

Meyer-Haastert, Matthias

Article — Digitized Version

Nochmals: Beschaffungsmarktforschung

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Meyer-Haastert, Matthias (1964) : Nochmals: Beschaffungsmarktforschung, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 44, Iss. 2, pp. XII-

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/141779>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Nochmals: Beschaffungsmarktforschung

Matthias Meyer-Haastert, Bochum

Es grenzt an Fahrlässigkeit, wollte man der von Disch¹⁾ geschaffenen Begriffsverbindung „Markt- und Beschaffungsforschung“ Bestand verleihen. Diese Zusammenstellung des Begriffes „Marktforschung“ mit einem ihm subordinierten Begriff ist nicht nur, wie Todtenhaupt²⁾ sich ausdrückt, „nicht gerade glücklich zu nennen“, sondern verfehlt weitgehend Dischs Ziel: einen sachgerechten Ausdruck zu finden. Ebenso handelt es sich um eine sach- und sprachlogisch unsaubere Wortverbindung.³⁾ Merk⁴⁾ spricht, um solche Verwirrungen der Begriffe von Anfang an zu unterbinden, von Beschaffungsmarktforschung als Teil der Marktforschung und unterstützt so Elsings Ausführungen, die dahin gehen, „allenfalls von Marktforschung, insbesondere Beschaffungsforschung“⁵⁾ zu sprechen. Als schätzenswert ist der Versuch Todtenhaupts zu werten, wenn er Dischs Versäumnis, sich an die Regeln der Sprach- und Sachlogik zu halten, durch die Einführung des Begriffes „Einkaufsforschung“⁶⁾ an Stelle von „Be-

schaffungsforschung“ zu verbessern sucht. Abhilfe wird aber auch durch die von Todtenhaupt eingeführten Begriffe nicht geschaffen, was im Interesse der Marktforschung dringend erforderlich wäre. Um so höher muß daher Elsings Bemühen gerechnet werden, denn er verstößt nicht gegen das Fundamentalprinzip der Logik, sondern merzt falsche Begriffskoppelung zugunsten einer klaren Definition aus, so daß Todtenhaupts Kritik an der „Vehemenz, die Elsing über das Ziel hinausschießen läßt“, unberechtigt ist.

Wer wäre so vermessen, einem Subjektsbegriff, wie der Begriff „Marktforschung“ ihn darstellt, einen subordinierten, wie „Beschaffungsforschung“, als gleichrangig beizustellen?

Dies käme dem Vergehen eines Philosophen gleich, der ein Urteil „a posteriori“, wobei „a posteriori“ Beschaffungsforschung entspräche, mit einem solchen „a priori“ („a priori“ = Marktforschung [an sich]) verquickt, und der damit eine Begriffsverwirrung sondergleichen herbeiführen würde.

Eine saubere Sprache, wie Elsing im Anschluß an Merk sie anstrebt, ist auf jedem wissenschaftlichen Gebiet, also auch auf dem der Marktforschungslehre, unerlässlich.

1) W. K. A. Disch: „Markt- und Beschaffungsforschung“, in: Wirtschaftsdienst, Heft 9, 1962, S. V.

2) Vgl. M. Todtenhaupt: „Beschaffungsmarktforschung“, in: Wirtschaftsdienst, Heft 6, 1963, S. IX.

3) Siehe dazu P. Elsing: „Markt- und Beschaffungsforschung?“, in: Wirtschaftsdienst, Heft 1, 1963, S. IX.

4) G. Merk: „Wissenschaftliche Marktforschung“, Berlin 1962, S. 38.

5) P. Elsing: „Markt- und Beschaffungsforschung?“, in: Wirtschaftsdienst, Heft 1, 1963, S. IX.

6) M. Todtenhaupt: „Beschaffungsmarktforschung“, in: Wirtschaftsdienst, Heft 6, 1963, S. IX.