



Michael Hundt

Preisbereitschaften im Lebensmitteleinzelhandel

Messung, Determinanten, Entstehung und
Erklärung unter besonderer Berücksichtigung
der Verbreitung ökologischer Produkte

Reihe „**Marketing, Handel und Management**“, Band 14

Herausgegeben von Univ.-Prof. Dr. Rainer Olbrich,
FernUniversität in Hagen

Lohmar – Köln 2014, 540 Seiten

ISBN 978-3-8441-0322-9

€ 75,- (D) ♦ € 77,10 (A) ♦ sFr 105,-

JOSEF EUL VERLAG GmbH
Fachbuchverlag für
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

www.eul-verlag.de
info@eul-verlag.de

Die Wettbewerbsintensität im Lebensmitteleinzelhandel hat sich in den letzten Jahrzehnten massiv erhöht. Weiter voranschreitende Konzentrations- und Verdrängungsprozesse auf der Handelsstufe gehen mit einem anhaltenden aggressiven Preiswettbewerb einher. Besonders die dem Handel durch das Verbot der vertikalen Preisbindung (Artikel 101 AEUV) eingeräumten preispolitischen Spielräume haben zu einer Profilierung im Wettbewerb über niedrige Preise beigetragen, den Weg für preisaggressive Betriebsformen geebnet und die zunehmende Verbreitung von Handelsmarken begünstigt. Derartige Wettbewerbsverhältnisse münden jedoch in der Gefahr, dass Preisbereitschaften der Konsumenten, insbesondere für Herstellermarken, erodieren. Gleichwohl besteht zumindest die Chance, dass die besonders in den letzten Jahren gestiegene Verbreitung von vergleichsweise höherpreisigen ökologischen Lebensmitteln in den Sortimenten der Händler zu einer partiellen Abkehr vom ‚üblichen‘ Preiswettbewerb in Richtung eines Qualitätswettbewerbs führt.

Vor dem Hintergrund der oben genannten Rahmenbedingungen widmet sich die vorliegende Arbeit dem Konsumentenverhalten im Lebensmitteleinzelhandel. Im Zentrum stehen hierbei die Preisbereitschaften der Konsumenten, die auf Basis eines umfassenden theoretischen und empirischen Bezugsrahmens einer tiefer gehenden Betrachtung zugeführt werden. Als Grundlage der empirischen Untersuchungen dienten in Deutschland erhobene Haushaltspaneldata der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), die eine Kombination von Kaufdaten mit Merkmalen der Psychografie und der Soziodemografie ermöglichen. Die einzelnen Untersuchungsschwerpunkte liefern übergreifende Anhaltspunkte für die Entstehung und Erklärung von Preisbereitschaften der Konsumenten, die insbesondere auf bestimmte Rahmenbedingungen im Lebensmitteleinzelhandel zurückgeführt werden können. Ausgehend von den theoretischen und empirischen Erkenntnissen werden Handlungsempfehlungen für Hersteller, Händler und die Wettbewerbspolitik gefolgert.

Mit einem Geleitwort von Univ.-Prof. Dr. Rainer Olbrich, FernUniversität in Hagen

Michael Hundt, 1981 in Hagen geboren, studierte von 2001 bis 2005 Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit den Schwerpunkten Marketing und Unternehmensführung an der Universität Dortmund. 2005 schloss er sein Studium in der betriebswirtschaftlichen Studienrichtung mit dem akademischen Grad Diplom-Kaufmann ab. Von 2006 bis 2012 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter von Univ.-Prof. Dr. Rainer Olbrich am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der FernUniversität in Hagen. Dort wurde er 2013 zum Dr. rer. pol. promoviert.

Inhaltsübersicht

1. **Preisbereitschaften im Spannungsfeld der Lebensmitteldistribution**
2. **Ökologische und konventionelle Lebensmittel im Kaufentscheidungsprozess der Konsumenten**
 - 2.1. Theoretische Einordnung in die ‚Neue Institutionenlehre‘
 - 2.2. Rechtlicher Bezugsrahmen zur Abgrenzung ökologischer und konventioneller Lebensmittel
 - 2.3. Rechtsrahmen und ökologische Kennzeichen im Lichte der Informationsökonomie
 - 2.4. Ausgewählte Determinanten der Wahlentscheidung von Konsumenten zwischen ökologischen und konventionellen Lebensmitteln
3. **Hersteller- und Handelsmarken im Kaufentscheidungsprozess der Konsumenten**
 - 3.1. Taktiken des Handels zur Profilierung im Wettbewerb
 - 3.2. Auswirkungen der Profilierungsbestrebungen im Wettbewerb der Handelssysteme
 - 3.3. Ausgewählte Determinanten der Wahlentscheidung von Konsumenten zwischen Hersteller- und Handelsmarken
4. **Zur Problematik der Messung von Preisbereitschaften**
 - 4.1. Die Motivation zur Messung von Preisbereitschaften
 - 4.2. Gängige Verfahren zur Messung von Preisbereitschaften und ihre Schwächen
 - 4.3. Implikationen der Ergebnisse für die Messung von Preisbereitschaften
5. **Zum Preis- und Verdrängungswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel – Ausgewählte deskriptive und regressionsanalytische Untersuchungen auf Basis haushaltsübergreifender Paneldaten**
 - 5.1. Konkretisierung der Datengrundlage
 - 5.2. Zur Verbreitung ökologischer Lebensmittel als ‚Gegenbewegung‘ zum Preiswettbewerb?
 - 5.3. Preis- und Verdrängungswettbewerb im ökologischen und konventionellen Marktsegment
 - 5.4. Fazit
6. **Zu den Determinanten der Preisbereitschaften im Lebensmitteleinzelhandel – Eine kausalanalytische Untersuchung auf Basis haushaltsindividueller Paneldaten**
 - 6.1. Methodik der Datenauswertung
 - 6.2. Hypothesen- und Modellbildung
 - 6.3. Konzeptualisierung und Operationalisierung der hypothetischen Konstrukte
 - 6.4. Evaluation reflektiver Messmodelle
 - 6.5. Schätzung des Strukturgleichungsmodells
 - 6.6. Evaluation des Strukturmodells
 - 6.7. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse
7. **Handlungsempfehlungen für die Hersteller, den Handel und die Wettbewerbspolitik**
 - 7.1. Implikationen der Untersuchungsergebnisse für die Marktakteure im Spannungsfeld der Wahlentscheidung von Konsumenten zwischen ökologischen und konventionellen Lebensmitteln
 - 7.2. Implikationen der Untersuchungsergebnisse für die Marktakteure im Spannungsfeld der Wahlentscheidung von Konsumenten zwischen Hersteller- und Handelsmarken
 - 7.3. Implikationen der Untersuchungsergebnisse für die Wettbewerbspolitik
8. **Fazit und Ausblick**

✂

Bestellungen bitte an:

JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05/90 10 6-88

Hiermit bestelle ich _____ Exemplar(e) des Titels „**Preisbereitschaften im Lebensmitteleinzelhandel**“ von **Michael Hundt, ISBN 978-3-8441-0322-9** zum Preis von € 75,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Datum

Unterschrift