



**AgEcon** SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

---

Schmidt, E.: Zukünftige Forschungsaufgaben im Bereich der landwirtschaftlichen Marktforschung (Korreferat). In: Albrecht, H., Schmitt, G.: Forschung und Ausbildung im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 12, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1975), S. 123-131.

---



# ZUKÜNFTIGE FORSCHUNGSAUFGABEN IM BEREICH DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN MARKTFORSCHUNG (Korreferat)

von

Erich Schmidt, Braunschweig-Völkenrode

---

1	Vorbemerkungen	123
2	Bisherige Forschungsschwerpunkte	124
3	Zukünftige Forschungsaufgaben	125
4	Zusammenfassung	128

---

## 1 Vorbemerkungen

Um es gleich vorwegzunehmen: ich stimme den Ausführungen von GROSSKOPF im großen und ganzen zu. Meine Bemerkungen werden daher weniger neuer Art sein, sondern mehr zusammenfassenden Charakter tragen. Allerdings werde ich dabei den einen oder anderen Gedanken des Referenten etwas eingehender beleuchten bzw. unter einem etwas anderen Gesichtspunkt aufgreifen.

Die zukünftigen Aufgaben der landwirtschaftlichen Marktforschung ergeben sich wie in allen anderen Wissenschaftsbereichen aus

1. den bereits heute bestehenden und erkannten, aber bisher noch ungelösten Problemen des Forschungsgebietes "Landwirtschaftliche Marktforschung" und
2. den zukünftig auftretenden, heute noch nicht oder zumindest noch nicht in allen Einzelheiten erkennbaren Fragestellungen. Dabei werden, wie GROSSKOPF betont, die konkreten zukünftigen Forschungsaufgaben im Bereich der landwirtschaftlichen Marktforschung wie schon in Vergangenheit und Gegenwart besonders stark von aktuellen Fragestellungen geprägt sein, die häufig von dem Hauptinteressenten für die Ergebnisse landwirtschaftlicher Marktforschungstätigkeit bestimmt werden: dem Staat bzw. den staatlichen Institutionen.

Beide Komponenten zukünftiger Forschungsaktivität resultieren wiederum aus dem Erfahrungs- (bzw. Erkenntnis-) objekt des Forschungsbereichs in Verbindung mit der Zielsetzung der betrachteten Wissenschaftsdisziplin - hier also der landwirtschaftlichen Marktforschung.

Soweit mir bekannt ist, gibt es keine allgemein gültige Definition des Gegenstandes landwirtschaftlicher Marktforschung. Die von GROSSKOPF gewählte allgemeine Umschreibung deckt jedoch das Tätigkeitsfeld recht gut ab. Ich möchte an dieser Stelle ergänzend folgende Definition des Forschungsobjektes zitieren, die das Institut für landwirtschaftliche Marktforschung der Forschungsanstalt für Landwirtschaft in Braunschweig-Völkenrode gegeben hat: "Der Untersu-

chungsgegenstand der landwirtschaftlichen Marktforschung erstreckt sich auf die ökonomischen Vorgänge, die sich im Bereich zwischen Zuliefererindustrie und Erzeuger und zwischen Erzeuger und Endverbraucher im Sektor Landwirtschaft und Ernährung abspielen" (20, S. 31) 1). Verdeutlichend möchte ich noch einen Aspekt hinzufügen, der insbesondere von HANAU (7, S. 33) immer wieder betont worden ist: unter angemessener Berücksichtigung der relevanten gesamt- und weltwirtschaftlichen Interdependenzen. Grob gesagt handelt es sich also um die Einbettung der Landwirtschaft in die Beschaffungs- und Absatzmärkte oder noch allgemeiner: um die Landwirtschaft in ihren Interdependenzen zur Gesamt- und Weltwirtschaft. Insofern besteht auch Übereinstimmung mit der Charakterisierung der landwirtschaftlichen Marktforschung durch HANAU: "Landwirtschaftliche Marktforschung ist keine Spezialwissenschaft, sondern nur ein spezieller Zweig innerhalb der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften" (8, S. 16). Eingedenk dieser Kennzeichnung ist es verständlich, wenn BREIMEYER die landwirtschaftliche Marktforschung in Deutschland der zweiten von ihm herausgestellten drei Schulen - what happens school, co-ordinating role of marketing school und market development school - zurechnet (1, S. 117).

Die Zielsetzung der landwirtschaftlichen Marktforschung als angewandte Wissenschaft wurde von GROSSKOPF entsprechend der Definition von HANAU umschrieben, "den Bereich des Unbekannten und Ungewissen einzuengen, der den Landwirten, der Ernährungsindustrie, Handel und Genossenschaften sowie den staatlichen Organen für Marktregelungen ihre Dispositionen in hohem Maße erschwert und ein starkes Gefühl der Unsicherheit in der Marktwirtschaft hervorruft" (7, S. 33).

Um eben diese Risikoverminderung für die Wirtschaftssubjekte und Träger politischer Entscheidungen zu erreichen, ist es notwendig, die bestehenden Marktstrukturen und die am Markt wirkenden Faktoren zu identifizieren, möglichst objektiv zu erfassen und fortzuschreiben. Das kann durch sorgfältige Marktbeobachtung und -beschreibung, durch (quantitative) Marktanalyse und - darauf aufbauend - durch kurz-, mittel- und langfristige Prognose des Marktgeschehens sowie schließlich durch Darstellung und Beurteilung von Wirkungsweisen möglicher Handlungsalternativen zur Beeinflussung und Lenkung der Märkte erfolgen. Bei diesen zielgerichteten Tätigkeiten sind jeweils die bestehenden Interdependenzen zu anderen nationalen und internationalen Wirtschaftsbereichen angemessen zu berücksichtigen.

## 2 Bisherige Forschungsschwerpunkte

Bei der zusammenfassenden Kennzeichnung bisheriger Forschungstätigkeiten möchte ich im folgenden von der Einteilung, die GROSSKOPF gegeben hat, abweichen. Während GROSSKOPF die Gruppenbildung

- Bestimmung der Determinanten von Angebot, Nachfrage und Preisen (Marktanalyse)
- Instrumentenanalyse von markt- und dabei insbesondere preispolitischen administrativen Entscheidungen (Wirkungsanalyse) und
- Analyse der Vermarktung

wählte, gehe ich von der folgenden Dreiteilung - ich möchte sagen: nach der Entwicklungsstufe - aus:

1. Marktbeobachtung und -beschreibung
2. (quantitative) Marktanalyse und
3. Vorbereitung und Kontrolle marktpolitischer Entscheidungen.

Marktbeschreibung und Marktanalyse kann man dabei durchaus auch zu einem Punkt zusammenfassen. Tut man das, so resultiert praktisch die Gliederung, die GROSSKOPF für die erwarteten Forschungsschwerpunkte wählt: Prognosen (die ja aus Marktbeschreibung und Marktanalyse folgen) und Entscheidungsfindung (GROSSKOPF: Beeinflussung von Marktschwankungen und Marktorganisation).

---

1) Die jeweils erste Zahl in Klammern bezieht sich auf die laufende Nummer der Literaturhinweise auf S. 130 f.

1. Unter Marktbeobachtung und Marktbeschreibung verstehe ich die - sporadische oder laufende - Beobachtung und Beschreibung der Entwicklungen auf den Absatz- und Beschaffungsmärkten der Landwirtschaft in regionaler, nationaler und internationaler (einschl. EWG-) Sicht. Dabei ist für die hier gewählte Einteilung die Beschreibung vorhandener Marktformen und Marktstrukturen im Absatz- und Beschaffungsbereich im weitesten Sinne wesentlicher Bestandteil. Auf dem genannten Gebiet werden laufend Arbeiten veröffentlicht. Sie umfassen sowohl die Beschaffungs- als auch (häufiger) die Absatzmärkte. Dabei spielen - wie GROSSKOPF mit Recht betont - die nationalen Untersuchungen eine dominierende Rolle. Untersuchungen auf diesem Arbeitsgebiet bilden die unabdingbare Voraussetzung für Arbeiten auf den beiden folgenden Stufen - der (quantitativen) Marktanalyse und der Vorbereitung und Kontrolle marktpolitischer Entscheidungen.

2. Unter Marktanalysen sollen insbesondere alle die Untersuchungen verstanden werden, die darauf abzielen, beobachtete und erwartete Nachfrage-, Angebots- und Preisentwicklungen auf den Absatz- und Beschaffungsmärkten der Landwirtschaft auf die sie beeinflussenden Faktoren und deren Entwicklungen zurückzuführen. Dabei ist man bestrebt, die verschiedenen Einflüsse und Auswirkungen zu quantifizieren. Zu diesem Aufgaben- oder Tätigkeitsgebiet zählen auch alle jene Untersuchungen, die bestehende interregionale Marktverflechtungen zum Gegenstand haben. Die Untersuchungen werden mit Hilfe ökonomischer Methoden und/oder der linearen Programmierung einschließlich ihrer Weiterungen durchgeführt. Die vorhandenen Arbeiten auf dem Gebiet der Marktanalyse sind sehr zahlreich, wobei die Nachfrageanalysen die Interregionalstudien und die Angebotsanalysen zahlenmäßig bei weitem übersteigen. Natürlich überwiegen auch hier die Analysen im nationalen Rahmen. Marktanalysen bilden i.a. die Grundlage für Prognosen unterschiedlichen Zeithorizonts. Hierbei kommt den Untersuchungen aufgrund ökonomischer Methoden die größere Bedeutung zu, während Untersuchungen auf der Grundlage der linearen Programmierung (und deren Weiterung) mehr einen Simulationscharakter haben (2, S. 366 ff.).

3. Zu dem Gebiet der Vorbereitung und Kontrolle marktpolitischer Entscheidungen sollen alle Arbeiten verstanden werden, die GROSSKOPF in das Gebiet der Wirkungsanalyse eingeordnet hat. Es geht dabei darum, die verschiedenen Instrumente zur Einflußnahme auf den Markt Ablauf zu beurteilen und Handlungsalternativen aufzuzeigen. Die Instrumente können dabei sowohl dem Bereich der staatlichen agrarpolitischen Maßnahmen angehören als auch dem Bereich der marktstrategischen Aktionen (Produktgestaltung, Werbung, Absatzwege usw.). Die Untersuchungen wurden mit Hilfe von Programmierungsmodellen und Methoden der Ökonometrie, aber auch mit Hilfe von Methoden der demoskopischen Marktforschung durchgeführt. Die Arbeiten auf diesem Gebiet sind - verglichen mit denen im Bereich Marktbeschreibung und Marktanalyse - zahlenmäßig noch relativ gering, dürften aber gerade für die Zukunft zunehmendes Gewicht erhalten.

### 3 Zukünftige Forschungsaufgaben

Wie schon eingangs erwähnt, setzen sich die zukünftigen Forschungsaufgaben aus den heute bekannten, aber bisher noch ungelösten oder nur unzureichend gelösten Problemen und aus den zukünftig auftretenden Fragestellungen zusammen, die insbesondere auch durch unvorhersehbare Änderungen des Datenkranzes hervorgerufen werden können.

Wie schwierig es ist, sich ändernde Randbedingungen und daraus evtl. resultierende neue Forschungsaufgaben in fernerer Zukunft einigermaßen zutreffend vorherzusagen, mag der Umstand zeigen, daß KAHN und WIENER noch 1967 von der nur sechs Jahre später als irrelevant anzusehenden Annahme ausgingen, im letzten Drittel unseres Jahrhunderts sei Energie sehr billig verfügbar (11, S. 51 ff.). Dabei gehörte diese Prämisse aus damaliger Sicht immerhin noch zu den weniger sekulativen.

Aus diesem Grund erscheint es mir auch praktisch nur möglich, so wie GROSSKOPF vorzugehen und Forschungsaufgaben aus dem Bereich bekannter, aber noch nicht oder noch unzureichend

gelöster Probleme zu kennzeichnen. Dabei sind natürlich gewisse Entwicklungen, wie sie von GROSSKOPF in seinem Gliederungspunkt 3 (Forschungsbeeinflussende Entwicklungen) aufgezählt worden sind, angemessen zu berücksichtigen. Diesen Entwicklungstrends ist allerdings im Gegensatz zur reinen Spekulation gemeinsam, daß sie bereits in der Vergangenheit einsetzten und die meisten von ihnen als wesentlich erkannt und beschrieben worden sind (z.B. 5, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18).

Generell lassen sich gewisse für den gesamten Bereich landwirtschaftlicher Marktforschung charakteristische Tendenzen erkennen. Sie treten auch in dem Referat von GROSSKOPF ganz deutlich hervor:

1. Das Hauptinteresse der landwirtschaftlichen Marktforschung wird sich zunehmend auf die entscheidungsorientierte landwirtschaftliche Marktforschung verlagern. Neben der

- Vorbereitung agrarpolitischer Entscheidungen wie z.B. Preis- und Mengensteuerung, Einkommenssicherung, Förderung des Berufswechsels und der horizontalen und vertikalen Integration usw. wird auch die
- Vorbereitung marktstrategischer Entscheidungen wie z.B. Markterschließung, Marktpflege, Absatzmethode, Absatzwege, Produktgestaltung, Produktdifferenzierung, Werbung usw. an Gewicht gewinnen. Dazu ist es notwendig, geeignete Simulations- und Entscheidungsmodelle zu entwickeln bzw. für die jeweils anstehende Problematik zu formulieren und die optimalen Lösungen für Handlungsalternativen zu bestimmen. Methodisch wird man sich dabei auf Modellansätze aus der Ökonometrie und aus dem Bereich der Aktivitätsanalyse stützen können und zunehmend auch die von GROSSKOPF hervorgehobenen kombinierten Ansätze vorantreiben. In dieses Gebiet der Vorbereitung agrarpolitischer und marktstrategischer Entscheidungen gehören auch die im Zusammenhang mit einer Erfolgskontrolle auftretenden Fragen. Die nachträgliche Beurteilung einmal ergriffener Maßnahmen (Kosten-Nutzen-Analysen) wird sicherlich ebenfalls stärker in den Vordergrund des Interesses landwirtschaftlicher Marktforschung treten.

Um den hohen Anforderungen einer entscheidungsorientierten Arbeit gerecht zu werden, ist es aber zwingend notwendig, die hierfür notwendigen Voraussetzungen zu schaffen, d.h.

2. die Aktivitäten auf dem Gebiet der Marktbeobachtung und Marktbeschreibung sowie der Marktanalyse zu intensivieren; denn nur bei möglichst umfassender Kenntnis der relevanten Beziehungen können ja Entscheidungen überhaupt erst sinnvoll vorbereitet und getroffen werden. Nur aufgrund tieferer Einsicht in die Marktvorgänge erscheint es möglich, agrarpolitische und marktstrategische Maßnahmen überhaupt bzw. besser als bisher zu beurteilen, in ihren Wirkungen einigermaßen richtig zu quantifizieren und ihren Erfolg zu kontrollieren. Dazu ist natürlich auch die von GROSSKOPF zu Recht betonte Kontinuität der Bearbeitung bestimmter Absatz- und Beschaffungsmärkte eine grundlegende Voraussetzung. Um die verfügbaren Informationen in den Analysen möglichst umfassend zu berücksichtigen, werden bei allen zukünftigen Arbeiten in der landwirtschaftlichen Marktforschung die Akzente sicherlich verstärkt auf die drei von GROSSKOPF zusammenfassend genannten Aspekte gesetzt werden:

- Erweiterung der Analysen in sachlicher Hinsicht, d.h. verstärkte Berücksichtigung bestehender und bisher weitgehend vernachlässigter sachlicher Interdependenzen. Das bedeutet insbesondere die Einbeziehung von auf den Absatz- und Beschaffungsmärkten der Landwirtschaft bestehenden Wechselwirkungen und den Interdependenzen zwischen dem Sektor Landwirtschaft einerseits und den übrigen Wirtschaftsbereichen andererseits.
- Erweiterung der Analysen in räumlicher Hinsicht, d.h. auf der einen Seite durch Übergang von nationalen zu internationalen Untersuchungen und auf der anderen Seite - so möchte ich hinzufügen - durch Übergang von nationalen zu regionalen Analysen, soweit dies nicht bereits getan wird.
- Stärkere Berücksichtigung des zeitlichen Aspekts als Ansatzpunkt für eine mögliche Lösung der mit Anpassungsprozessen verbundenen Probleme.

Unter zunehmender Berücksichtigung dieser drei Aspekte - sachliche, räumliche, zeitliche Inter-

dependenzen - sind in Abhängigkeit von der Verfügbarkeit und Güte der Daten mehr oder weniger differenzierte Analysen und Prognosen durchzuführen und - was bisher nur relativ selten geschehen ist (für die Nachfrage z.B. in (6)) - laufend zu kontrollieren. Für die anstehenden Untersuchungen dürften die entwickelten Methoden im allgemeinen hinreichen; denn weitergehenden Verfeinerungen sind schon allein von der qualitativen und quantitativen Datenbasis her enge Grenzen gesetzt. Die empirische Arbeit dürfte also Priorität haben. Damit ist zumindest für die nähere Zukunft - wie WEINSCHENCK formuliert - "... ein stärkeres Interesse an der Identifizierung und Klassifizierung von Problemstrukturen verbunden, um Anwendungsbereich und Aussagewert der verfügbaren Modelle bzw. der mit ihrer Anwendung erzielten Ergebnisse zu verbessern" (18, S. 371). Das aber kann man m.E. nur erreichen, wenn u.a. die vorgenommenen Analysen und Prognosen ständig fortgeschrieben und überprüft werden. Aus einer eingehenden Analyse der Abweichungen von Modellaussage und Realität können dann Modelländerungen vorgenommen und die Modellrelevanz u.U. erhöht werden.

Die größten ungelösten Probleme der landwirtschaftlichen Marktforschung liegen auf dem Sektor der Angebots- und Preisanalyse und zwar sowohl auf den Absatz- wie auf den Beschaffungsmärkten. Wenn hier auch schon wenigstens ein Teil der relevanten Einflußfaktoren identifiziert werden konnte, so fehlt doch noch weitestgehend eine Quantifizierung der bestehenden Beziehungen (4, S. 27). Das gilt natürlich ebenfalls für praktisch alle Probleme, die sich aus dem Verhältnis der Landwirtschaft zu den übrigen Sektoren der Volkswirtschaft ergeben. Hier wird man sich häufig zunächst einmal (weiterhin) mit einer sorgfältigen Beschreibung der Verhältnisse und Systematisierung der Einflüsse begnügen müssen. Darüber hinaus kann man versuchen, beispielsweise auf dem von GROSSKOPF angedeuteten Weg der Analyse des Anbieterverhaltens - u.a. auch mit Hilfe der Methoden demoskopischer Marktforschung - voranzugehen. Für einige Produktionsmittelmärkte wird man vorhandene quantitative Analysen weiterführen und verbessern können. Daneben wird es aber auch notwendig sein, die Absatz- und Verbrauchsforschung weiterzuführen und zu verbessern. Bei diesen Aufgaben wird man sich sowohl auf erweiterte Programmierungsmodelle, beispielsweise zur Simulation intertemporaler und interregionaler Absatzbedingungen bei unvollständigem Wettbewerb, aber auch auf die von der ökonomischen Forschung bereitgestellten Methoden stützen können.

Lassen Sie mich abschließend die möglichen Richtungen zukünftiger Forschungstätigkeit auf dem Gebiet der Nachfrage- bzw. Verbrauchsforschung beispielhaft näher erläutern:

Obwohl recht zahlreiche Untersuchungen über die Nahrungsmittelnachfrage vorliegen, bleibt hier noch viel zu tun; denn die bisher verwendeten Modelle zur Analyse der Nachfrage nach Nahrungsmitteln haben zwar häufig die effektive Entwicklung einigermaßen zutreffend wiedergegeben, doch sind die Prognosen nicht immer ähnlich zufriedenstellend ausgefallen. Das liegt natürlich zu einem großen Teil an den Schwierigkeiten, die mit der Vorhersage der prädeterminierten Variablen verbunden sind. Zu einem anderen Teil sind sie aber sicherlich auf die verwendeten Modelle zurückzuführen, die häufig nicht alle relevanten Beziehungen (angemessen) berücksichtigen. Das Problem der Modellformulierung bzw. Modellwahl dürfte insbesondere auch insoweit an Bedeutung gewinnen, als neben den bisher i.a. berücksichtigten Variablen andere, in der Vergangenheit überhaupt nicht oder nur selten in die Analyse einbezogene Faktoren die Nachfrageentwicklung stärker beeinflussen. GROSSKOPF schreibt z.B. in seinem Referat unter Punkt 3.1.1 a): "Bei der Endnachfrage nach Nahrungsmitteln ist tendenziell festzuhalten, daß in industriell entwickelten Ländern sowohl die Einkommens- als auch die Eigenpreiseinflüsse auf die Nachfrageentwicklung an Bedeutung verlieren". Diese Tendenz ist schon seit längerem bekannt (vgl. z.B. 5, 14, 19). Bekannt ist aber auch, daß im Zuge der verringerten Bedeutung von Einkommen und Eigenpreis andere Einflüsse an Bedeutung gewinnen, die eine Umschichtung innerhalb der Nachfrage bzw. des Verbrauchs bewirken (z.B. 5, 15, 17, 19). Dennoch stehen die Untersuchungen über Identifikation und Quantifizierung von möglicherweise heute schon bedeutsameren Einflußfaktoren erst am Anfang. Das liegt natürlich u.a. auch daran, daß die Ver-



brauchsprognosen in der Vergangenheit relativ treffsicher waren und aus diesem Grunde noch kein Zwang zu einer Berücksichtigung anderer Faktoren bestand. Trotzdem sollte man mindestens durch häufigere Überprüfung der Prognosen und mit Hilfe von Durchrechnungen veränderter Ansätze versuchen, die Einflüsse dieser unbestritten wirkenden Faktoren zu isolieren und zu quantifizieren. Möglicherweise lassen sich die Verbrauchsstrukturänderungen durch die Einbeziehung mehrerer Produkte in die Analyse, d.h. durch simultane Schätzung von Nachfragesystemen wenigstens teilweise erfassen. Andererseits ist zu überprüfen, ob man nicht auch schon durch stärkere Berücksichtigung von Irreversibilität oder durch die Einbeziehung von Gewohnheiten Verbesserungen der heute zumeist verwendeten Modelle erreichen kann. Darüber hinaus erscheint es zweckmäßig – soweit möglich – zu regionalen Verbrauchsanalysen überzugehen oder die Verschiebung der Altersstruktur, der Haushaltsgröße usw. bei den Nachfrageanalysen zu berücksichtigen. Dabei werden vor allem auch die Informationen aus Querschnittsanalysen von großem Interesse sein. Darüber hinaus könnte man schließlich noch den Verbrauch einzelner Nahrungsmittel getrennt nach ihrer Herkunft untersuchen, um Aussagen über die Wettbewerbsstellung der Produkte verschiedener Provenienz auf den In- und Auslandsmärkten zu ermöglichen. Dabei sollte auch der verstärkte Einsatz von Methoden der demoskopischen Marktforschung geprüft werden, insbesondere dann, wenn es darum geht, neue Absatzmärkte für nationale Agrarprodukte im Ausland zu erschließen. Aber selbst wenn es gelingt, die herrschenden Beziehungen auf dem Verbrauchssektor landwirtschaftlicher (zunehmend weiterverarbeiteter) Erzeugnisse besser als bisher zu analysieren und zu quantifizieren, bleibt natürlich noch der schon eben erwähnte unzureichend gelöste Problemkreis bestehen: die Vorhersage der prädeteminierten Variablen. Soweit sie nicht im Rahmen marktpolitischer Betrachtungen zu den Entscheidungsvariablen des Problems gehören, sollte versucht werden, die Treffsicherheit dieser Vorhersagen u.a. durch verstärkte Zusammenarbeit mit benachbarten Forschungsdisziplinen zu verbessern. Abgesehen von den eben erörterten Problemen gewinnen natürlich auch die von GROSSKOPF betonten Untersuchungen auf der Ebene der EWG und der Welt an Bedeutung. Ohne hinreichende Informationen über die derzeitige und zukünftige weltweite (Angebots- und) Nachfragesituation sind Vorschläge wie das Programm zur Sicherung der Welternährung vom Generalsekretär der Welternährungskonferenz der UNO, die vom 5. – 16. November 1974 in Rom stattfinden soll, kaum zu realisieren. Auch die von GROSSKOPF als zukünftiges Arbeitsgebiet betonte verstärkte Mitarbeit an der Konzeption effektiverer internationaler Rohwaren- und Handelsabkommen läßt sich nur bei eingehenderer Kenntnis der gegenwärtigen und wahrscheinlichen zukünftigen (Angebots- und) Nachfragesituation angemessen verwirklichen.

#### 4 Zusammenfassung

Die Aufgaben landwirtschaftlicher Marktforschung ergeben sich aus Gegenstand und Zielsetzung des Forschungsbereichs.

Die bisherigen Forschungsschwerpunkte lagen auf der Marktbeschreibung und Marktanalyse, weniger auf dem Gebiet der Vorbereitung und Kontrolle agrarpolitischer und marktstrategischer Entscheidungen. Die Mehrzahl der Untersuchungen ist auf die nationale Ebene beschränkt. Dabei nehmen die Arbeiten auf dem Gebiet der Nachfrage nach Agrarprodukten auf der Endverbraucherstufe – häufig unter Benutzung ökonomischer Methoden – einen breiten Raum ein. Auch Programmierungsmodelle werden verstärkt – zur Analyse von interregionalen Marktverflechtungen – herangezogen. Angebots- und Preisanalysen und entsprechende Prognosen sind dagegen vergleichsweise selten.

Die heute überschaubaren zukünftigen Aufgaben in der landwirtschaftlichen Marktforschung resultieren aus den noch nicht oder noch nicht hinreichend gelösten Fragestellungen. Generell läßt sich sagen, daß die entscheidungsorientierte Marktforschung wesentlich stärker als bisher in den Mittelpunkt des Interesses treten wird. Dazu sind differenziertere Kenntnisse als bisher über die marktbeeinflussenden Faktoren unumgänglich. Marktbeobachtung und Marktanalyse

müssen daher intensiviert werden. Bei allen Untersuchungen sind zunehmend auch die Einflüsse der von GROSSKOPF genannten - im großen und ganzen bereits in der Literatur dargestellten - neueren Entwicklungen der Randbedingungen angemessen zu berücksichtigen. Darüber hinaus wird es notwendig sein, die Forderung von GROSSKOPF zu erfüllen, nämlich die bestehenden relevanten Interdependenzen räumlicher, sachlicher und zeitlicher Art stärker als bisher in den Analysen zu beachten.

In Abhängigkeit von der konkreten Fragestellung sind die jeweils geeignetsten Methoden der ökoskopischen und demoskopischen Marktforschung auszuwählen und einzusetzen.

Abschließend werden an Hand des bisher wohl am erfolgreichsten bearbeiteten Problemkreises der landwirtschaftlichen Marktforschung, der Analyse und Prognose der Nachfrage nach Agrarprodukten, mögliche neue Ansätze skizziert. Sie können möglicherweise geeignet sein, die Analysen und Prognosen auf diesem Sektor landwirtschaftlicher Marktforschung zu verbessern und damit auch günstigere Voraussetzungen für die Festlegung geeigneter agrarpolitischer oder marktstrategischer Maßnahmen im nationalen und internationalen Rahmen zu schaffen.

## Literatur

- 1 BREIMEYER, H.F.: The Economics of Agricultural Marketing: A Survey. "Review of Marketing and Agricultural Economics", Vol. 41 (1973), No. 4, S. 115 - 165.
- 2 BUCHHOLZ, H.E.: Interregionale Marktgleichgewichte: Probleme und Lösungsansätze. In: G. SCHMITT (Hrsg.), Landwirtschaftliche Marktforschung in Deutschland (Arthur HANAU zum 65. Geburtstag). München, Basel, Wien 1967, S. 277 - 286.
- 3 DERS.: Langfristige Zielsetzung der Forschung (Vortrag zur Vorbereitung einer Senatsdiskussion am 2.6.1969). Unveröffentlichtes Manuskript, Braunschweig 1969.
- 4 DERS.: Marktprognosen als Entscheidungshilfen für die Agrarpolitik (Landbauforschung Völkenrode, Sh. 14), Braunschweig 1972, S. 24 - 31.
- 5 GOLLNICK, H.: Diskussionsbeitrag in: ZAPF, R. (Hrsg.), Entwicklungstendenzen in der Produktion und im Absatz tierischer Erzeugnisse (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 7). München, Basel, Wien 1970, S. 32 f.
- 6 DERS. und P. MACIEJ: Die Projektion der Nachfrage nach Nahrungsmitteln in der Bundesrepublik Deutschland bis 1965, 1970 und 1975. "Agrarwirtschaft", Jg. 14 (1965), S. 151 - 158.
- 7 HANAU, A.: Arbeitsziele der landwirtschaftlichen Marktforschung. "Agrarwirtschaft", Jg. 5 (1956), S. 33 - 38.
- 8 DERS.: Entwicklung und Stand der landwirtschaftlichen Marktforschung in Deutschland. In: Gedenkschrift zur Verleihung des Justus-von-Liebig-Preises 1960. Hamburg 1960, S. 15 - 34.
- 9 DERS.: Entwicklung und Stand der landwirtschaftlichen Marktforschung in der Bundesrepublik Deutschland. "Berichte über Landwirtschaft", N.F., Bd. 39 (1961), S. 13 - 26.
- 10 DERS. und A. WEBER: Aufgaben im Bereich des landwirtschaftlichen Marktwesens der Bundesrepublik Deutschland. "Agrarwirtschaft", Jg. 11 (1962), S. 237 - 264.
- 11 KAHN, H. und A.J. WIENER: The Year 2000. A Framework for Speculation on the next thirty-three Years. New York und London 1967.
- 12 METZDORF, H.-J.: Zur Konzentration des Angebots an Agrarprodukten zu großhandelsfähigen Mengen. "Agrarwirtschaft", Jg. 10 (1961), S. 265 - 274.
- 13 DERS.: Konzentration des Angebots in Erzeugergemeinschaften. "Agrarwirtschaft", Jg. 15 (1966), S. 285 - 290.
- 14 PLATE, R.: Die besonderen Bedingungen auf den Agrarmärkten und ihre Bedeutung für die wichtigsten Agrarprobleme in den modernen Industriewirtschaften. "Agrarwirtschaft", Jg. 14 (1965), S. 349 - 357.
- 15 RUF, R. und Liselotte GRÜNEWALD: Läßt sich der Nahrungsmittelverbrauch noch weiter steigern? "ifo-Schnelldienst", Nr. 37 v. 14.9.1970, S. 11 - 18.
- 16 SCHMITT, G. (Hrsg.): Landwirtschaftliche Marktforschung in Deutschland (Arthur HANAU zum 65. Geburtstag). München, Basel, Wien 1967.
- 17 STRECKER, O. und W. BECKER: Qualitative Nachfrageänderungen auf den Lebensmittelmärkten bis 1980. "Ernährungswirtschaft", Nr. 11, 1971, S. A232 - A237.
- 18 WEINSCHENCK, G.: Die Zukunft der Landwirtschaft. "Agrarwirtschaft" Jg. 22 (1973), H. 11, S. 365 - 371.

- 19 WÖHLKEN, E. und B. MÖNNING: Entwicklungstendenzen der Nachfrage nach Nahrungsmitteln in der BRD und EWG. In: WEINSCHENCK, G.: Die künftige Entwicklung der europäischen Landwirtschaft (Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 10). München, Basel, Wien 1973, S. 203-223.
- 20 Forschungsanstalt für Landwirtschaft Braunschweig-Völkenrode (Informationsschrift der FAL). Braunschweig 1972.