

Soziologie des Verbraucherverhaltens

Bemerkungen zu der Schrift von Wiswede*

Mit dem erhöhten Handlungsspielraum des Verbrauchers in den reichen Industrieländern ist die Konsumtion von Gütern und Diensten heute kein primär ökonomisches Phänomen mehr, vielmehr bedarf die empirische Analyse der Konsumvorgänge in zunehmendem Maße eines interdisziplinären Forschungsansatzes. Im ökonomischen Bereich hat sich, anknüpfend an die Arbeiten von George Katona, die sozialökonomische Verhaltensforschung der *Schmölders*-Schule entwickelt; sie versteht sich als Ergänzung der ökonomischen Theorie mit dem Ziel, eine wirklichkeitsnähere, empirisch fundierte Konsumlehre zu entwickeln. Ebenso liegen bemerkenswerte Ansätze einer soziologischen und einer psychologischen Verhaltensforschung im Konsumbereich vor. Damit stellt sich die Frage nach dem Beitrag, der aus einer Zusammenarbeit mit den Wissenschaften vom Menschen für die Erklärung des Verbraucherverhaltens gewonnen werden kann, und welches die angemessenen Anwendungsbereiche für die verschiedenen Aspekte der Konsumforschung sind.

Die 1972 erschienene „Soziologie des Verbraucherverhaltens“ von Günter Wiswede, die der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen als Habilitationsschrift vorgelegen hat, zeichnet sich durch ihren grundsätzlichen Ansatz und ihre breite wissenschaftliche Fundierung aus. Sie ist bereits die zweite größere Buchveröffentlichung Wiswedens zum Verbraucherverhalten. Mit der 1965 erschienenen Veröffentlichung „Motivation und Verbraucherverhalten“ hat sich Wiswede als Kenner auf dem Gebiete der Motivforschung ausgewiesen. Seine Sicht der ökonomischen Zusammenhänge wie auch die Auswahl der von ihm benutzten Literatur scheinen mitbestimmt durch seine langjährige Mitarbeit in der Gesellschaft für Konsumforschung in Nürnberg. Diese Zusammenarbeit dürfte auch den Anstoß gegeben haben für die von Wiswede auf anspruchsvollem Niveau versuchte Integration der Motivforschung in die Lehre vom Verbraucherverhalten,

* Günter Wiswede: Soziologie des Verbraucherverhaltens. Stuttgart 1972. Enke-Verlag. 356 S.