

I.M. Lo'pez  
Kompulsives Kaufverhalten

Einleitung

Problem und Zielvorstellung

Kompulsives Kaufverhalten, auch Oniomanie (1991, S. 284) genannt, findet seinen Ursprung im Griechischen und bedeutet Kauftrieb. Es ist die krankhafte Neigung, maßlose Einkäufe zu tätigen.

Erste Studien zur Erforschung des Phänomens „kompulsives Kaufverhalten“ bzw. „Kaufsucht“ begannen in den 80er Jahren in den USA und Kanada. In Deutschland fand sich die Hohenheimer Forschungsgruppe, bestehend aus Gerhard Scherhorn, Lucia a. Reisch und Gerhard Raab, zusammen, die im Januar 1989 mit den Untersuchungen zur ersten europäischen Studie zum Thema „Kaufsucht“ (Scherhorn, Reisch & Raab, 1996, S.1) begann. Die Studie lenkte nun auch in Europa das Interesse auf diese Thematik, was in England, Österreich, Spanien, Schweiz und Frankreich zu weiteren Studien zum kompulsiven Kaufverhalten führte (Neuner & Reisch, 2002, S. 40).

Die Ergebnisse der Hohenheimer Kaufsuchtstudie wurden 1991 vorgelegt. Die Datenbasis der Ergebnisse stellt dabei die bisher weltweit größte Studie dar (a.a.O).

Im selben Jahr veröffentlichte Elmar Lange die Ergebnisse seiner Studie „Jugendkonsum“, die ausschließlich das Konsumverhalten von Jugendlichen problematisiert. Hierbei geht er u.a. auch auf das kompulsive Kaufverhalten bei Jugendlichen ein (Lange, 1997, S.13). Zehn Jahre nach der ersten Hohenheimer Studie, im Jahre 2001, entschließt sich die Forschungsgruppe für eine Wiederholung ihrer Forschungsarbeit, um eventuelle Tendenzen der Kaufsucht im gesellschaftlichen Wandel herausstellen zu können (Neuner & Reisch, 2002, S.40).

In unserer Gesellschaft verzeichnet sich ein signifikanter Wandel der Konsumwerte in Hinblick auf Genuss-(Hedonismus-) und Luxuskonsum (Trommsdorff, 1998, S.181).

Aufgrund dessen ist zu vermuten, dass immer mehr Verbraucher nicht nur verstärkt demonstrativ Luxusgüter konsumieren, sondern auch nur ganz einfache Produkte kaufen, um damit Defizite kompensieren zu können. Aus dem kompensatorischen Konsum kann sich unter bestimmten Bedingungen somit eine weitere Konsumform bilden: der kompulsive Konsum.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, gerade dieses, eher als jüngeren Forschungsgegenstand zu betrachtendes Phänomen des kompulsiven Kaufhausverhaltens bzw. Kaufsucht, zu thematisieren. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei vor allem auf das Ausmaß des kompulsiven Kaufverhaltens in Deutschland, wobei die Grundlagen der Darstellung die Studien von Gerhard et al.(1991), Lange (1991) und Neuner & Reisch bilden. Es soll insbesondere auf die Ursachen von Kaufsucht sowie auf die Folgen, die sich aus dieser zwanghaften Sucht ergeben können, eingegangen werden. Des weiteren soll der Einfluss demographischer Merkmale erläutert werden. Hier ist vor allem der Frage nachzugehen, ob bestimmte demographische Merkmale verstärkt zum kompulsiven Kaufverhalten führen können. Außerdem soll festgestellt werden, wie Kaufsucht gemessen und nicht zuletzt, auch behoben werden kann.

Um einen umfassenden Überblick über die Struktur der Arbeit zu erhalten, wird im folgenden auf den Aufbau der Arbeit eingegangen.

#### Aufbau und Inhalt der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in 4 Teile. Im anschließenden zweiten Teil (2. Kapitel) werden die grundlegenden Begriffe der Arbeit erläutert. Hier wird zunächst auf den Begriff Sucht näher eingegangen, wobei zwischen einer stoffgebundenen und stoffungebundenen Sucht differenziert wird. Es folgt eine kurze Einführung in das Kaufverhalten mit den Begriffserläuterungen von Bedürfnis und Bedarf, der Inhalt des Kaufverhaltens, die Typologien des Entscheidungsverhaltens sowie die ökonomischen Einflussfaktoren der Anbieter auf das Konsumentenverhalten.

In Kapitel drei wird zunächst das kompulsive Kaufverhalten bzw. die Kaufsucht definiert, wobei einleitend der kompensatorische Konsum erklärt wird. Anschließend werden einige Methoden zur Feststellung der Kaufsucht aufgeführt. Auf der Basis unterschiedlicher demographischer Merkmale, Geschlecht, Bildungsniveau, Einkommen und Alter, wird das Ausmaß der Kaufsuchttendenz in Deutschland dargestellt. Hier soll zwischen alten und neuen Bundesländern unterschieden werden. Im folgenden werden dann die Ursachen von kompulsivem Kaufverhalten dargelegt, wobei die Betrachtung nicht nur in Hinblick auf familiäre Unterschiede, sondern auch im gesamtgesellschaftlichen Bezug stattfindet. Insbesondere werden hier auf die Faktoren Geldsymbolik Werbung und Internet eingegangen. Die sich aus der Suchttendenz entwickelten, gesamt-wirtschaftlichen sowie psychischen Folgen werden anschließend betrachtet. Außerdem werden einige mögliche Auswege aus den negativen finanziellen Folgen dargestellt. Abschließend werden einige Methoden zur Heilung des kompulsiven Kaufverhaltens dargestellt.

Das vierte Kapitel schließt die Arbeit mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf.