

02.06.2023

Wissenschaftlicher Blick auf Konsumlust und Konsumfrust

Das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW veröffentlicht das „Jahrbuch Konsum & Verbraucherwissenschaften“

- Beiträge über die Psychologie und Ethik von Kauf und Konsum
- Forschungsergebnisse des KfV NRW Verbraucherakkulturation und Datenschutz
- Einladung an Forscher:innen aller Fachrichtungen, für künftige Jahrgänge Artikel einzureichen

Werbung suggeriert einen Lustgewinn durch das Kaufen. Jedes Produkt soll das Leben schöner oder zumindest besser machen. Doch macht das Kaufen tatsächlich zufrieden? Oder führt es, nachdem der Reiz des Neuen verfliegen ist, zu Frust, Freudlosigkeit oder Langeweile, die durch ein neues Objekt überwunden werden soll? Kann Konsum zu schlechtem Gewissen führen oder eine nachhaltige Lebensweise zu Überforderung? Diese und andere Fragen nach psychologischen, soziologischen und ethischen Aspekten von Kauf und Konsum stehen im Mittelpunkt des „Jahrbuchs Konsum & Verbraucherwissenschaften“ 2022.

Die Lust am Konsum scheint in der gegenwärtigen Krisensituation nicht auf der Agenda zu stehen und doch kommt der Fähigkeit, ein gutes Leben zu führen, auch und gerade in Zeiten der Krise Bedeutung zu. Dies zeigte sich schon während der Covid-19-Pandemie, unter der das KfV NRW 2021 eine Online-Vortragsreihe organisierte, deren Beiträge nun als E-Book erschienen sind.

Zufrieden leben durch Konsum?

Die Autor:innen widmen sich im ersten Teil des „Jahrbuchs Konsum & Verbraucherwissenschaften“ zentralen Fragen: Was macht ein gutes Leben aus? In welcher Form kann Konsum dazu beitragen? Bisher wurde den Verbraucher:innen beispielsweise durch die Werbung suggeriert, dass Kaufen einen Lustgewinn mit sich bringe. Jedes Produkt würde das Leben schöner oder zumindest besser machen, so das Versprechen. Doch macht das Kaufen tatsächlich zufrieden?

Die Autor:innen des „Jahrbuchs Konsum & Verbraucherwissenschaften“ hegen hier deutliche Zweifel, wenn sie u. a. das Frustrationspotenzial im Online-Shopping, den „Technostress“ durch soziale Medien oder den Konsumekel in das Zentrum ihrer Analysen stellen.

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen e.V.

Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 38 09-101

Fax (0211) 38 09-216

presse@verbraucherzentrale.nrw

www.verbraucherzentrale.nrw

Diskutiert werden zudem Fragen des Wohlbefindens durch Konsumverzicht und der vermeintlich gesellschaftliche Druck zu nachhaltigem Konsum.

Aktuelle Forschungsergebnisse

Der zweite Teil bietet Forschungsergebnisse zur digitalen Verbraucherakulturation und zum Datenschutz. In einem Artikel werden die Zugänge zu und die Regeln des digitalen und digitalisierten Konsumalltags thematisiert. In einem anderen Forschungsprojekt wurde der Umgang der Verbraucher:innen mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) untersucht. Zwar wird diese von Verbraucher:innen verhalten positiv bewertet, doch zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten keinen Gebrauch von ihren Rechten macht.

Artikel willkommen

Für die zukünftigen Jahrgänge sind Forscher:innen aller Fachrichtungen eingeladen, Beiträge an verbraucherforschung@verbraucherzentrale.nrw einzureichen.

Herausgeber

- ❖ Dr. Christian Bala ist Leiter der Stabsstelle Verbraucherforschung der Verbraucherzentrale NRW und der Geschäftsstelle des KVF NRW.
- ❖ Wolfgang Schuldzinski ist Rechtsanwalt und Vorstand der Verbraucherzentrale NRW.

Publikation

- ❖ Bala, Christian und Wolfgang Schuldzinski, Hrsg. 2022. *Jahrbuch Konsum & Verbraucherwissenschaften. 2. Jahrgang 2022: Konsumlust und Konsumfrust. Psychologische, soziologische und ethische Aspekte des Konsums*. Düsseldorf: Verbraucherzentrale.
www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuch-konsum-und-verbraucherwissenschaften-2022-83007.

Bezugsmöglichkeiten

- ❖ Kostenfrei als E-Book über den Online-Shop der Verbraucherzentrale www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/verbraucherforschung.

Für weitere Informationen

Pressestelle Verbraucherzentrale NRW

Tel. (0211) 38 09-101

presse@verbraucherzentrale.nrw