

FORSCHUNGSBERICHTE DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN

Nr. 1358

Herausgegeben

im Auftrage des Ministerpräsidenten Dr. Franz Meyers

von Staatssekretär Professor Dr. h. c. Dr. E. h. Leo Brandt

DK 659.113.2

Dr. Gerhard Scherborn

*Forschungsstelle für empirische Sozialökonomik Köln
(Prof. Dr. Günter Schmölders)*

Information und Kauf

Empirische Analyse der »Markttransparenz«



WESTDEUTSCHER VERLAG · KÖLN UND OPLADEN 1964

ISBN 978-3-663-00676-3 ISBN 978-3-663-02589-4 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-663-02589-4
Verlags-Nr. 011358
© 1964 by Westdeutscher Verlag, Köln und Opladen
Reprint of the original edition 1964
Gesamtherstellung: Westdeutscher Verlag ·

Vorwort

Wie gut informieren sich die Käufer über das Angebot, bevor sie die endgültige Kaufentscheidung treffen? Würden ihre Bedürfnisse besser befriedigt, wenn sie sich mehr Marktübersicht verschaffen? Beeinflußt ein Mehr an Informationen die Beweglichkeit der Nachfrage und damit den Wettbewerb? Der Zusammenhang zwischen Information und Wettbewerb gehört zu den zentralen Problemen der Wirtschaftstheorie. Das hindert nicht, daß die Erforschung dieses Zusammenhanges noch an ihren Anfängen steht. Genauere Aussagen über das Problem werden erst nach ausgedehnten empirischen Untersuchungen möglich sein. In dieser Studie werden Ansatzpunkte für solche Untersuchungen vorgelegt. Das erste Kapitel schildert die theoretische Bedeutung des Problems und definiert die Grundbegriffe, im zweiten werden Hypothesen über Motive und Hindernisse, Ausmaß und Wirkungen der Marktübersicht entwickelt. Keine dieser Hypothesen kann bereits als gesichert gelten; das empirische Material, das sich zu ihrer Begründung heranziehen läßt, ist noch allzu dünn gesät. Im dritten Kapitel werden daher Verfahren skizziert, mit denen der Geltungsanspruch der entwickelten Hypothesen an der Wirklichkeit überprüft werden kann.

Alles das gehört noch in das erste Stadium eines empirischen Forschungsvorhabens: das Stadium, in dem die später zu prüfenden Hypothesen formuliert und begründet, operationale Begriffe entwickelt und Forschungsansätze entworfen werden. In einem zweiten Stadium werden diese Ansätze ausgeführt, werden experimentelle oder einfache Erhebungen angestellt; im dritten werden deren Ergebnisse analysiert und mit den Ausgangshypothesen verglichen, um diese zu bestätigen oder zu widerlegen. In der Regel werden die Erfahrungen, die man in diesem Stadium macht, zumindest eine Modifikation der Hypothesen nahelegen, womit man erneut beim ersten Stadium angelangt ist. Die Entwicklung einer empirisch gehaltvollen Theorie ist nun einmal ein langwieriger Prozeß, in dessen Verlauf jede Hypothese immer wieder mit der Wirklichkeit konfrontiert und auf Grund dieser Prüfung modifiziert werden muß, so lange, bis sie den Fakten standhält. Dieser »Lernprozeß« ist selten Sache eines einzelnen; er kann sich über Generationen von Forschern erstrecken, wie die Geschichte naturwissenschaftlicher Theorien lehrt. Das soll nicht heißen, daß der Autor die Prüfung seiner Thesen anderen überlassen möchte und deshalb die Untersuchung schon in diesem vorläufigen Stadium publiziert, vielmehr erscheint es ihm zweckmäßig, vor Beginn der zeitraubenden und kostspieligen Erhebungen, die zur Prüfung erforderlich sind, die Thesen selbst erst einmal zur Diskussion zu stellen.

Inhalt

Erstes Kapitel: *Probleme*

Die Theorie	9
Die Markttransparenz	14
Der Markt	18
Der Bedarf	20
Die »ausreichende« Marktübersicht	25
Rationalverhalten und Wirklichkeit	30

Zweites Kapitel: *Analyse*

Dimensionen der Marktübersicht	35
Quellen der Information	41
Motive der Informationssuche	45
Die Übersichtlichkeit des Marktes	50
Institutionen der Marktübersicht	56
Wirkungen der Marktübersicht	60

Drittes Kapitel: *Tests*

Definitionen	70
Leitstudie	73
Experiment	74
Erhebungen	78
Literaturverzeichnis	85