

Helmut Gröber: Lesen als Bedürfnis. Eine absatzwirtschaftliche Untersuchung der hinter dem Lesen stehenden Bedürfnisstrukturen.- Wiesbaden: Harrassowitz 1986, III S., DM 42,-

Wer als Verleger verlässliche Prognosen des Bedarfs für seine Produkte sucht, wird von Gröbers Untersuchung enttäuscht. Dennoch ist diesem ein nicht zu unterschätzendes wissenschaftliches Verdienst zu attestieren, das nicht nur aus der geleisteten sauberen Begriffsklärung besteht. Wer nämlich weiß, wie wenig wir vom Lesen wissen, ist bereits dankbar, einen der Gründe für sein Nichtwissen aufgewiesen zu bekommen: "Bedürfnisse (...) sind empirisch nicht erfassbar", weil sie größtenteils dem Befragten nicht bewußt sind. Zudem können andere Befragte oft die ihnen bewußten Bedürfnisse nicht artikulieren.

Einzuwenden ist, daß sich die bewußten und (etwa auch mit Hilfe des Interviewers) artikulierten Bedürfnisse immerhin summieren ließen, die

sich, sofern Kaufkraft gegeben ist, zum Bedarf wandeln, der Nachfrage bewirkt. Hinreichend vorsichtig operierende Marktforschung könnte also doch für den einzelnen Titel (womöglich gar im Vergleich zu den Produkten anderer Medien) brauchbare Ergebnisse zeitigen, indem sie sozusagen Mindestprognosen liefert, die das Verlegerrisiko begrenzen. Nach Daniel J. Boorstin ('Books in our Future', Washington, D.C.: Joint Committee on the Library of Congress 1984) geschieht das bereits. Nur in Amerika?

Heinz Steinberg