) oder auf andere Art zu vervielfältigen. Copyright by Verlag Weltarchiv GmbH.