

Matthias Ernst: Die Nutzung von Bildschirmtext-Informationen für Konsumgüter-Kaufentscheidungen.- Würzburg, Wien: Physica 1985 (Konsum und Verhalten, Bd. 7), 264 S., DM 68,-

Durch den Fortschritt im Bereich der Mikroelektronik gibt es seit Mitte der siebziger Jahre auf dem Mediensektor ständig neue Entwicklungen. Die Verwendungsmöglichkeiten der neuen Techniken müssen sehr unterschiedlich beurteilt werden. Für den Konsumenten wird in näherer Zukunft wahrscheinlich der Bildschirmtext (BTX) die größte Bedeutung erlangen.

Von daher ist es verständlich, daß Matthias Ernst seine Untersuchung auf dieses Medium konzentriert. Während es bereits eine umfassende Untersuchung über die Auswirkungen von BTX auf das gesamte künftige Informationsverhalten der Konsumenten gibt, konzentriert sich der Autor auch hier auf einen Teilbereich. Er beschäftigt sich mit dem Verhalten der Konsumenten bei der BTX-Nutzung selbst.

Im 1. Kapitel setzt sich Ernst zunächst systematisch mit den 'Neuen Medien' auseinander. Er verzichtet auf Ausführungen zu den technischen Details, stattdessen stellt er die Grundzüge der Technik vor und diskutiert die Anwendungsmöglichkeiten. Ausführliche Berücksichtigung findet das Medium BTX. Im Mittelpunkt stehen kritische Ausführungen zu den von Juni 1980 bis September 1983 in Berlin und Düsseldorf/Neuss durchgeführten Feldversuchen. Der Leser erhält präzise Informationen über das technische System der Feldversuche, die Gesamtanlage der Untersuchung sowie vor allem eine kritische Beurteilung der Versuchsergebnisse. Da die bundesweite Einführung des BTX-Systems einige Änderungen gegenüber den Feldversuchen beinhaltete, werden auch sie dargestellt, so daß der Leser über den aktuellen Stand der BTX-Technik und Gebührenregelung informiert ist. Abgeschlossen wird das erste Kapitel mit einem Überblick über wichtige Entwicklungen in anderen Ländern. Das zweite Kapitel enthält die Analyse des Einflusses von BTX auf das Konsumentenverhalten. Matthias Ernst beschränkt sich bei seinen Überlegungen auf extensive Kaufentscheidungen, wobei er das Schwergewicht auf die kognitiven Aspekte der Informationssuche, -wahrnehmung, -bewertung, -integration sowie auf die Analyse der Entscheidungsbildung legt. Zunächst stellt er die theoretischen Überlegungen vor. Diese werden im wesentlichen auf die Bereiche beschränkt, die durch eine empirische Untersuchung (von ihm durchgeführt von November 1982 bis Februar 1983 an der TU Berlin an 65 Versuchspersonen als Laborversuch) einer Überprüfung zugänglich sind. Ernst kommt zu der Erkenntnis, daß ein grundlegender Wandel des Konsumentenverhaltens nur langfristig stattfinden kann. "Durch die Einführung von BTX sind plötzliche Veränderungen nicht zu erwarten." (S. 181) Im zweiten Abschnitt dieses Kapitels beschäftigt sich der Autor mit den Auswirkungen der Versuchsergebnisse auf den Konsumgütermarkt und die Verbraucherorganisationen. Neben der Gestaltung von BTX-Informationsangeboten werden Fragen der Medienkonkurrenz und die Arbeit der Verbraucherorganisationen ausführlich diskutiert. Im Schlußkapitel faßt er die Ergebnisse prägnant zusammen.

Der interessierte Leser erhält einen systematischen Einblick in das Verhalten der Konsumenten während der BTX-Nutzung selbst.

Ingeborg Gabriele Weuthen