

# Die Rolle der Marktforschung für die Entwicklung des Industriezweiges Landmaschinenbau

## 1. Einführung in das Thema

Die sozialistische Marktforschung ist eine mit Hilfe von Mathematik, Statistik, Soziologie, Psychologie sowie von dialektischen Prognosemethoden vorgenommene systematische Untersuchung der „überhaupt möglichen Absatzaussichten auf den einzelnen Märkten, des letztmöglichen Zeitpunktes rentablen Absatzes der bisherigen Erzeugnisse und des optimalen Zeitpunktes zum Absatz neuer Erzeugnisse“ /1/. Sie wird mit dem Ziel durchgeführt, bisherige und gegenwärtige Marktverhältnisse einzuschätzen und zukünftige Marktverhältnisse zu prognostizieren, um damit eine Voraussetzung für die Planung des Produktionsprozesses und für die Durchsetzung des ökonomischen Systems des Sozialismus zu schaffen.

Die Meisterung der wissenschaftlich-technischen Revolution und die Realisierung der Zielstellung, Spitzenerzeugnisse zu entwickeln und zu produzieren, erfordern eine wissenschaftliche Marktforschung. Sie ist Bestandteil einer rationalen und effektiven sozialistischen Wirtschaftsführung. Ihre Einordnung in das System der sozialistischen Planung dient der weiteren Verwirklichung des Grundgedankens des ökonomischen Systems des Sozialismus. Die Marktforschung als Erfordernis der ergebnisbezogenen Planung hilft, durch die Marktprognose eine wirtschaftlich effektive Strukturpolitik vorzubereiten und strukturbestimmende Erzeugnissysteme zu begründen. Sie dient weiterhin der Begründung und Durchsetzung einer komplexen Absatzpolitik.

Die wissenschaftliche Marktforschung geht von der marxistischen politischen Ökonomie aus, wonach der Perspektivplan Hauptsteuerungsinstrument der Volkswirtschaft und damit übergreifendes Moment auf alle Reproduktionsphasen ist und nur auf seiner Grundlage Inhalt und Methoden bestimmt werden können.

Inhalt und Methoden der Marktforschung sind auf die perspektivischen Markterfordernisse gerichtet, die über die Prognose im Produktionsplan Berücksichtigung finden. Prof. Dr. H. MODEL charakterisiert demzufolge die Marktforschung so:

„Eine gut organisierte, mit der Planung verbundene Marktforschung ist ein Moment, das den Druck des Marktes, des wissenschaftlich-technischen Fortschritts vorausschauend und rechtzeitig sichtbar macht.“ /2/

Charakteristisch für die sozialistische Planung ist die planmäßige Ausnutzung und Beeinflussung der Markterfordernisse und nicht ein spontanes Eingehen auf die Marktlage.

Dr. CH. LUFFT sagt dazu:

„Nicht durch spontanes Eingehen auf die Marktlage, sondern erst durch planmäßige Ausnutzung und Beeinflussung der Markterfordernisse lassen sich die den Sozialismus kennzeichnenden Vorzüge, die auf eine höhere Arbeitsproduktivität hinauslaufen, als sie für den Kapitalismus erreichbar ist, in die Realität umsetzen.“ /3/

Diese kurze methodische Einführung soll die Erkenntnis vermitteln, daß im Sozialismus nicht der Markt, sondern der Plan Regulator der Produktion ist und der Inhalt und die Methode der sozialistischen Marktforschung dadurch eindeutig bestimmt werden.

Anschließend wird erläutert, wie heranzugehen ist, um im Industriezweig Landmaschinenbau eine wissenschaftliche Marktforschungstätigkeit mit hoher Effektivität durchführen zu können.

## 2. Das Aufgabengebiet der betrieblichen Marktforschung im Industriezweig Landmaschinenbau

### 2.1. Wie die Marktforschung bisher arbeitete

Als in den Jahren 1962/63 die Landmaschinenbaubetriebe mit der Marktforschungstätigkeit angingen, gab es trotz vieler

vorliegender theoretischer Abhandlungen noch keine konkreten Vorstellungen über die praktische Durchführung der betrieblichen Marktforschung. Eines war jedoch der Ausgangspunkt auch für die Marktforschungstätigkeit, und zwar die Hauptaufgabe des Landmaschinenproduzenten — die darin bestand und auch heute noch in gleicher Form besteht —, durch seine Produktion den Bedarf der Landwirtschaft an Landmaschinen erstrangig abzudecken, die Steigerung der Arbeitsproduktivität beim Anwender entscheidend zu beeinflussen, einen hohen Gewinn zu realisieren und einen seiner Kapazität entsprechenden maximalen Export mit hoher Rentabilität durchzuführen. Damals war es besonders wichtig, die Mechanisierung der gerade entstandenen und sich entwickelnden sozialistischen Landwirtschaft in der DDR voranzutreiben. Aus diesem Grund beschäftigte sich auch die Marktforschung zunächst schwerpunktmäßig mit dem Inland. Zuerst mußten Überlegungen angestellt werden, mit welchen Methoden man die perspektivische Entwicklung der Landwirtschaft der DDR und ihrer Mechanisierung einschätzen kann, um den Bedarf an Landmaschinen zu ermitteln. Hier wurde hauptsächlich die Methode der Repräsentativbefragung angewendet. In enger Zusammenarbeit mit den Inlandmarktforschern der damaligen Bezirkskundendienstvertretungen der VVB Landmaschinenbau wurden besonders typische und fortschrittliche LPG und VEG befragt, z. B. nach der perspektivischen Entwicklung des Betriebes, nach dem perspektivischen Bedarf an Landmaschinen, nach den agrotechnischen Forderungen für perspektivische Erzeugnisse u. a. Die Ergebnisse wurden dann verallgemeinert und daraus der Bedarf abgeleitet.

Es zeigte sich jedoch, daß die Ergebnisse nicht ausreichend waren, was einmal daran lag, daß die Mehrzahl der entstandenen LPG noch keine klaren Vorstellungen über ihre perspektivische Entwicklung hatten, und zum anderen die Repräsentativbefragungen meistens noch unqualifiziert durchgeführt wurden.

Eine höhere Qualität in der Marktforschungstätigkeit wurde im Verlaufe der letzten Jahre erreicht, als neben der Methode der Repräsentativbefragungen einige Untersuchungsmethoden der Mathematik und Statistik und die dialektischen Prognosemethoden Analyse, Synthese, Induktion und Deduktion zur Prognostizierung der Entwicklung der Landwirtschaft der DDR und ihrer Mechanisierung angewendet und mit der Analysierung der Exportmärkte begonnen wurde. So entwickelte sich die Marktprognose zu einem wichtigen Teilkomplex der Gesamtprognose der Landmaschinenbaubetriebe.

Von einer wissenschaftlichen Marktforschungstätigkeit in den Landmaschinenbaubetrieben konnte man jedoch nicht sprechen, lediglich die ersten Ansätze dazu waren vorhanden. Dann gab es noch unklare Vorstellungen über die Abgrenzung des Tätigkeitsgebietes der Marktforschung, was heute überwunden ist.

Durch die Marktforschungsabteilungen der Kombinate des Industriezweiges Landmaschinenbau sind heute die Voraussetzungen gegeben, die Effektivität der Marktforschungstätigkeit entscheidend erhöhen zu können.

### 2.2. Wie die Marktforschung in den Kombinatbetrieben arbeiten sollte

Hauptgegenstand der betrieblichen Marktforschung ist die komplexe Absatzprognose, in der die Teilprognose Wissenschaft und Technik, Marktprognose und Produktionsprognose vereinigt sind. Die komplexe Absatzprognose muß in Verantwortung des Kombinat-Direktors für Binnen- und Außenwirtschaft als Teil der Gesamtprognose des Kombinats er-

arbeitet werden. Die Ausführung hat durch die ihm direkt unterstellte Marktforschungsabteilung des Kombinats zu erfolgen. Sie ist hiervon ausgehend verantwortlich.

- für die Beschaffung, Klassifizierung und Speicherung aller den Absatz generell betreffenden Informationen,
- für die Erarbeitung der Marktprognose,
- für die Koordinierung aller Arbeitsfolgen der komplexen Absatzprognose.

Somit kann man grob von drei Hauptaufgabenkomplexen sprechen, die eine betriebliche Marktforschungsabteilung zu lösen hat:

### 1. Hauptaufgabenkomplex — Beschaffung, Klassifizierung und Speicherung aller den Absatz generell betreffenden Informationen

Um eine Prognosetätigkeit durchführen zu können, bedarf es zunächst der Beschaffung, Klassifizierung und Speicherung von zielgerichteten Sekundär- und Primärinformationen. Dabei versteht man unter Sekundärinformationen alle Veröffentlichungen, wie Fachzeitschriften, Fachbücher usw., und unter Primärinformationen alle neuesten Erkenntnisse, wie Ergebnisse aus der Arbeit von wissenschaftlichen Instituten und aus nationalen und internationalen Fachtagungen, Vorschläge der Anwender zur konstruktiven Verbesserung der Landmaschinen u. a., die noch nicht veröffentlicht sind und zum größten Teil nicht veröffentlicht werden.

Aufgrund der vielfältigen Informationen ist eine Klassifizierung und systematische Speicherung notwendig. Für Sekundärinformationen erfolgen sie bekanntlich durch Büchereien, Bibliotheken, Informations- und Dokumentationsstellen in Instituten und Betrieben usw., wodurch die Beschaffung dieser für die eigene Arbeit benötigten Informationen relativ einfach ist. Zum Zeitpunkt der Prognoseausarbeitung müssen die benötigten Sekundärinformationen von der im Kombinat vorhandenen Informations- und Dokumentationsstelle zur Auswertung beschafft werden.

Schwieriger ist die Beschaffung von zielgerichteten Primärinformationen. Die operative Tätigkeit obliegt hier der Marktforschungsabteilung. Zur Beschaffung aller den Absatz generell betreffenden Primärinformationen sollten durch die betriebliche Marktforschung folgende Kontakte aufgenommen und ständig gehalten werden:

im Inland

- mit staatlichen Institutionen der Landwirtschaft,
- mit führenden LPG, KOG und VEG,
- mit allen landwirtschaftlichen und landtechnischen Instituten,
- mit bestimmten Hoch- und Fachschulen,
- mit Marktforschungsinstituten,
- Erfahrungsaustausch mit Genossenschaftsbauern auf der Leipziger Frühjahrsmesse, agra, iga, und Ostseewoche,
- Teilnahme an Landmaschinenvorfürhrungen,
- enge Zusammenarbeit mit den Verkaufingenieuren des VE Handelskombinat agrotechnik,
- Teilnahme an wichtigen Konferenzen und Fachtagungen der Landwirtschaft u. a.

im Ausland

- Besuch von internationalen Landmaschinenausstellungen,
- Besichtigung von hochmechanisierten Genossenschaftsbetrieben bzw. Staatsfarmen,
- Erfahrungsaustausch mit ausländischen Instituten u. a.

Eine derart umfassende Kontakthaltung ist durch die in der Marktforschung Beschäftigten nicht möglich, eine solche Aufgabe läßt sich nur in Gemeinschaftsarbeit lösen. So sollte die Kontakthaltung im Inland gemeinsam mit der Marktforschung der VVB und des VE Handelskombinat agrotechnik und die Kontakthaltung zum Ausland gemeinsam mit der Marktforschung der VVB, den technisch-kommerziel-

len Büros der Außenhandelsbetriebe und allen Reisekadern der VVB, der Außenhandelsbetriebe und der Kombinate betrieben werden.

Nach Erhalt von Primärinformationen müssen Sichtung und Klassifizierung durch die betriebliche Marktforschung erfolgen. Da die Marktprognose nur ein- bis zweimal im Jahr erarbeitet bzw. überarbeitet wird, ist eine systematische Speicherung auch dieser Informationen erforderlich. Heute werden die Primärinformationen noch in den Marktforschungsabteilungen gespeichert. Sinnvoll wäre es jedoch, wenn die Speicherung in den Informations- und Dokumentationsstellen nach einem einheitlichen, auf die EDV abgestimmten System erfolgen würde. Sämtliche Informationen, die zur Auswertung und zur Erarbeitung der Marktprognose notwendig sind, würden dann einheitlich in der Informations- und Dokumentationsstelle vorliegen und auch anderen Abteilungen leicht zugänglich sein.

### 2. Hauptaufgabenkomplex — Erarbeitung der Marktprognose

Die klassifizierten und systematisch gespeicherten Sekundär- und Primärinformationen und die Teilprognose Wissenschaft und Technik bilden die Grundlage für die Erarbeitung der Marktprognose, in der ein Zeitraum von mindestens 10 Jahren untersucht werden sollte.

Die Erstellung der Marktprognose ist eine wissenschaftliche Arbeit. Die Auswahl der konkreten hierbei anzuwendenden Forschungsmethoden ist von der Spezifik des Forschungsobjektes, Umfang und Qualität der vorliegenden Informationen, den rechentechnischen Möglichkeiten, der Qualifikation der Kader u. a. abhängig. Um zu einem umfassenden Ergebnis mit hoher Prognosesicherheit zu kommen, sollten folgende Hauptthemenkomplexe ständig analysiert und prognostiziert werden, wobei eine Feingliederung entsprechend der Spezifik des zu untersuchenden Erzeugnisses bzw. Maschinensystems hiervon abzuleiten wäre:

- Entwicklung der Landwirtschaft im In- und Ausland (Spezialisierung, Kooperation, Konzentration, Kombination),
- beim Erzeugniseinsatz zu erwartende Nebenbedingungen, wie klimatische, topografische, verkehrstechnische, arbeitsmedizinische und ähnliche Besonderheiten im In- und Ausland,
- Entwicklung der Bedarfsträgerstruktur und deren Auswirkungen auf die Erzeugnisentwicklung im In- und Ausland,
- Entwicklung der Anwendertechnologien und -ökonomien, ihrer Varianten und ihrer Rückwirkungen auf die Erzeugnisentwicklung im In- und Ausland,
- Auswirkungen und Rückwirkungen der Erzeugnisentwicklung anderer Wirtschaftszweige,
- Untersuchung der vorhandenen Konkurrenz- und Wettbewerberzeugnisse und -firmen, deren Entwicklung und Aktivität auf den Märkten,
- Absatzaussichten auf den einzelnen Märkten, letztmöglicher Zeitpunkt rentablen Absatzes der bisherigen Erzeugnisse und optimaler Zeitpunkt zum Absatz neuer Erzeugnisse in Varianten als letztem Teil mit den notwendigen Schlußfolgerungen und Maßnahmen für die Markterhaltung, -erschließung bzw. -erweiterung.

Das Ergebnis der Prognosetätigkeit der Marktforschung muß darin bestehen, Schlußfolgerungen zur Konkretisierung des Perspektivplans in der Form zu ziehen, welche Erzeugnisse bzw. Systeme mit welcher Stückzahl und Kosten in den nächsten Jahren zu produzieren sind.

### 3. Hauptaufgabenkomplex — Koordinierung aller Arbeitserfolge der komplexen Absatzprognose

Nach Fertigstellung der Marktprognose ergibt sich zuerst eine Rückkopplung zur bereits vorliegenden Teilprognose

Wissenschaft und Technik. Die Schlußfolgerungen aus der Marktprognose müssen die Aussage ermöglichen, ob für die vorgesehenen Weiter- bzw. Neuentwicklungen bei der von ihnen zu erwartenden Ökonomie und den absehbaren Kosten rentable Absatzaussichten auf den einzelnen Märkten bestehen. Ergeben sich abweichende Ergebnisse und deshalb notwendige Korrekturen in der Teilprognose Wissenschaft und Technik, so ist die Übereinstimmung herbeizuführen.

Dann müssen Marktprognose und Produktionsprognose in Übereinstimmung gebracht werden. Hier geht es hauptsächlich um die vom Kombinat zu schaffenden Bedingungen, um die Kontinuität und eine hohe Rentabilität der Produktion zu gewährleisten.

Danach ist die komplexe Absatzprognose mit dem Hauptabnehmer im Inland und dem Außenhandelsbetrieb, nach Möglichkeit bereits über den Außenhandelsbetrieb mit den perspektivischen Abnehmern im Ausland, abzustimmen und ein langfristiger Vertragsabschluß anzustreben. Im Ergebnis dieser Abstimmungen können Veränderungen in der komplexen Absatzprognose notwendig werden. Der letzte Schritt ist dann schließlich die Fixierung der Schritte zur Realisierung der sich aus der komplexen Absatzprognose ergebenden und festgelegten Maßnahmen.

Die Erarbeitung der komplexen Absatzprognose kann kein einmaliger, sondern muß ein ständiger Prozeß sein. Jede neue wichtige Erkenntnis sollte sofort in die komplexe Absatzprognose eingearbeitet werden, damit sie immer ein aktuelles Leitungsinstrument bleibt.

### 3. Schlußfolgerungen

Die Bedeutung der Marktforschung wurde in den vergangenen Jahren im Industriezweig Landmaschinenbau von einigen Betrieben oftmals unterschätzt, da den perspektivischen Problemen noch nicht genügend Beachtung geschenkt wurde. Pionier- und Spitzenleistungen können jedoch nur erzielt werden, wenn eine wissenschaftliche Prognosearbeit in Verbindung mit der unverzüglichen und den Realisierungsbedingungen entsprechenden Umsetzung der Erkenntnisse in die Produktion durchgeführt wird. Somit erlangt die Marktforschung zwangsläufig immer mehr Bedeutung.

Eine erfolgreiche Marktforschungstätigkeit und eine dadurch beeinflusste Entwicklung des Kombinats ist jedoch nur möglich, wenn die komplexe Absatzprognose mit der Prognose der Entwicklung der Landwirtschaft und ihrer Mechanisierung in der DDR in voller Übereinstimmung steht und die Entwicklungstendenzen der Landwirtschaft und ihrer Mechanisierung in den vorgesehenen Exportländern vorausschauend richtig eingeschätzt werden. Die Marktforschung schafft damit einen Vorlauf in der Erkundung der künftig zu erwartenden Bedingungen im In- und Ausland, wodurch die komplexe Absatzprognose den Perspektivplan für eine absatzorientierte Produktion wissenschaftlich begründet.

Wird an die Lösung der komplexen Absatzprozesse richtig herangegangen, so beeinflusst die betriebliche Marktforschung entscheidend die Entwicklung des Industriezweiges.

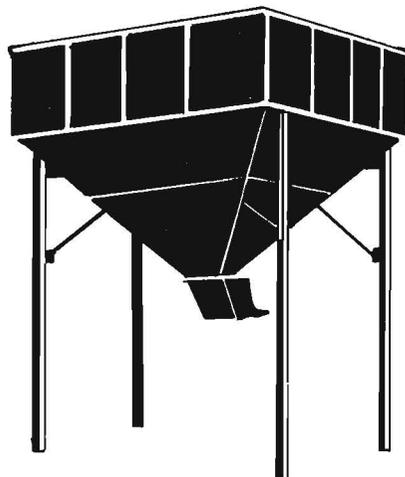
#### Literatur

- 1/1 BECKER, G.: Die komplexe Absatzprognose als Leitungsinstrument der Industriekombinate. Sozialistische Außenwirtschaft (1969) H. 8, S. 20
- 1/2 MODEL, H.: Grundfragen einer komplexen Absatzpolitik im Führungsprozeß. Dietz Verlag, Berlin 1968, S. 48
- 1/3 LUFT, CHR.: Zur Rolle des Marktes im System der Planung und Leitung sozialistischer Warenproduzenten. Sozialistische Außenwirtschaft (1969) H. 2, S. 28  
 —: Vorschläge und Hinweise für die Führung und Organisation der Marktforschung in den Betrieben, Kombinat und VVB in der DDR. Richtlinie für die Materialwirtschaft der volkseigenen Industrie im Ökonomischen System des Sozialismus vom 20. Juli 1967, GBl. II, S. 471 A 8161

## SCHÜTTGUTSILO 20 Mp

unterfahrbar

nicht unterfahrbar

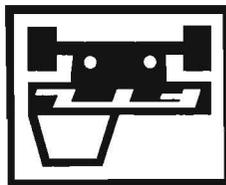


Geeignet für Lagerung von:  
Kohle, Düngemittel und landwirtschaftliche Produkte  
Lieferbar: ab sofort

## SCHÜTTGUTSILO 160 Mp

geeignet für Mischfutter und Getreide  
Abmessung: 5.000 x 5.000 x 12.000 mm  
Lieferbar: ab sofort

Schüttwinkel: 60°



**VEB Fahrzeug- und Transportgerätebau**  
Leipzig/Mölkau  
7126 Mölkau, Hugo-Axt-Str. 70  
Telefon Leipzig: 6 25 80 u. 6 55 82

## BUCHBESPRECHUNG

### Erfolgreich studieren – sich qualifizieren

#### Eine Anleitung

Von Dr. JOHANNES RIECHERT und KURT SCHWARZ. Leipzig: VEB Deutscher Verlag für Grundstoffindustrie 1970. 199 Seiten, 25 Abb., broschiert, 7,80 M.

Immer mehr setzt sich in unserer sozialistischen Gesellschaft die richtige Erkenntnis durch, daß im Zeitalter der wissenschaftlich-technischen Revolution jeder lernen muß, ein Leben lang zu lernen. Viele Möglichkeiten bieten sich dazu in unserem Arbeiter- und Bauern-Staat, es liegt an jedem einzelnen, diese Möglichkeiten zum Nutzen der Gesellschaft und zu seinem eigenen Vorteil auszuschöpfen.

Erfahrungsgemäß steht am Beginn einer langfristigen Qualifizierung insbesondere im Fern- oder Abendstudium die Frage: „Werde ich das mir bevorstehende Pensum an Studienarbeit neben meinen beruflichen Verpflichtungen bewältigen?“ Die Zeit wird immer knapp sein während der Qualifizierung, man sollte aber gerade deshalb vorher oder auch zu Beginn des Studiums die Zeit aufbringen, die hier vorliegende Broschüre aufmerksam zu lesen. Diese Stunden sind bestimmt nicht verloren, man kann im Gegenteil durch Beherrigen der vermittelten Ratschläge das Studium effektiver gestalten, d. h. Zeit einsparen. Die Broschüre weist Wege, wie man schneller lernen, fester behalten und produktiver denken kann, wie errungenes Wissen griffbereit zu bewahren ist, wie man an das Lösen von Problemen herangehen sollte und erteilt Ratschläge für das richtige Reden. Von unmittelbarem Nutzen werden jedem Studenten die Hinweise zur Abfassung einer schriftlichen Arbeit und zum Verhalten bei einer Prüfung sein. All das ist in einer lockeren und, wie sollte es bei dem Anliegen dieser Neuerscheinung auch anders sein, interessanten und einprägsamen Form geschrieben. Jeder, der sich qualifizieren will, sollte mit dem Studium dieses Buches beginnen!

AB 8248