

**Schriftenreihe der  
Zeitschrift für Betriebswirtschaft**

**Herausgeber: Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Erich Gutenberg**

---

**Band 4**

**Das Informationsverhalten  
im Entscheidungsprozeß  
vor der Markteinführung  
eines neuen Artikels**

**Bericht über eine empirische Erhebung**

**Von**

**Dr. Richard Köhler**



---

**Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler • Wiesbaden**

# Inhaltsübersicht

	Seite
<b>I. Untersuchungsziel, Auswahl der befragten Unternehmen und Methodik der Datengewinnung</b> . . . . .	9
1. Ziel der durchgeführten empirischen Erhebung . . . . .	9
2. Die Stichprobe der aufgesuchten Firmen . . . . .	10
a) Schwerpunktartige Branchenzuordnung der Firmen . . . . .	11
b) Größenklassen . . . . .	12
c) Rechtsformen . . . . .	12
d) Konzernbeziehungen . . . . .	12
e) Aufgliederung der Firmen nach dem Merkmal „Eigenherstellung oder Fremdbezug der bisher neu eingeführten Artikel“ . . . . .	13
3. Methodik der Datengewinnung . . . . .	13
<b>II. Prüfergebnisse zu Hypothesen über einige Bestimmungsfaktoren des Informationsverhaltens und über den Zusammenhang zwischen Informationsaktivität und Einführungs-erfolg</b> . . . . .	15
1. Informationsaktivitäten bei Aufgabenzuweisung an ein spezielles Marketing-Ressort . . . . .	15
2. Die Unternehmensgröße als Einflußfaktor für den Umfang der Informationsaktivitäten . . . . .	18
3. Rechtsform, Branche, Wertschöpfungsstufe und Konzernbeziehungen als Einflußfaktoren . . . . .	20
a) Rechtsform . . . . .	20
b) Branche . . . . .	20
c) Gegenüberstellung „Herstellerunternehmen — reine Großhandelsunternehmen bzw. Vertriebsgesellschaften“ . . . . .	21
d) Konzernbeziehungen . . . . .	21
4. Die für Entschlußvorbereitungen zuständige Hierarchie-Ebene (Delegationsgrad) als bestimmende Variable für die Informationsaktivität . . . . .	22

	Seite
5. Prüfung anderer möglicher Einflußfaktoren . . . . .	30
a) Der „Neuartigkeitsgrad“ des Artikels . . . . .	31
b) Finanzielle Risiken des Einführungsprojekts . . . . .	32
c) Erfolg oder Mißerfolg bei früheren Einführungsprojekten . . . . .	34
6. Informationsaktivität und spätere Beurteilung des Einführungserfolges . . . . .	34
7. Zusammenfassung . . . . .	38
<b>III. Beschreibende Angaben zur Organisation des Entscheidungsprozesses und zur Informations- bzw. Planungstätigkeit . . . . .</b>	<b>41</b>
1. Die Phase der Ideensuche . . . . .	41
a) Zur Frage der Zielorientierung . . . . .	41
b) Organisatorische Grundlagen der Ideengewinnung . . . . .	42
2. Maßstäbe für die Ideenauslese . . . . .	43
3. Die Zuständigkeit für die Projektdurchführung . . . . .	44
4. Planungsrechnungen . . . . .	46
5. Durchführung von Tests im Rahmen der Marktforschung . . . . .	49
6. Werbung und Verkaufsförderung für neue Produkte . . . . .	55
7. Die Mitwirkung unternehmensexterner Berater bei Entwicklungs- und Einführungsprojekten . . . . .	56
8. Die Quote der als Mißerfolg beurteilten Einführungen . . . . .	57
9. Zusammenfassung . . . . .	59
<b>IV. Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>60</b>