



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

*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.*

Schmitz, Prof. Dr. P. M.; Weindlmaier, Prof. Dr. H.: Kurzzusammenfassung der Workshops I und II (Angewandte Methoden der Marktforschung im EG). In: Schmitz, P. M.; Weindlmaier, H.: Land- und Ernährungswirtschaft im europäischen Binnenmarkt und in der internationalen Arbeitsteilung. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 27, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1991), S.587-588.

KURZZUSAMMENFASSUNG DER WORKSHOPS I UND II

von

Prof. Dr. P. M. SCHMITZ, Frankfurt am Main
und
Prof. Dr. H. WEINDLMAIER, Bonn

Im **Workshop I** präsentierte die GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG (GfK, Nürnberg) als ältestes und größtes deutsches Marktforschungsinstitut angewandte Methoden der Marktforschung im EG-Binnenmarkt. Die Vorträge mit anschließender Diskussion ermöglichten den Workshopteilnehmern einen Einblick in die Arbeitsweise, die Organisation und die aktuellen Methoden der auch im Europäischen Binnenmarkt wachstumsstärkenden privaten Marktforschung.

Ressortdirektor Fargel (Abteilung Gesundheitsforschung) erläuterte zunächst Struktur, Aufgaben und Forschungsgebiete der im Jahr 1934 gegründeten GfK, die inzwischen einen weit über 100 Mio. DM liegenden Umsatz realisiert. Das international tätige Unternehmen mit mehr als 1500 Mitarbeitern in 31 Tochterfirmen und Beteiligungen in europäischen und außereuropäischen Ländern positioniert sich unter den führenden Marktforschungsinstituten der Welt. Die interdisziplinäre GfK sieht ihre Aufgabe darin, im In- und Ausland Untersuchungen spezieller und genereller Art im Bereich der Markt-, Absatz- und Verbrauchsforschung in allen Wirtschaftszweigen durchzuführen, um deren Ergebnisse für die Lehre und die Wirtschaft, insbesondere jedoch für ihre Mitglieder, auszuwerten.

LEINEMANN (Abteilung Produktforschung) stellte im weiteren Verlauf des Workshops mit Hilfe tragbarer PC's das Marktsimulationssystem CIBIS (Computergestütztes interaktives Befragungs- und integriertes Simulationssystem) vor, dessen Basis die Conjoint-Measurement-Analyse bildet. Die CIBIS-Analyse berechnet auf der Grundlage einer computergestützten interaktiven Befragung die Teilnutzwerte einzelner Eigenschaften eines Produkts und informiert dadurch über die Relevanz verschiedener Charakteristika für den Gesamtnutzen des Guts, über die Präferenzen der Verbraucher und über optimale Produktprofile. Anwendung findet dieses Marktsimulationssystem daher nicht nur bei der Optimierung bereits am Markt befindlicher Produkte, sondern auch bei der Entwicklung neuer Produktkonzepte bzw. bei der Überprüfung ihrer Marktchancen und -positionierung.

Workshop II beinhaltete Referate und Diskussionen zum Thema der EG-Binnenmarkt und seine Konsequenzen aus Sicht der Südzucker AG. Vorstandsmitglied Dr. T. SPETHMANN stellte zunächst die Südzucker AG vor, die sich während der letzten Jahre zu einem multinational tätigen Nahrungsmittelunternehmen mit einem Jahresumsatz von etwa 5 Mrd. DM entwickelte. Nachdem der Zuckermarkt kein Wachstum mehr erlaubt hat, wurde stark diversifiziert. Wichtige neue Geschäftsfelder sind die Bereiche Süßstoffe, Eiskrem/Tiefkühlkost und Mehl/Cerealien/Backwaren. Weiterhin wurden im Rahmen einer konsequenten Beteiligungspolitik die Grundlagen für einen europaweit tätigen Konzern geschaffen. Es wird das Ziel verfolgt, die verschiedenen Beteiligungsbereiche möglichst effizient miteinander zu verbinden, um aus den freigesetzten Synergien die materiellen und personalen (strategischen) Kräfte von Südzucker innerhalb und außerhalb der Bundesrepublik zu stärken. Dennoch soll der Bereich "Zucker" für eine überschaubare Zukunft wichtigster Geschäftsbereich bleiben.

Vorstandsmitglied Dr. R. MÜLLER beschäftigte sich mit den Vor- und Nachteilen der Bundesrepublik als Produktionsstandort der Ernährungsindustrie. Er verwies zunächst darauf, daß sich mit dem Termin 01.01.1993 nichts direkt ändern wird, da der Integrationsprozeß schon seit Jahrzehnten im Gange ist und auch noch länger andauern wird.

Als wesentliche Vorteile des Produktionsstandortes Bundesrepublik werden das starke Wachstum und die weiterhin guten Wachstumserwartungen der deutschen Wirtschaft genannt, die Verbrauchernähe und die guten Absatzmöglichkeiten am Binnenmarkt, die geringe Inflation, der hohe Qualitätsstandard der Produkte sowie der hohe Ausbildungsstand und die Motivation der Mitarbeiter.

Als wichtige Nachteile stehen dem aus Sicht der Südzucker AG die weltweit höchsten Lohnkosten und geringen durchschnittlichen Arbeitszeiten, die im Vergleich zu vielen Konkurrenten höheren Steuern, Transport- und Energiekosten sowie die restriktiven Vorschriften des Umweltschutzes und der Lebensmittelgesetzgebung gegenüber.