



**UNIVERSITÄTS-  
BIBLIOTHEK  
PADERBORN**

# **Universitätsbibliothek Paderborn**

## **Forschungsbericht**

**Universität Paderborn**

**Paderborn, 1979/81(1982) - 1990/92(1993)**

"Marktprozesse"

**urn:nbn:de:hbz:466:1-29485**

Ein sechster Forschungsschwerpunkt, dessen Konzeption im Berichtszeitraum 1979 bis 1981 entworfen wurde, befindet sich im Aufbau:

Systemtechnische Anwendung der Mikroelektronik bei der Überwachung und Automatisierung von Fertigungsprozessen

Koordinator: Prof. Dr. G. Hartmann

Die Existenz und die Ergebnisse dieser Schwerpunkte haben dazu beigetragen, das Forschungsprofil der jungen Hochschule zu verdeutlichen. Darüber sollte aber nicht übersehen werden, daß ein erheblicher Teil der Forschungsergebnisse, über die dieser Forschungsbericht Auskunft gibt, unabhängig von diesen Schwerpunkten erzielt wurde. Dabei handelt es sich sowohl um die Arbeiten einzelner wie auch um neu sich herausbildende Gruppierungen. Auch dadurch sind Schwerpunkte entstanden, bei denen abzuwarten bleibt, ob und in welcher Form sie neben oder auch an die Stelle der bisherigen Forschungsschwerpunkte treten werden.

Der Forschungsschwerpunkt "Marktprozesse" faßt Forschungsbemühungen aus den Bereichen Arbeitsmarkt- und Kapitalmarktprozesse sowie Konsumforschung zusammen.

Aufgabe des Forschungsschwerpunktes ist die gegenseitige Information der Beteiligten über die laufenden und geplanten Forschungsarbeiten und die Koordination der Forschungsaktivitäten im Hinblick auf gemeinsame Fragestellungen, Untersuchungsmethoden und Auswertungsmöglichkeiten empirischer Daten. Hierzu dienen neben laufenden Kontaktgesprächen die in größeren Abständen regelmäßig durchgeführten Konferenzen des Forschungsschwerpunktes und die laufende Dokumentation der Forschungsarbeiten auf der Fachbereichsebene. Damit werden zwei Ziele verfolgt: 1. die kurzfristige Darstellung des Forschungsprofils des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft und 2. die Verstärkung der Verbindungen von Forschung und Lehre. Die Dokumentation der laufenden und geplanten Forschungsarbeiten bietet zugleich die Möglichkeit, die Institutionen der Forschungsförderung und die interessierte Öffentlichkeit über den aktuellen Stand der Forschungsaktivitäten zu informieren.

Die Arbeitsmarktforschung hat sich im Berichtszeitraum auf Entwicklungen im Bereich der Arbeitsmarkttheorie, auf Politikanalysen und auf empirische Untersuchungen zur Funktionsweise von Arbeitsmärkten konzentriert. Ein größeres empirisches Projekt "Arbeitsmarktstrukturen und -prozesse", dessen theoretischen Hintergrund der Versuch einer Synthese segmentationstheoretischer und neoklassischer Deutungen bildet, wurde abgeschlossen. Ein weiteres empirisches Projekt "Staat als Arbeitgeber" wurde begonnen.

Die Arbeitsmarktforschung steht in enger Verbindung zur Bildungsökonomie und zur Berufsforschung. Die Arbeitsgruppe hat den Zusammenhang zwischen Ausbildung und Arbeitsmärkten für hochqualifizierte Arbeitskräfte untersucht und dabei Fragen der Flexibilisierung von Arbeitskräften und deren Absorption behandelt. Ausbildungsprozesse sind Arbeitsmarktprozessen zugeordnet, dabei rücken heute neben schulischer bzw. universitärer Ausbildung innerbetriebliche Ausbildungsformen in den Vordergrund. Die diesbezüglichen Projekte über "Hochschulabsolventen" und "Flexibilitätsorientierte Studienreform" stehen vor dem Abschluß.

Die Paderborner Arbeitsmarktforschungsgruppe ist mit dem wissenschaftlichen Sekretariat wesentlich am Arbeitskreis Sozialwissenschaftliche Arbeitsmarktforschung (SAMF) beteiligt. Dabei handelt es sich um ein vom BMFT finanziertes und von der DFG betreutes Programm koordinierter empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung. Dem Arbeitskreis SAMF gehören Mitglieder sozialwissenschaftlicher Forschungsinstitute unabhängig von ihrer Zugehörigkeit zu Hochschulen an. Der Arbeitskreis gibt seit 1981 eine Publikationsreihe heraus, er vermittelt über die Grenzen seiner Mitgliedschaft hinaus wissenschaftliche Kontakte.

Ein nicht geringer Teil der Aktivitäten der Gruppe "Kapitalmarktforschung" war auch im Berichtszeitraum wiederum der Ergänzung und der Pflege des umfangreichen Datenbestandes gewidmet. Darüber hinaus konnten aber einige Projekte weitergeführt bzw. begonnen werden, die sich sämtlich mit aktuellen Fragen des Kapitalmarktes be-

schäftigen: Einzel- und überbetriebliche Vermögensbeteiligung, Bilanzanalyse mit Hilfe statistischer Verfahren, Anlegerschutz, die Problematik des gegenwärtigen Konkursrechtes.

Die Erforschung des Kapitalmarktes hat sich sowohl mit rechtlichen Fragen auseinanderzusetzen als auch eine bislang vernachlässigte empirisch-statistische Überprüfung theoretischer Modelle vorzunehmen. Beide Aspekte werden von der Gruppe "Kapitalmarktfor- schung" berücksichtigt.

Pretests spielen in der Werbewirkungs- und Marktforschung eine große Rolle. Ziel eines Projektes war es, die Gültigkeit dieser Verfahren zu überprüfen, wobei tachistoskopische Verfahren im Mit- telpunkt der Experimente standen.

Auf der Basis einer grundlegenden Typologie zur Strukturierung der an Kaufentscheidungen beteiligten psychischen Prozesse ging es um die Messung und Erklärung impulsiver, habitualisierter und limi- tierter Kaufentscheidungen. Bei den impulsiven Kaufentscheidungen wurde geprüft, ob sich die Mimik als Indikator für Emotionen eignet und die Identifizierung von Impulskäufern ermöglicht. Bei den Gewohnheitskäufen ging es um die Untersuchung der kognitiven Entlastung, die bei Wiederholungskäufen zu habitualisierten Kauf- entscheidungen führt. Bei limitierten Kaufentscheidungen wurde mittels Informations-Display-Matrizen geprüft, wie Entscheidungs- prozesse durch eine Begrenzung der Informationsaufnahme und -ver- arbeitung vereinfacht werden können.

Ziel des Projektes "Non-verbale Kommunikation" war die Erfassung und Erklärung von Emotionen in der Anzeigenwerbung. Geprüft wurde vor allem, wie von der Mimik in Abhängigkeit vom Anzeigenkontext auf Emotionen geschlossen wird, und ob durch gezielte Hilfestel- lungen die mimische Darstellung von Emotionen verbessert werden kann. Diese Arbeiten zur Bedeutung der non-verbale Kommunikation für Marktforschung und Werbung werden in den nächsten Jahren fort- geführt.