

Mohr

INSTITUT FÜR ANGEWANDTE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
TÜBINGEN

Schriftenreihe: Band 43

Das Preisverhalten in der Industrie

– Ergebnisse einer erneuten Befragung –

von

SUSANNE WIED-NEBBELING



1985

J.C.B. MOHR (PAUL SIEBECK) TÜBINGEN

VB TU Darmstadt



51590031

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|---|-------|
| I. Einführung | 1 |
| 1. Hintergrund der Untersuchung | 1 |
| 2. Die wesentlichen Ergebnisse der ersten Befragung | 3 |
| 3. Hypothesen über Veränderungen im Preisverhalten | 5 |
| 4. Angaben zur Wiederholungsbefragung | 8 |
| II. Die Ergebnisse der erneuten Befragung | 17 |
| 1. Die Struktur der befragten Unternehmen | 17 |
| 1.1. Rechtsform | 17 |
| 1.2. Unternehmensgröße | 18 |
| 1.3. Erzeugnisbreite und Produktionsweise | 19 |
| 1.4. Marktsituation | 21 |
| 1.5. Dominante Marktform | 25 |
| 1.6. Ertragslage | 28 |
| 1.7. Beurteilung der Ergebnisse | 31 |
| 2. Die Zielsetzung der Unternehmen | 33 |
| 2.1. Die materiellen Hauptziele | 33 |
| 2.2. Gründe für den Verzicht auf Gewinn- oder Umsatzmaximierung | 37 |
| 2.3. Das Streben nach Marktanteilen | 38 |
| 2.4. Beurteilung der Ergebnisse | 41 |
| 3. Die Entscheidung über Produktionsmenge und Preis bei neuen Produkten | 43 |
| 3.1. Die Festlegung der Produktionsmenge | 44 |
| 3.2. Die Preisbestimmung | 46 |
| 3.3. Der Einfluß von Konkurrenzüberlegungen auf die Preissetzung | 54 |
| 3.4. Die Eindeutigkeit der Preiskalkulation | 58 |
| 3.5. Die Beurteilung der Ergebnisse | 61 |
| 4. Rechnungswesen, Kostenverlauf und Marktforschung als Grundlage der Kalkulation | 65 |
| 4.1. Rechnungswesen | 65 |
| 4.2. Kostenverlauf | 68 |
| 4.3. Marktforschung | 70 |
| 4.4. Beurteilung der Ergebnisse | 71 |

| | Seite |
|--|-------|
| 5. Die Änderung bestehender Preise | 76 |
| 5.1. Der Anlaß für Preisänderungen | 76 |
| 5.2. Die Vorstellungen der Unternehmer über die Wirkung von Preisänderungen auf den Absatz | 81 |
| 5.3. Die Vorstellungen über die Reaktion der Konkurrenten bei einer Preisänderung | 93 |
| 5.4. Der Preisspielraum | 97 |
| 5.5. Die Preisuntergrenze | 99 |
| 5.6. Beurteilung der Ergebnisse | 101 |
| 6. Konjunkturelle Maßnahmen, Preisempfehlung und Werbung | 106 |
| 6.1. Die Anpassung an konjunkturelle Schwankungen | 106 |
| 6.2. Preisempfehlung | 108 |
| 6.3. Werbung | 109 |
| 6.4. Beurteilung der Ergebnisse | 110 |
| III. Einige wirtschaftstheoretische und wirtschaftspolitische Schlußfolgerungen | 112 |
| 1. Wirtschaftstheoretische Überlegungen zum Problem nach unten starrer Preise | 112 |
| 2. Wirtschaftspolitische Schlußfolgerungen | 120 |
| IV. Zusammenfassung | 127 |
| Anhang A: Fragebogen 1983 und 1971 | 133 |
| Anhang B: Ausgewählte Kreuztabellen | 154 |
| Anhang C: Befragungsergebnisse nach Branchengruppen | 179 |
| Literaturverzeichnis | 214 |