



UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN

Universitätsbibliothek Paderborn

Hausmitteilung

Universität Paderborn

Paderborn, 1.1984 - 3.1986 = Nr. 1-20

Der Konsument und die Einkaufsprozesse - ein Kolloquium

urn:nbn:de:hbz:466:1-8630

Die Konsumenten standen im Mittelpunkt des Interesses

"Wir versuchen den Händlern zu zeigen, wie Einkaufsprozesse gestaltet werden können. Und auf der anderen Seite versuchen wir, den Verbrauchern Kriterien an die Hand zu geben, bessere Einkaufsentscheidungen zu fällen, denn Einkaufen kostet ja nicht nur Zeit, sondern auch Geld." Mit diesen Worten umriß Prof. Dr. Peter Weinberg, Wirtschaftswissenschaftler an der Uni-GH, in einem Interview mit dem Westdeutschen Rundfunk den Aufgabenbereich der Konsumentenforschung. Anlaß des Interviews, an dem auch die Professoren Böcker von der Universität Regensburg und Werner Kroeber-Riel von der Uni Saarbrücken teilnahmen: auf Einladung von Weinberg trafen sich Wissenschaftler aus der Bundesrepublik und Österreich Ende September zu einem Verhaltenswissenschaftlichen Kolloquium an der Paderborner Hochschule. Dieses dritte Kolloquium der Kommission Marketing im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft sei veranstaltet worden, um den Gedankenaustausch zu den aktuellen Forschungstrends auf dem Gebiet des Konsumentenverhaltens zu fördern, so Dipl.-Kfm. Franz Josef Konert vom Fachbereich 5.

Wie kommen Konsumentenentscheidungen zustande, wie werden Konsumenten emotional beeinflusst, solche Fragen gilt es für die Forscher zu beantworten. Es gebe eine Reihe von Empfeh-

lungen, so ein Tagungsteilnehmer, die man den Werbetreibenden machen könne, und dann aber auch "auf der gleichen Wellenlänge" Empfehlungen für die Verbraucherverbände, etwa wie sie die Verbraucher vor den Verführungen der Werbetreiber bewahren könnten. Weinberg: "In der Marktwirtschaft muß man als Wissenschaftler auf beiden Seiten stehen." Nach dem Willen der Kolloquiums-Teilnehmer sollen die wissenschaftlichen Erkenntnisse stärker in die Praxis transferiert werden.

Vorgestellt und erörtert wurden u.a. "Verbraucherinformationen für Jugendliche über Btx", "Nonverbale Meßmethoden der Konsumentenforschung", "Individueller Einfluß bei Mehrpersonenentscheidungen", "Konsumentenbeurteilungen von Werbetbotschaften".

Über die "Gedanken zum Farbverhalten von Konsumenten", wollte Werner Höcker vom WDR Näheres erfahren: "Hat die Farbe eigentlich Einfluß auf den Kauf? Welche Farbe ist denn eigentlich die verkaufsförderndeste?" In der Farbpsychologie unterscheidet man, bekamen die WDR-Hörer erläutert, zwei Farbtypen, nämlich Farben, die an- bzw. erregen, etwa Rot, Orange oder Gelb, und Farben, die lustbetont seien, zum Beispiel Grün und Blau. Verkaufsfördernd sei letztlich, daß Elemente beider Farbtypen zusammenwirken und somit einen Aus-

gleich schaffen von Lust und Erregung. Grundsätzlich habe Farbe Einfluß darauf, wie sich jemand in seiner Umwelt verhält. Graue Betonmauern regten Aggressionen an. "Kurzum: die neuen wissenschaftlichen Entdeckungen, die sich mit der Wirkung der Farbe beschäftigen, ob sich jemand von einer Umgebung angezogen oder abgestoßen fühlt, leisten einen wesentlichen Beitrag für eine umweltfreundliche Politik."

150 Musikwissenschaftler

aus allen Teilen der BRD

trafen sich in Detmold

Das Musikwissenschaftliche Seminar Detmold/Paderborn, eine gemeinsame Einrichtung der Universität-Gesamthochschule Paderborn und der Staatlichen Hochschule für Musik Westfalen Lippe, war Ausrichter der Jahrestagung der Gesellschaft für Musikforschung, die vom 10. - 13. Oktober 1984 in der Nordwestdeutschen Musikakademie Detmold stattfand. Im Rahmen der Tagung, zu der rund 150 Musikwissenschaftler aus allen Teilen der Bundesrepublik und zahlreiche ausländische Gäste geladen waren, fanden drei wissenschaftliche Kolloquien statt, in denen Fragen der Musiktheorie, der musikalischen Völkerkunde und der Interpretation von Musikwerken im Mittelpunkt standen. Abendliche Konzerte in der Musikhochschule sowie eine Ausstellung von Musikmanuskripten der Lippischen Landesbibliothek ergänzten das Tagungsprogramm.