

# Inhalt

<u>Erster Teil: Theoretische Grundlagen</u>	1
I.    Das Modell der Preisabsatzfunktion	1
1.    Der Stellenwert der Preisabsatzfunktion in der Absatztheorie	1
2.    Die theoretische Basis empirischer Preis- absatzfunktionen	4
a)    Zum Verhältnis von Theorie und Empirie	4
b)    Mikroökonomische Preisabsatzfunktionen	6
c)    Verhaltenswissenschaftliche Preisabsatz- funktionen?	9
II.    Probleme einer empirischen Ermittlung von Preisabsatzfunktionen	14
1.    Die Ceteris-Paribus-Bedingung	14
2.    Probleme der Datenbasis	18
a)    Die Auswertung historischer Daten	19
b)    Die Befragung	20
c)    Das Experiment	22
III.    Die vorliegenden empirischen Befunde zur Preis- absatzfunktion	27
1.    Nachfragefunktionen	27
a)    "Klassische" Nachfrageanalyse	27
b)    "Buy-response"-Kurven	28

2. Preisabsatzfunktionen und Preiselastizitäten	31
a) Preisabsatzfunktionen	31
b) Preiselastizitäten	36
3. Sonstige Marktwirkungsfunktionen	38
4. Folgerungen für die vorliegende Arbeit	41
IV. Ein probabilistisches Modell der Kaufentscheidung	41
1. Die Wirkung von Einstellungen und Preisen auf	
die Kaufentscheidung	41
a) Individuelle Kaufentscheidungen	43
b) Aggregierte Kaufentscheidungen	48
2. Die Operationalisierung der Einstellungen	50
a) Einstellungen, Nutzen und Image	50
b) Der Paarvergleich zur Einstellungsmessung	52
c) Einstellungsmessung durch Geldäquivalente	58
3. Interpretation als "Binary-choice"-Modell	63
V. Prämissen und Probleme der Einstellungsmessung	66
1. Die Verhaltensrelevanz der Einstellungen	66
2. Die Linearität der Einstellungen	68
3. Der Geldwert der Einstellungen	70
4. Die Normalverteilung der Einstellungen	73
VI. Die Verhaltenshypothesen des Modells der	
Kaufentscheidung	78
1. Die Gegenläufigkeit der Wirkungen von	
Einstellungen und Preisen	78
2. Die Unabhängigkeit der Wirkungen von	
Einstellungen und Preisen	80
3. Preisbewertung nach dem FECHNERschen Gesetz	82
4. Markttransparenz und rationales Verhalten	85
<u>Zweiter Teil: Empirische Ergebnisse</u>	91
I. Übersicht	91
II. Einstellungsverteilungen aus Paarvergleichsdaten	92

1. Anlage und Durchführung des Paarvergleichs	92
2. Auswertung nach THURSTONES "Fall 5"	94
a) Ergebnisse	94
b) Reliabilitätstest	100
3. Auswertung nach TORGERSON	103
a) Ergebnisse	103
b) Reliabilitätstest	108
<b>III. Paarweise Preisabsatzfunktionen aus Paarvergleichsdaten (Haarspray)</b>	112
1. Berechnung und Interpretation	112
2. Gütetest der Preisabsatzfunktionen	117
<b>IV. Paarweise Preisabsatzfunktionen aus experimentellen Daten (Haarspray)</b>	121
1. Anlage und Durchführung des Feldexperiments	121
2. Berechnung und Interpretation	123
3. Reliabilitätstest	125
a) Gütekriterien der Regression	125
b) Der Index der Skalierbarkeit	127
4. Modellvarianten	128
a) Preisabsatzfunktionen bei logistisch verteilten Einstellungen	128
b) Preisabsatzfunktionen bei lognormal verteilten Einstellungen	129
c) Vergleich der Modellvarianten	131
<b>V. Weitere Modelltests</b>	133
1. Feldexperimente (Frisiercrème, Speisestärke, Brotaufstrich)	133
2. Ein Ex-post-facto-Experiment (Waschmittel)	136
<b>VI. Die Ermittlung multipler Preisabsatzfunktionen</b>	140
1. Paarweise und multiple Preisabsatzfunktionen	140
2. Simulierung multipler Preisabsatzfunktionen	143
3. Heuristische Berechnung multipler Preis- absatzfunktionen	145

VII.	Zusammenfassende Interpretation und Bewertung der Ergebnisse	148
1.	Zur Validität der Ergebnisse	148
2.	Zur Anwendung des Modells	154
VIII.	Anhang	157
1.	Handzettel	157
2.	Fragebogen	158
3.	Rohdaten	163
<u>Literatur</u>		166
<u>Namensverzeichnis</u>		177
<u>Sachverzeichnis</u>		181