

Birgit Peuker

Das eklektische Verbraucherverhalten – einen Verbrauchertypus neu denken?

Eklektische Verbraucher/-innen greifen auf bestehende Elemente von verschiedenen Verhaltenskonzepten zurück und passen sie ihrer momentanen Lebensführung an. Dabei verfolgen sie das persönliche Ziel einer optimalen Ernährung zur eigenen Lebensform nach eigenen Wertmaßstäben. Nimmt die Verbraucherbildung und -forschung diesen Verbrauchertypus an, hat dieses grundlegende Auswirkungen auf Theorie und Praxis.

Schlüsselwörter: Verbraucherverhalten, Konsumentenforschung, Verbrauchertypen, Multi-option, Eklektik

1 Erkenntnisinteresse und Ausgangslage

„Nie war der Kunde so unberechenbar!“ und „Morgens ALDI – abends ARMANI!“ sind zwei Aussagen aus dem „manager magazin online“, die gemeinsam mit der Feststellung, der Consumers' Choice-Studie: „Verbraucher essen paradox zwischen Genuss und Inszenierung“ (Consumers' Choice, 2013, S. 81) jede Wissenschaftlerin aufhorchen lassen. Kann die Wirtschaft ihre Kunden in ihrem Verhalten nicht mehr einschätzen? Ursprünglich sagt die Haushaltswissenschaft aus, dass der Haushalt mit seinen Entscheidungen solange eine Black Box ist, bis das Bedürfnis als Bedarf auf dem Markt als Nachfrage konkretisiert wird (vgl. Wiswede, 1973, S. 104). Spätestens durch Verbraucherbildung und Warenkorbanalyse sollte ein Konsument beschreibbar werden – oder nicht mehr? Die Multioptionsgesellschaft, die sich mit dem Überfluss von Produkten und Dienstleistungen und einem flexiblen Verbraucher/einer flexiblen Verbraucherin beschreiben lässt, ist in aller Munde. Wie kommt der Verbraucher/die Verbraucherin damit zurecht? Neben einem steigenden Bewusstsein für Gesundheit und Ernährung und der stärkeren Bildung eines persönlichen Ernährungsstils als Teil des Lebensstils, bleibt gleichzeitig die anhaltende Zunahme ernährungs(mit-)bedingter Krankheiten trotz der bestehenden und ständig wachsenden Vielfalt an Ernährungskonzepten, Informations- und Bildungsangeboten.

Orientierungsschwierigkeiten sind auszumachen an einem wachsenden Markt an sich widersprechenden Ernährungsratgebern und themenbezogenen Kochbüchern, wie die 1000 aktuellen Präsentationen diesbezüglicher Veröffentlichungen auf der Frankfurter Buchmesse im September 2015 zeigen. Ebenso wenig Orientierung bie-