

Die Unternehmung im Markt

Band 10

**Wilhelm Vershofens Beitrag zu einer
Theorie des Verbraucherverhaltens**

Von

Hans Moser



Duncker & Humblot · Berlin

HANS MOSER

**Wilhelm Vershofens Beitrag
zu einer Theorie des Verbraucherverhaltens**

Die Unternehmung im Markt

Herausgegeben von

Prof. Dr. G. Bergler, Nürnberg, Prof. Dr. J. Fettel, Hamburg,
Prof. Dr. O. Hintner, München, Prof. Dr. H. Linhardt, Nürnberg,
Prof. Dr. E. H. Sieber, Nürnberg

Band 10

Verantwortlicher Herausgeber: Prof. Dr. G. Bergler

Wilhelm Vershofens Beitrag zu einer Theorie des Verbraucherverhaltens

Von

Dr. Hans Moser



DUNCKER & HUMBLLOT / BERLIN

Alle Rechte vorbehalten
© 1963 Duncker & Humblot, Berlin
Gedruckt 1963 bei Albert Sayffaerth, Berlin 61
Printed in Germany
n 2

Vorwort

Schon in der Formulierung des Titels der vorliegenden Untersuchung soll zum Ausdruck gebracht werden, daß Wilhelm *Vershofen* nie für sich in Anspruch genommen hat, eine allgemeine Theorie des Verbraucherverhaltens aufgestellt zu haben. Die Bedeutung seiner Beiträge aber, die er zu diesem Problemkreis geleistet hat, dürfte das Vorhaben rechtfertigen, sie einer eingehenden und kritischen Würdigung zu unterziehen. Dies erscheint um so notwendiger, als die Gedanken der „Nürnberger Schule“ und speziell ihres Begründers zwar eine weite Verbreitung in der Praxis gefunden haben, die in der Kritik fruchtbare Auseinandersetzung im Rahmen der einschlägigen Wissenschaft dagegen bisher ausgeblieben ist. Viele der von *Vershofen* geprägten Begriffe wurden unbesehen übernommen und häufig allzu rasch zu Schlagwörtern, so daß ihre ursprünglich exakte Bedeutung verloren ging; andererseits bedürfen bestimmte Schlußfolgerungen *Vershofens* inzwischen doch einer gewissen Modifizierung.

Dem heutigen Betrachter bieten sich zahlreiche Zusammenhänge im Bereich der Verbrauchsforschung als selbstverständliche Einsichten dar; bei einer gerechten Würdigung muß aber anerkannt werden, daß *Vershofen* seinerzeit — d. h. vor rund 35 Jahren — tatsächlich Neuland betreten hatte. Selbstverständlich stützte auch er sich auf Vorgänger, doch gehörten diese fast ausnahmslos anderen Disziplinen als der wirtschaftswissenschaftlichen an, ob es sich im einzelnen um Philosophen (wie z. B. *Simmel*, der allerdings gleichzeitig auch Soziologe war), Soziologen (wie *Veblen*) oder Psychologen (wie *McDougall*) handelte; die wenigen Wirtschaftswissenschaftler unter ihnen (z. B. *Oldenberg*) lieferten zwar höchst interessante und oft eindrucksvolle Einzelbeiträge, doch blieben diese in der Regel in den Ansätzen stecken. Demgegenüber hat sich *Vershofen* im deutschen Sprachbereich als erster darum bemüht, die vielfältigen Einzelerkenntnisse unter *wirtschaftlichem* Aspekt zusammenzufassen, sie zu ordnen und durch empirische Forschungen zu ergänzen, um auf diese Weise den Grundstein zu legen für eine erste Systematik des Verbraucherverhaltens.

Die Arbeit bringt nach einer knappen Schilderung des wissenschaftlichen Ausgangsortes und der von *Vershofen* angewandten Methoden sowie der Terminologie eine Darstellung der wichtigsten Forschungsergebnisse auf dem Gebiet des Konsumentenverhaltens. *Vershofens*

Einsichten wurden zwar von jüngeren Autoren mit mehr oder weniger deutlichem Hinweis auf die geistige Urheberchaft übernommen, doch geschah dies meist ohne eine sachliche Auseinandersetzung, und nur selten wurden die Gedanken selbständig weiterentwickelt. Daher erwies es sich als wenig lohnend, eine literaturkritische Gegenüberstellung vorzunehmen. So enthält der dritte Teil im wesentlichen die eigenen Anmerkungen des Verfassers zu einzelnen Problemen. Das Schlußkapitel kann dann nicht eine nochmals komprimierte Zusammenfassung der Lehren *Vershofens* im Bereich des Verbrauches darstellen, sondern dient lediglich zur Aufnahme einiger grundsätzlicher Betrachtungen.

Der Verfasser hat während seiner eigentlichen Studienzzeit Wilhelm *Vershofen* noch als Forscher und Lehrer erlebt, doch ist hier nicht der Ort, von der Faszination, die von diesem großen Gelehrten ausging, zu sprechen; statt dessen soll auf die Schilderung seiner Persönlichkeit in verschiedenen ihm gewidmeten Festschriften und auf einen Nekrolog aufmerksam gemacht werden*.

Seinem verehrten Lehrer, Herrn Professor Dr. Georg *Bergler*, mit dem er nun schon viele Jahre aufs engste zusammenarbeitet, schuldet der Verfasser tiefempfundenen, aufrichtigen Dank für die Einführung auch in dieses spezielle Gebiet der Wirtschaftswissenschaften.

Nürnberg, im August 1962

Hans Moser

* Vgl. Bergler, G., und Erhard, L. (Hrsg.): Marktwirtschaft und Wirtschaftswissenschaft, Berlin 1939; und Bergler, G. (Hrsg.): Kultur und Wirtschaft, o. O., 1949; Moser, H.: Nekrolog auf Wilhelm *Vershofen*, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Köln und Opladen, 1960, S. 772 ff.

Inhaltsverzeichnis

Erster Teil

I. Einleitung	9
1. Das Verbraucherverhalten in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur	9
2. Die „amerikanisch-deutsche Konsumtheorie“	12
II. Der wissenschaftliche Ausgangsort und die Aufgabe	15
1. „Marktzwang“	15
2. „Gemeinwirtschaft“	17
3. Die Aufgabe	18
4. Theorie und Empirie	20
III. Zur Terminologie	26

Zweiter Teil

IV. Der Verbraucher im Markt	32
V. Das Kernstück der Forschung: Analyse des Nutzens	34
1. Die Nutzengliederung	34
2. „Grundnutzen“ und „Zusatznutzen“	36
3. Die „Nürnberger Regel“	37
4. Müheerwägungen und Nutzenvorstellungen	38
5. Der „Geltungsnutzen“	40
6. Die ökonomische Bedeutung des Geltungsnutzens	43
7. Unterschiedliche Verhaltensweisen je nach Nutzenart	46

Dritter Teil

VI. Kritische Würdigung	49
1. Die Hilfswissenschaften — insbesondere Soziologie und Sozial- psychologie	49
2. Der wissenschaftliche Ort der Verbrauchsforschung	53
3. Vershofens Resonanz im wissenschaftlichen Schrifttum	56

VII. Spezielle Kritik der Nutzenlehre	61
1. „Eigenschaften“ und „Nutzen“	61
2. „Sozialisierung der Zwecke“	62
3. „Grundnutzen“ — „Genereller Nutzen“	64
4. „Zusatznutzen“ — „Spezieller Nutzen“	66
5. „Hauptnutzen“	67
6. Vorwegnahme von Ansatzpunkten der modernen wirtschaftswissenschaftlichen Forschung	69
VIII. Rationalität oder Irrationalität des Verbrauchers?	75
1. Max Webers Unterscheidung	75
2. Psychologischer Exkurs	76
3. „Rational“ und „irrational“ in dreierlei Bedeutung	79
4. Bedarfsbildung und Bedarfsdeckung	85
5. Wirtschaften ist stets (zweck-)rational	87

Vierter Teil

IX. Schlußbetrachtung	90
-----------------------------	----

Literaturverzeichnis	96
-----------------------------	-----------

Erster Teil

I. Einleitung

1. Das Verbraucherverhalten in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur

Zum deutenden Verstehen und der ursächlichen Erklärung (im Sinne *Max Webers*) allen wirtschaftlichen Geschehens muß die ökonomische Theorie letztlich stets auf das Verhalten des wirtschaftenden Menschen zurückgehen, und deshalb liegt dieses Verhalten allen ihren Tendenzen, Regeln und Gesetzen zugrunde. Während nun aber die Wirtschaftstheorie im Verlauf ihrer Entwicklung in den Bereichen der Produktion und der Distribution zu einer Vielzahl allgemeingültiger Aussagen über das Verhalten des wirtschaftenden Menschen gelangen konnte, wurde das Feld der Konsumtion bis in die Gegenwart hinein höchst unzulänglich bestellt. Noch heute gibt es keine allgemeine Theorie des Konsumentenverhaltens, auch wenn sich aus mancherlei Einzeldarstellungen deren Umrisse allmählich abzuzeichnen beginnen. Lange Zeit hindurch wurde aber selbst der Beschreibung und der Definition des Konsums als einem wirtschaftlichen Phänomen nur geringe Aufmerksamkeit seitens der Wissenschaft gewidmet.

So lassen sich, beginnend mit den Physiokraten, innerhalb der klassischen Nationalökonomie zwei Gruppen von Autoren unterscheiden: einmal diejenigen, die trotz des nachdrücklichen Eintretens für die Behandlung und wissenschaftliche Durchdringung der Konsumtion durch *J. B. Say* diese entweder überhaupt nicht oder nur ganz am Rande erwähnen, und zum anderen solche Autoren, die diesem Gegenstand wenigstens einen gewissen Raum ihrer Arbeit in Form einzelner Kapitel zugestehen. Autoren wie *Smith*, *James Mill*, *Adam Müller*, *v. Thünen* und *List* geben überhaupt keine Definition des Verbrauches, entweder, weil sie sich mit diesem Problem nicht eingehender befassen, oder weil sie diesen Begriff als von vornherein ausreichend bestimmt ansehen¹. Und dort, wo sich Ansätze zu einer „Konsumtionslehre“ finden, handelt

¹ Vgl. Frühwald, Ernst: Verbrauchstheorie. Lehrgeschichtlich und systematisch. Diss. HfW Wien 1937, S. 86 f.

es sich regelmäßig um den Versuch, das Wesen des Verbrauchs aus der produktionswirtschaftlichen Gedankenwelt heraus zu bestimmen; kaum jemals erfolgt die Behandlung des Verbrauches um seiner selbst willen.

Hier soll in gebotener Kürze² doch auf die Frage eingegangen werden, warum die Konsumtion in der klassischen Nationalökonomie nicht oder kaum in Erscheinung getreten ist. Die Erklärungen hierfür, die man im Laufe der Zeit zu geben versucht hat, reichen von der bekannten Feststellung bei *Wirminghaus*, „... daß die Vorgänge der Produktion und Verteilung das gesamte volkswirtschaftliche Leben so stark beherrschen, die soziale Gliederung der Bevölkerung so wesentlich mitbestimmen, daß ihnen gegenüber die Konsumtion als vorwiegend individueller Natur zurücktreten konnte...“³ bis hin zur „innerweltlichen Askese“, die für *Galm* „der Schlüssel zum Verständnis der Tatsache zu sein (scheint), daß die Lehre von der Konsumtion so lange unbearbeitet blieb“⁴. Als „innerweltliche Askese“ bezeichnet *Max Weber* die wirtschaftsbestimmende Haltung des Protestantismus und die geistige Grundhaltung Englands zur Zeit der großen Nationalökonomien *Smith*, *Ricardo* und *Malthus*; diese Askese „wirkte mit voller Wucht gegen den unbefangenen *Genuß* des Besitzes, sie schnürte die *Konsumtion*, speziell die *Luxuskonsumtion*, ein. Dagegen *entlastete* sie im psychologischen Effekt den *Gütererwerb* von den Hemmungen der traditionalistischen Ethik, sie sprengt die Fesseln des Gewinnstrebens, indem sie es nicht nur legalisiert, sondern... direkt als *gottgewollt* ansah. Der Kampf... war *kein* Kampf gegen rationalen *Erwerb*, sondern gegen irrationale Verwendung des Besitzes“⁵.

Während so für die klassische Theorie trotz der berühmten Feststellung *Adam Smith's*, daß der Verbrauch der einzige Endzweck aller Produktion sei, keine Verpflichtung bestanden haben mochte, sich mit dem Wesen der Konsumtion mehr als nur beiläufig zu beschäftigen — einmal, weil diese so unauffällig und zurückhaltend als möglich durchgeführt werden sollte, zum anderen aber auch deshalb, weil versucht

² In fast allen einschlägigen Veröffentlichungen der Gegenwart finden sich mehr oder weniger ausführliche Darstellungen, die im Grunde immer auf einige wenige Autoren zurückzuführen sind.

³ *Wirminghaus*, A.: Die Lehre von der Konsumtion und ihrem Verhältnis zur Produktion, in: Die Entwicklung der deutschen Volkswirtschaftslehre im 19. Jahrhundert (Festschrift für G. Schmoller), Leipzig 1908, 1. Band, Abschn. XII, S. 3.

⁴ *Galm*, Ulla: Beiträge der Institutionalistinnen zur Bildung einer Theorie des Konsumentenverhaltens, Diss. Frankfurt/Main, 1957, S. 12.

⁵ *Weber*, Max: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus, in: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, 4. Aufl. Bd. I, Tübingen 1947, S. 190. Vgl. hierzu auch *Müller-Armack*, A.: Genealogie der Wirtschaftsstile, 3. Aufl., Stuttgart 1944, S. 85 ff.

wurde, den Warenwert aus den Kosten zu erklären und ihn damit auf eine objektive Größe zurückzuführen, so daß die Konsumtion in diesem Zusammenhang keine Aufschlüsse zu liefern vermocht hätte — gewann die Konsumtion erstmals im Rahmen der Grenznutzenschule an theoretischer Bedeutung.

Weil die Grenznutzentheoretiker erkannt hatten, daß der Konsum des Menschen das wichtigste Agens der Wirtschaft darstellt, versuchten sie, den Warenwert aus dem Gebrauchswert herzuleiten und ihm damit einen subjektiven Erklärungsgrund zu geben. Sie gingen dabei jedoch von der Annahme aus, daß einer gegebenen Bedürfnisquantität des wirtschaftenden Menschen eine gegebene Menge an Befriedigungsmitteln (knappen Gütern) gegenüberstehe; so fand das Qualitative im Konsum keine Berücksichtigung. Die an sich verheißungsvollen Ansätze zu einer Konsumtionslehre führten nicht weiter, weil „Ausgangspunkt der Grenznutzentheorie... eine künstlich konstruierte isolierte Einzelwirtschaft (war)“⁶.

Es muß vielmehr festgestellt werden, daß durch die Grenznutzenschule die Behandlung der Konsumprobleme nicht nur nicht gefördert, sondern sogar nachhaltig behindert worden ist: dadurch nämlich, daß die Grenznutzentheoretiker Gesichtspunkte aus der Lehre von der Produktion auf die Verhältnisse bei der Konsumtion übertrugen. So erfaßten sie den Konsumenten ebenfalls als einen homo oeconomicus⁷ und bezogen sich dabei auf die klassischen Autoren. Aber spätestens v. Zwiedineck-Südenhorst hat überzeugend nachgewiesen⁸, daß die Fiktion des homo oeconomicus von ihren Schöpfern nur für den „selbständig für den Markt produzierenden Wirtschaftler“ geschaffen worden sei.

Das Modell des rational bestimmten Verbrauchers, also des homo oeconomicus consumens, hat sich zwar bis in die moderne Wirtschaftstheorie hinein halten können (Theorie der Wahlhandlungen/Indifferenzkurvenschema)⁹. Aber im Laufe der Zeit verstärkte sich doch die Einsicht, daß das Konsumentenverhalten ein höchst vielschichtiger Komplex ist; nur ging man dann so weit, das Verhalten der Menschen im Bereich der

⁶ Weber, Adolf: Allgemeine Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung. 6. Aufl., Berlin 1953, S. 237.

⁷ Vgl. v. Reichenau, Charlotte: Konsum und volkswirtschaftliche Theorie, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Bd. 159, Heft 2, Jena (Februar) 1944, S. 86.

⁸ Vgl. v. Zwiedineck-Südenhorst, Otto: Der Begriff homo oeconomicus und sein Lehrwert, in: Jb. f. NÖ. u. Stat., Bd. 140, Jena 1934, S. 516.

⁹ Vgl. hierzu u. a. Schmölders, Günter: Ökonomische Verhaltensforschung, in: ORDO Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, 5. Band, Düsseldorf und München 1953, S. 206 f.