

Vision und Dynamik:

Ein Rückblick auf den wirtschaftswissenschaftlichen Pionier Wilhelm Vershofen zu seinem 125. Geburtstag

Dr. Björn Sven Ivens, Lehrstuhl für Marketing,
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg



Büste Vershofens am Eingang zum *Auditorium maximum* der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (geschaffen von Bildhauer Luis Rauschhuber, enthüllt am 13. Juli 1958), Entnommen aus *Meridies* (1959)

Abstract

- *Im Jahr 2003 hätte der deutsche Wirtschaftswissenschaftler Wilhelm Vershofen seinen 125. Geburtstag gefeiert. Füllte er vor und während seiner Professorentätigkeit verschiedenste Rollen aus, so wird sein Name doch zuvorderst mit der Gründerzeit absatzwirtschaftlicher Forschung verbunden. Dieser Beitrag verfolgt zwei hauptsächliche Ziele. In einem ersten Schritt soll, um die Vielfältigkeit seines Schaffens zu dokumentieren, der Lebensweg des komplexen Phänomens Vershofen in Erinnerung gerufen werden. Anschließend wird der Fokus auf seine philosophischen und betriebswirtschaftlichen Arbeiten gerichtet. Dabei interessieren insbesondere die von Vershofen bearbeiteten Themenfelder, die im Rahmen der Forschung angewandten Methoden und die gewonnenen Erkenntnisse.*

1. Einleitung

Hat die Betriebswirtschaftlehre inhaltlich eine Tradition, die weit vor das 20. Jahrhundert zurückreicht, so findet sie ihre wissenschaftliche Institutionalisierung in Deutschland doch erst mit der zwischen 1898 und 1919 vollzogenen Einrichtung sogenannter Handelshochschulen (vgl. *Schneider* 1997, S.495). Während dieser Zeitraum als Aufbauphase der BWL angesehen werden kann, so beginnt deren systematische Entwicklung in der Zeit der Weimarer Republik zwischen 1919 und 1933 (vgl. *Klein-Blenkers / Reiß* 1993, Sp.1421ff.).

Zweifellos läßt sich der Personenkreis, der diesen auch als Konsolidierungsphase der deutschen BWL (vgl. *Homburg* 1998, S.387) bezeichneten Zeitraum prägte, nicht auf einige wenige Namen reduzieren. Zu zahlreich waren dazu die weit über die zehn Handelshochschulen (in der Reihenfolge ihrer Errichtung: Leipzig, Köln, Frankfurt, Aachen, Berlin, Mannheim, St. Gallen, München, Königsberg, Nürnberg) hinaus tätigen Dozenten und Forscher. Doch haben bestimmte Personen Leistungen vollbracht, die bis in die heutige Zeit hinein wirken.

Eine der für die Betriebswirtschaftslehre allgemein – und für die Absatzforschung im speziellen – prägenden Wissenschaftlerpersönlichkeiten ist Wilhelm Vershofen. Er lehrte von 1921 bis 1953 an der Handelshochschule Nürnberg¹. Dort führte er das von ihm bereits 1919 ins Leben gerufene Institut für Wirtschaftsbeobachtung der Deutschen Fertigware und begründete am 2. August 1934 die GfK - Gesellschaft für Konsumforschung. Letztere besteht bis heute fort und ist hinsichtlich Umsatz und Mitarbeiterzahl das größte deutsche Marktforschungsinstitut.

Der 125. Geburtstag dieses vielschichtigen und außergewöhnlichen Mannes ist der direkte Anlass, sich mit seinem Werk auseinanderzusetzen. Darüber hinaus bietet sich eine solche Betrachtung aber auch deshalb an, weil Vershofen - ebenso wie andere Pioniere der BWL - heute kaum noch Beachtung findet. Wenn überhaupt, so erfolgt in Lehrbüchern der Verweis auf die von ihm entwickelte „Nürnberger Nutzenleiter“. Diese stellt jedoch nur einen kleinen Ausschnitt aus seinen umfangreichen Arbeiten dar. Dieser Beitrag will daher erstens das umfassende Leben und Werk Vershofens in Erinnerung rufen und zweitens die Themenfelder der wirtschaftswissenschaftlichen Schriften Vershofens darlegen. Er stützt sich zum einen auf veröffentlichte Literatur: Die zahlreichen Schriften Vershofens bilden hier die eine Säule, doch liefern auch die ungewöhnlich zahlreichen Festschriften und Erinnerungsbände, die Vershofen von unterschiedlichen Personengruppen gewidmet wurden, eine reiche Quelle. Zum anderen wurde auf Archive zurückgegriffen. Neben dem Stadtarchiv Nürnberg sowie dem Bayerischen Staatsarchiv in Nürnberg ist hier v.a. der noch unbearbeitete Nachlass Vershofens, der im Archiv der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg verwahrt wird, zu nennen.²

2. Vershofen als komplexes Phänomen

2.1 Grundzüge des Lebensweges

Es empfiehlt sich zu vermeiden, Vershofen als Betriebswirt oder gar Absatzwirtschaftler zu bezeichnen. Seiner komplexen Persönlichkeit könnte dies nicht gerecht werden. Vielfältigkeit ist sicherlich eines seiner Markenzeichen. Diese Vielfältigkeit zieht sich wie ein roter Strang durch seinen Lebensweg. So entstammt er einer rheinischen Handwerkerfa-

¹ Die Nürnberger Freie und Handelshochschule wird am 15. Oktober 1919 eröffnet. Ab 1929 trägt sie zunächst den Namen Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 1933 erfolgt die Widmung als Hindenburg-Hochschule. Der Neuaufbau ab 1945 beginnt erneut unter dem Namen Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. 1961 erfolgt die Fusion mit der Universität Erlangen. Die frühere Handelshochschule wird zur 6. Fakultät (Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät) der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, vgl. Bergler 1963.

² Er umfasst 15 ungeordnete Umzugskartons mit persönlichen und dienstlichen Akten, Dokumenten, Zeitungsartikeln, Korrespondenz, Rohmanuskripten u.ä.

milie, sah seine berufliche Heimat lange Zeit in Nürnberg, verbrachte aber die vorleistungsfreie Zeit größtenteils in Westfalen und beschloss sein Leben in den Allgäuer Alpen.

Neben seiner Professorentätigkeit wirkte er als Direktor eines Wirtschaftsverbandes, als Mitglied der verfassungsgebenden Versammlung der Weimarer Republik und anschließend als demokratischer Abgeordneter der Nationalversammlung, als wirtschaftspolitischer Regierungsberater (vgl. *Bergler* 1965a, S.13ff.), als Mitglied der Entnazifizierungsarbeit nach dem Zweiten Weltkrieg (*Nachlass Vershofen*, Ms. 2763) als Philosoph, als Literaturhistoriker, als Stadtplaner (vgl. *Meyer* 1965, S.151) und als Schriftsteller (vgl. *Linhardt* 1965, S.144). Sein dichterisches Werk umspannt 23 Bücher, das wissenschaftliche 27. Im Anhang der zu seinem 70. Geburtstag erschienenen Festschrift (*Bergler* und *Olesch* 1949, S.415-435) sind bereits mehr als 400 Arbeiten verzeichnet, die bis zu Vershofens Tode 1960 durch zahlreiche weitere Publikationen ergänzt wurden. Der Privatmann Vershofen trug eine Sammelleidenschaft für Möbel und Porzellan in sich, die er auch durch Beiträge in Fachzeitschriften dokumentierte (*Walter* 1963, S.7f.). Hinzu kommt eine umfangreiche Tätigkeit als Herausgeber wissenschaftlicher und kulturpolitischer Zeitschriften. Da sein Interesse für Mensch und Wirtschaft auch seine Tätigkeit außerhalb der Hochschule kennzeichnet, kann man zusammenfassend sicherlich die vernetzte Vielfalt seines Schaffens herausstellen.

Angesichts dieses komplexen Lebenswerks bietet sich eine einführende chronologische Betrachtung zur Ordnung der Sachverhalte an. Wilhelm Vershofen wird am 25. Dezember 1878 in Bonn geboren. Er besucht Volksschule und Realgymnasium in Bonn, Oberlahnstein und Wiesbaden. Während der schulischen Ausbildung besucht er in England das Deal College bei Dover und übt eine kaufmännische Tätigkeit in Köln aus. Trotz dieser ersten praktischen Erfahrung strebt er eine Hochschulausbildung an. Nach dem 1901 abgelegten Abitur studiert er an den Universitäten Bonn, München und Jena Germanistik, Anglistik, Philosophie, Kunstgeschichte, Rechtswissenschaft sowie Volkswirtschaft. Er schließt die universitäre Ausbildung mit der Promotion zum Dr. phil. (1905) und der *pro facultate docendi* (1906) in Bonn ab (vgl. *Ditterich* 1939, S.7f.)³. 1907 heiratet er Maria Elisabeth (genannt Gustava) Winckler.⁴

³ 1905 hielt sich Vershofen erneut für mehrere Wochen in England auf, vgl. *Nachlass Vershofen*, Ms. 2763.

⁴ Die Ehe blieb kinderlos. Frau Vershofen stirbt drei Jahre vor ihrem Mann am 31. Dezember 1957, vgl. *Akten des Stadtrats Nürnberg, Personalakte C18/II PAn 7248*.

Nimmt Vershofen von 1906 bis 1916 zunächst eine Stelle als Lehrer an einer Oberrealschule in Jena an, so trägt er doch bereits das Interesse an wirtschaftlichen Vorgängen in sich. Er kommt als Syndikus der Industrie- und Handelskammer Sonneberg ab 1916 mit Fragen der Wirtschaft in Berührung. Ab 1917 betätigt er sich in der Führung von Wirtschaftsverbänden. So organisiert Vershofen zunächst die thüringische Spielwaren- und Christbaumschmuck-Industrie und entschließt sich 1919, die Leitung der Interessensgemeinschaft der deutschen Porzellanindustrie in Bamberg zu übernehmen. Zu diesem Zeitpunkt steht er bereits in Kontakt mit Max Weber und Theodor Heuss, vermutlich auch mit Werner Sombart und Ferdinand Tönnies. Max Weber bescheinigt ihm, er sei auf einem Lehrstuhl besser aufgehoben als in der Wirtschaftspraxis (Bergler 1958a, S.4).



Vershofen.

Wilhelm Vershofen,
entnommen aus o. Hrsg. (1937)

1921 wird Vershofen zunächst als nebenamtlicher Dozent nach Nürnberg berufen. Für den von ihm geleiteten Wirtschaftsverband hat er zu diesem Zeitpunkt bereits das Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware gegründet und somit den ersten Schritt in Richtung einer Institutionalisierung der Marktforschung unternommen. Erstaunlicherweise handelt es sich bei dem von ihm besetzten Lehrstuhl, auf den er 1923 als ordentlicher Professor berufen wird, nicht etwa um einen betriebs-, sondern um einen wirtschaftswissenschaftlichen. Doch berichtet sein Schüler *Hanns Linhardt*: „Vershofen (...) behandelte die Dinge nicht viel anders als ein Betriebswirt“ (1965, S.144f.). Die erste Hälfte der 1920er-Jahre hat Scharnierfunktion in Vershofens Lebenslauf. Sie umfasst den Übergang an die Hochschule. Die dortige Instituts- und Forschungsarbeit sollte den Rest seines Lebens entscheidend bestimmen.

2.2 Instituts- und Forschungsarbeit

Das aus seiner praktischen Verbandstätigkeit resultierende Interesse Vershofens an der Beobachtung von Märkten vermochte er – im wahrsten Sinne des Wortes – im Rahmen seiner Tätigkeit an der Nürnberger Handelshochschule nach und nach zu institutionalisieren. 1923 überführte er das zunächst 1919 in Bamberg gegründete Institut für Wirt-

schaftsbeobachtung der deutschen Fertigware (IfW) nach Nürnberg, das 1925 als eines der fünf betriebswirtschaftlichen Institute in die Handelshochschule eingegliedert wurde. Hauptsächliche Forschungsbereiche waren Betriebskosten-, Vertriebskosten-, Absatz- und Verbrauchsforschung (*Bergler* 1963, S.195). Neben der Forschung befasste sich das IfW, dessen Vorstand und Geschäftsführer Vershofen war, mit der akademischen Ausbildung⁵ sowie der Realisierung von Studien für Unternehmen (*Hindenburg-Hochschule Nürnberg* 1935, S.6).

Insbesondere die Arbeit für externe Auftraggeber nahm über die Jahre beständig zu. Sie war im Rahmen des IfW nicht mehr zu leisten. Im Jahre 1934 wurde daher in Berlin die (jedoch von Beginn an und bis zum heutigen Tag in Nürnberg ansässige) Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gegründet. Die GfK, heute das größte Marktforschungsinstitut Deutschlands, verfolgte nunmehr die praktische Verbrauchsforschung, während das Institut für Wirtschaftsbeobachtung der Deutschen Fertigware sich auf wissenschaftliche Studien sowie auf die Auswertung von durch die GfK erhobenen Daten konzentrierte (vgl. *Bergler* 1960).

Mit der Gründung der GfK zeigt Vershofen auch seine unternehmerische Denkweise. Die Führung der Gesellschaft, die Erschließung des neuen Marktes für Marktforschungsleistungen sowie das Knüpfen von Kundenbeziehungen waren wesentliche Bestandteile seiner Arbeit. Gerade der Kontakt zur Wirtschaftspraxis wurde auch durch ein weiteres Aktivitätsfeld Vershofens immer wieder genährt: Im Rahmen des Instituts für Wirtschaftsbeobachtung wurden die Nürnberger „Absatzwirtschaftlichen Kurse des IfW“ durchgeführt, bei denen Praxis und Wissenschaft sich zum Gedankenaustausch auf Basis von Referaten trafen. „Vershofen (...) war der geistige Mittelpunkt. Er hat den Kursen seinen Stempel aufgedrückt. Trotz der zahlreichen Vorträge konnte es unter seiner Leitung zu ausgedehnten Diskussionen kommen. Seine Zusammenfassungen (...) wurden zu ihren Höhepunkten“ (*Bergler* 1960, S.48). Das IfW gab daneben ab 1929 unter der Herausgeberschaft Vershofens eine eigene Zeitschrift, „Der Markt der Fertigware“ (ab 1933 umbenannt in „Die Deutsche Fertigware“, ab 1939 in



Ursprüngliches Logo der GfK

⁵ Neben Vorlesungen und Übungen zu den Fächern Marktanalyse, Konjunkturbeobachtung, Betriebs- und Verbandsstatistik im Rahmen der Ausbildung zum Diplom-Kaufmann konnten Studenten auch eine einjährige Zusatzausbildung in praktischer Wirtschaftbeobachtung am IfW absolvieren. Der heute von der WISO-Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg angebotene und durch die GfK finanziell unterstützte Studienbereich Marktinformationsmanagement steht somit in guter Tradition.

„Markt und Verbrauch“; Anfang der 50er Jahre als „Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung“ von Vershofen wieder belebt), heraus, deren Anliegen es war, den Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis zu unterstützen.

Mit der Arbeit in Institut (IfW) und Gesellschaft (GfK) schaffte Vershofen das formelle Fundament für das Arbeitsfeld, mit dem sein Name wohl am engsten verbunden wird, die Markt- und Verbrauchsforschung. Dabei hebt er selber hervor: „Nun ist aber nichts abwegiger, als sich vorzustellen, im Nürnberger Arbeitskreis sei entdeckt worden, wie wenig auf diesem Gebiet bisher geleistet worden ist und dass es deshalb besonders lockend sein müsse, es nun endlich auszubauen. Die Anregungen sind (...) vielmehr ausschließlich aus der Praxis der privatwirtschaftlichen Absatzpolitik und auch aus der Praxis der Marktbeobachtung beim Institut selbst“ (*Vershofen 1939*, S.82) gekommen.

2.3 Politisches Engagement

Der Wissenschaftler Vershofen war auf allen Abschnitten seines Lebensweges auch ein zutiefst politischer Mensch. Noch während seines Studiums tritt er 1904 den Jungliberalen bei. Von 1907 bis 1918 ist er Mitglied der Fortschrittlichen Volkspartei. Von 1918 bis 1920 gehört er der Deutschen Demokratischen Partei an, für die er als Spitzenkandidat für Thüringen 1919 in die Verfassungsgebende Nationalversammlung gewählt wird. Dort befasst er sich v.a. mit Steuer- und Finanzpolitik. Doch ist er mit Arbeitsweise und Dynamik in seiner Partei und im Parlament unzufrieden. Da die zeitweise angedachte Gründung einer eigenen Partei mit gleich gesinnten Politikern mangels Mitteln und Zugang zur Presse scheitert (vgl. *Luppe 1977*, S.39), kommt er rasch zu der Überzeugung, außerhalb von Parlament und Partei mehr für Wirtschaft und Kultur leisten zu können. Daher nimmt er das Angebot von Wirtschaftsverbandsseite an, als Funktionär tätig zu werden. Doch bedeutet dies keinen Abschied vom politischen Leben und Denken. In seinen Schriften befasst er sich immer wieder mit der Organisation des Gemeinwesens sowie dem Verhältnis von Wirtschaft und Staat. Dabei glaubt er weder an den demokratischen Staat, wie er in den Weimarer Republik aufgebaut wurde, noch an andere bereits praktizierte Formen politischer Organisation. Insbesondere lag ihm an einer radikalen Trennung von Staat und Wirtschaft (vgl. *Rauch 1928*).

Politisch blieb sich Vershofen auch während der NS-Zeit treu (*Krieger 1965*, S.101ff.). Wie auch sein Mitarbeiter Ludwig Erhardt, trat Vershofen nie der NSDAP bei. Sein Rückzug aus der Lehre ab 1936 erfolgte aufgrund politischen Unwillens gegen die streng auf nationalsozialistischem Kurs geführte Hindenburg-Hochschule (vgl. *Bergler 1963*, S.133ff.). Gegenüber der Hochschulleitung begründet er diesen Schritt mit seinem angegriffenen Gesundheitszustand. Zugleich leitete er das Institut für Wirtschaftsbeobachtung

(bis 1942) und die seit 1939 in eigenen, vormals in jüdischem Besitz befindlichen Gebäuden⁶ untergebrachte GfK (bis zur Zerstörung der Büroräume und Akten 1945) dennoch weiter (vgl. *Bergler* 1963, S.199). Zeitzeugen berichten konsistent von seiner kritischen, auch Studenten gegenüber zur Schau getragenen Haltung zu dem neuen Regime (vgl. z.B. *Rogner* 1965, S.170f., *Winckler* 1965, S.29)⁷, die zeitweilig dazu führte, dass seine Vorlesungen von der nationalsozialistischen Studentenführung überwacht wurden (vgl. *Grünwald* 1963, S.15). In zumindest zwei umfangreicheren Schriften gibt er dieser Haltung auch erkennbar Ausdruck (*Vershofen* 1934a und *Vershofen* 1942a), indem er z.B. bestreitet, das deutsche Volk sei rein nordischer Rasse, und hinzufügt, in der Geschichte habe es große Völker unvermischten Blutes nicht gegeben. Andernorts kritisiert er (im Rahmen des Möglichen) das nationalsozialistische Lebensraum-Streben und argumentiert dass „der Lebensraum eines Volkes oder einer Wirtschaftsgemeinschaft nicht in erster Linie nach seiner Größe, als vielmehr nach seinem Besitz an natürlichen Monopolierten zu werten ist“ (*Vershofen* 1940a, S.3).

Die Arbeit der Gesellschaft für Konsumforschung sowie des Instituts für Wirtschaftsbeobachtung - und damit auch Vershofens - wurde von den Nationalsozialisten und regime-treuen Professoren der Handelshochschule kritisch beobachtet. So forderte 1936 der damalige Prorektor der Handelshochschule Rumpf den Rektor Ritter von Ebert auf, „die politisch missliebigen Personen des Vershofen-Instituts sozusagen gewaltsam zu entfernen“ (*Akten des Stadtrats Nürnberg, Akte C7/VII KR 4864*). Der Rektor agierte jedoch nicht, da er befürchtete, die Institute, die bereits seit mehreren Jahren größere Räume suchten, an andere Städte, von denen attraktive Angebote vorlagen, zu verlieren (vgl. *Fuchs* 1994, S.53). Andererseits wurden Korrespondenten der GfK wegen ihrer Befragungstätigkeit von der Gestapo festgehalten (vgl. *Bergler* 1960, S.126). Das Korrespondentennetz, mit dem Befragungen von bis zu 15.000 Personen möglich waren, musste Misstrauen erwecken, da es ein für die damalige Zeit ungemein leistungsfähiges und wohlorganisiertes Kommunikationsnetz darstellte, mit dem einerseits Meinungen aus der Bevölkerung eingeholt, andererseits aber auch an sie heran getragen werden konnten. Trotz des politischen Umschwungs der Nazizeit und insbesondere trotz des Krieges erfolgte jedoch eine Fortsetzung der Arbeit (vgl. *Bergler* 1960, S.183f.), was doch den

⁶ „Im Sommer 1939 bezog das unter Leitung Vershofens stehende ‚Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware‘ sowie die 1935 gegründete ‚Gesellschaft für Konsumforschung‘ neue Räume in der Badstraße und Flaschenhofstraße. Die drei Häuser waren in jüdischem Besitz gewesen. Nach der Prognomnacht am 9./10. November 1938 wurde die in Nürnberg schon zuvor erzwungene ‚Arisierung‘ forciert und jüdischen Deutschen ihr Eigentum zu Schleuderpreisen abgenommen.“ (*Fuchs* 1994, S.53)

⁷ Dennoch schwört Vershofen, wie alle anderen beamteten Lehrkräfte der Hindenburg-Hochschule am 31.10.1934: „Ich werde dem Führer des Deutschen Reiches und Volkes, Adolf Hitler, treu und gehorsam sein.“, vgl. *Akten des Stadtarchivs Nürnberg, Personalakte C18/II PAn 7248*.

Schluss nahe legt, Vershofen und seine Mitarbeiter hätten über nicht unwesentliche Kontakte zu einflussreichen Stellen verfügt, die ihnen den Rücken frei hielten.

Vershofen selber stellt nach dem Krieg häufiger seine Kontakte zur deutschen Widerstandsbewegungen heraus. In einem Schreiben an die Stadt Nürnberg vom 15. Dezember 1945 bezeichnet er sich als Mitglied des Goerdeler-Kreises. Er erwähnt auch, Carl Goerdeler habe ihn mit der Abfassung eines neuen Wirtschaftsprogramms für die Nachkriegszeit betraut (vgl. *Akten des Stadtarchivs Nürnberg, Personalakte C18/II Pan 7248*, vgl. hierzu ergänzend *Grünwald* 1963, S.17).⁸ Georg Bergler, langjähriger Mitarbeiter Vershofens bestätigt diesen Kontakt (1960, S.182): „Von den vielen Freunden, die uns immer wieder ihre Hilfe zur Verfügung stellten, sei hier Oberbürgermeister a.D. Dr. Carl Goerdeler genannt, der unsere Arbeit bis zuletzt mit seinem warmherzigen Interesse begleitete. (...) Bis zu seinem bewussten Opfergang standen wir mit diesem selten lauterem und selbstlosen Mann in Verbindung.“

Ab Herbst 1945 wirkte Vershofen in führender Stellung in der dortigen Spruchkammer an der sog. „Entnazifizierung“ im Bereich des Süd-Allgäus mit. Nur kurz war er in der Nachkriegszeit in der SPD engagiert. Bereits 1949 trat er wieder aus, ohne dass ihn dies an dem Halten enger Kontakte zu sozialdemokratischen Politikern gehindert hätte. Doch stand er ebenfalls in Kontakt mit der FDP (*Nachlass Vershofen, Ms. 2763*).

2.4 Ein einnehmender Charakter

Der Mensch Wilhelm Vershofen hatte, dies zeigen zahlreiche Zeugnisse seiner Schüler, eine starke Ausstrahlung und - darin gründend – hohe Anziehungskraft. So ist den vielen Fest- und Gedenkschriften, die Schüler, Kollegen und Freunde ihm widmeten (o. Hrsg. 1937, *Bergler und Erhard* 1939, *Bergler* 1949, *Bergler* 1958a, *Meridies* 1959, *Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V.* 1963, *Bergler* 1965b, *Linhart* 1975, *Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V.* 1979, *Hahn* 1979) eine aus heutiger Perspektive nur noch mittelbar nachfühlbare, aber wahrhaftige Begeisterung zu verspüren, wann immer von Vershofen die Rede ist. In sachlicheren Darstellungen werden seine umfassende Bildung, sein Rede-

⁸ Carl Goerdeler (*1884, +1945), ehemaliger Bürgermeister der Stadt Leipzig, gehörte dem Widerstand gegen die NS-Regierung an. Der Goerdeler-Kreis war eine Widerstandsbewegung, in der Carl Goerdeler zunächst mit führenden Gewerkschaftsvertretern (z.B. Jakob Kaiser und Max Habermann), später dann u.a. auch mit Beamten, Professoren und Wirtschaftsvertretern zusammen tätig war (vgl. *Meyer-Krahmer* 1989, S.144). In einem 1947 verfassten Lebenslauf datiert Vershofen den Beginn der Zusammenarbeit mit Goerdeler auf 1935 (vgl. *Nachlaß Vershofen, Ms. 2763*). Dort schreibt Vershofen unter dem Jahr 1945 auch: „aktive und führende Teilnahme an der Befreiung des Allgäu von der Naziherrschaft und kampflose Übergabe an die einrückenden Franzosen.“ In der Anlage zu diesem Lebenslauf gibt Vershofen an, seine Vortragstätigkeit in deutschen Industrieverbänden ab 1938 durch Eingriff der Nazi-Regierung einstellen gemusst zu haben.

talent, sein Weitblick und seine fachliche Kompetenz gewürdigt. Er wird als „einzigartige Persönlichkeit“ (Rogner 1965, S.175) bzw. „herausragende Persönlichkeit“ der Nürnberger Handelshochschule (Luppe 1977, S.269) betitelt. Die Ausführungen anderer Weggefährten erscheinen, auch bei Berücksichtigung eines gewissen sprachlichen Wandels, erstaunlich euphorisch. So wird er bereits zu Lebzeiten als „Fackelträger lebens- und wirklichkeitsgerechten Denkens“ (Schneider 1949, S.74) und nach seinem Ableben als einer der „Weisen (s)eines Volkes“ (Linhardt 1965, S.147) dargestellt.

Die Fähigkeit, Menschen zu verstehen, sich in der Kommunikation ihre Interessen und Überzeugungen zu erschließen, andererseits aber auch ihr Vertrauen zu gewinnen und sie an sich zu binden, wird von zahlreichen Zeitzeugen hervorgehoben (vgl. z.B. Zimmerer 1979, S.80). Ohne diese Fähigkeit hätte Vershofen vermutlich auch nicht die unterschiedlichen Beziehungsnetzwerke aufbauen und pflegen können, die einerseits durch seine verschiedenen Interessen entstanden, ihm andererseits bei den Arbeiten auf seinen sehr heterogenen Betätigungsfeldern doch immer wieder auch dienlich waren. Drei Kontaktkreise hatten für Vershofen vermutlich besondere Bedeutung: Der Nürnberger Schülerkreis, der ihm mehrere Festschriften widmete, entstand im Lauf der Jahre durch Studenten und Institutsmitarbeiter, die sowohl von Vershofens Person als auch von seiner Gedankenwelt überzeugt und begeistert waren (vgl. u.a. die Beiträge in o. Hrsg. 1937 oder in Bergler 1965). Eine zweite wesentliche Gruppe, aus der Vershofen viele Impulse und Anstöße für seine Arbeit erhielt, die ihn aber auch wesentlich förderte, umfasst Wirtschaftsvertreter wie etwa Wilhelm Mann, Direktor der IG Farbenindustrie, Werner Schulz, Vorstand der Kaufhof AG, oder den Werbeberater Hanns W. Brose, die allesamt auch in die Führung der GfK eingebunden waren (vgl. u.a. Ott 1979). Ein drittes Netzwerk reicht in den literarischen Bereich hinein. Vershofen war Mitglied mehrerer Dichtervereinigungen, an deren Versammlungen er auch aktiv teilnahm (vgl. *Nachlass Vershofen, Ms. 2763*). Besonders eng verflochten war er aber mit der Dichtergruppe „Werkleute auf Haus Nyland“, die er mit seinem Schwager Josef Winckler begründete und in die Schriftsteller wie Alfons Paquet, Richard Dehmel, Karl Bröger, Jakob Kneip und viele andere eintraten. Später erweiterte sich der Bund um „Dichter, Maler, Industrielle, Kaufleute, Philosophen und Arbeiter“ (Winckler 1949, S.13).

Liest man die Freundschaftsbekanntnisse von Vertretern aus Vershofens Beziehungsnetzwerken, zeigen sich verständlicherweise kaum Reibungsflächen. Dass ein Mensch wie Vershofen dennoch auch mit seinen Freunden Meinungsverschiedenheiten haben konnte, ist selbstverständlich. Zu ernsthaften Auseinandersetzungen gibt es wenige Informationen. Aus den Personalakten der Stadt Nürnberg gehen stärkere Differenzen z.B. mit Vershofens langjährigem Institutsmitarbeiter und späteren Bundeskanzler Ludwig

Erhard Ende der 1930er-Jahre hervor. Allerdings wurden diese wieder beigelegt. Die Familien besuchten sich nach dem Krieg wieder und es fand erneut ein reger Gedankenaustausch zwischen Vershofen und Erhard statt (vgl. z.B. *Vershofen* 1957). Hartnäckige Kritik erfuhren hingegen die Nürnberger Schule, die von Vershofen geführte Zeitschrift sowie die Arbeit der GfK (vgl. z.B. *Vershofen* 1929a, S.180ff.; *Bergler* 1960, S. 102ff., *Linhardt* 1975, S.8). Vershofen nahm die Kritik stets an und ernst. Er begegnete ihr - im Geiste einer freien wissenschaftlichen Diskussion - sowohl in seiner eigenen Zeitschrift, in der er seinen Kritikern Platz zur Führung ihrer Argumentation anbot, als auch in anderen Organen oder auf Tagungen.



Wilhelm Vershofen

Wilhelm Vershofen, entnommen aus *Linhardt* (1975)

Zusammenfassend betrachtet verfestigt sich das Bild eines Wissenschaftlers, der im Gedächtnis seiner Zeitgenossen sowohl durch inhaltliche Arbeit als auch durch Persönlichkeitswirkung haften blieb. Die besondere Anziehungskraft Vershofens machte dabei, wie viele Berichte belegen, seine bewusste Sperrung gegen fachliches Silo-Denken aus. Die Interdisziplinarität seiner Lehre steht im Einklang mit seiner breit angelegten Ausbildung und der Vielschichtigkeit seines Schaffens. In der Folge

soll das Augenmerk auf die inhaltlichen Aspekte seiner Betätigung als Wissenschaftler und Philosoph gerichtet werden. Zentrale Daten aus dem Leben Vershofens sind noch einmal in Tabelle 1 zusammengefasst.

Datum	Ereignis
25.12.1878	Geburt in Bonn
1906 - 1916	Lehramt in Jena
1916	Syndikus der Handelskammer Sonneberg
1919	Abgeordneter der Nationalversammlung in Weimar
1919	Vorsitz des Verbandes der deutschen Porzellanwarenfabriken, Gründung des Instituts für Wirtschaftsbeobachtung
1921	Berufung als Dozent nach Nürnberg
1923	Ordentlicher Professor für Wirtschaftswissenschaften in Nürnberg
1925-27	Rektorat
1934	Gründung der Gesellschaft für Konsumforschung
1936/39	erste Emeritierung
1946/47	Wiederaufnahme der Lehrtätigkeit
1953	zweite Emeritierung
1960	Verstorben in Tiefenbach / Oberstdorf

Tabelle 1: Zentrale Daten aus dem Leben Wilhelm Vershofens

3. Vershofens Gedankenwelt

Aus der Umschreibung der vielfältigen Persönlichkeit Vershofens wird rasch deutlich, dass wir es mit einem Mann zu tun haben, der über einen enormen Schaffensdrang, aber auch über die erforderliche Schaffenskraft verfügte. Seine Zeitgenossen würdigten diese Energie unabhängig von ihrer inhaltlichen Übereinstimmung mit Vershofens Gedankenwelt. Aus heutiger Perspektive stellt sich die Frage, was mit dem zeitlichen Abstand von nunmehr 43 Jahren seit Vershofens Tod aus dem umfangreichen Werk bestehen bleibt. Die breite Öffentlichkeit erinnert sich zuvorderst an den (Mit-)Begründer der GfK. Hier soll gezeigt werden, dass damit wesentliche Aspekte aus den Arbeiten des Schriftstellers und Wissenschaftlers Vershofen ausgeblendet werden. Dabei erscheint es sinnvoll, zwischen philosophischen und politischen Themen einerseits sowie wirtschaftswissenschaftlichen Arbeiten andererseits zu unterscheiden.

3.1 Philosophische und politisch-ökonomische Themen

Vershofens philosophische Schriften geben inhaltlich viele der Grundüberzeugungen wider, die seiner Tätigkeit als Politiker, Wirtschaftswissenschaftler und Dichter zugrunde lagen. Sie bilden eine „von vielen durchaus als genial empfundene Mischung von meta-

physischer Spekulation, auch Gläubigkeit, mit naturwissenschaftlichen, soziologischen und auch ökonomischen Einsichten, die natürlich recht weit entfernt war von dem, was schulmäßig unter Philosophie verstanden wurde“ (*Berekoven* 1979, S.4). Dabei war es ihm nie daran gelegen, sich dem Zeitgeist anzupassen. Vielmehr verstand er sich als Mahner, der seine eigene Überzeugung kundtat, ohne dabei jedoch andererseits missionieren zu wollen. Thematisch kreisten seine Arbeiten häufig um Fragen des Lebens mit, für und in der Wirtschaft, so dass ihn Hanns Schneider auch als den ‚Philosophen des wirtschaftenden Menschen‘ (1949, S.73) bezeichnete. Der Mensch stand im Mittelpunkt aller Vershofenschen Arbeiten in Literatur, Forschung und Praxis (vgl. *Vershofen* 1940c, S. 160). Mit dem Modell des *homo oeconomicus* wollte er dabei nicht arbeiten, sondern sich mit dem Menschen in seiner realen Erscheinung, in ihrer „geistig-seelischen Komplexität“ sowie der „kollektivpsychischen Bindung“ an die Gemeinschaft (in Vershofens Terminologie „Gesellung“, vgl. u.a. *Vershofen* 1947) befassen.

Greifen wir bspw. die Ökologie heraus. Aus seiner Beschäftigung mit der Frage nach dem Sinn des Lebens entsprangen Gedanken zu der Herausforderung, die durch die rasanten Entwicklungen in Naturwissenschaft und Technik für den Menschen entstanden. So sehr Vershofen auch vom Fortschritt begeistert war, so ängstigten ihn doch die negativen Seiten (vgl. *Meridies* 1959, S.106). So kritisiert Vershofen noch zu Beginn des Zweiten Weltkriegs die Vernichtung von Wäldern und fordert größeres Bewußtsein für die Bedeutung natürlicher Wasserreservoirs, weist auf die Begrenztheit vieler Rohstoffe hin und befürchtet bei Missachtung der Natur durch den Menschen eine „Störung des ökologischen Zusammenhangs auf der Erde“ (*Vershofen* 1940a, S.6). Von diesen erwartete er wesentliche Auswirkungen auf Leben und Zusammenleben der Menschen.

Vor dem Hintergrund von Umweltveränderungen setzt sich Vershofen auch dezidiert mit dem Begriff der technischen Vernunft auseinander, den er als den „vom Menschen manifestierten Trieb, Arbeitsvorgänge und Arbeitsmittel so zu ordnen, dass einem Optimum von Aufwand ein Optimum von Leistung begegnet“ (*Vershofen* 1925, S.5) versteht. Wiederholt kritisiert er dabei insbesondere den Fordismus. Henry Fords Buch „Mein Leben und Werk“ (1923) erfuhr Mitte der 1920er-Jahre große Beachtung in Deutschland. Wirtschaftskreise entsandten zahlreiche Studienkommissionen in die USA um den Wurzeln der amerikanischen Prosperität, Mechanisierung und Motorisierung auf den Grund zu gehen (vgl. *Luppe* 1977, S.174). Vershofen sah dies kritisch und durchleuchtete die vermeintliche technische Vernunft, die er durch vier Tatbestände gekennzeichnet sah (*Vershofen* 1925, S.10ff.):

1. Durch immer stärkere Unterwerfung des Arbeitsverlaufs und der Arbeitsmittel unter ihr Gesetz ermöglicht die technische Vernunft die Herstellung

immer billigerer Produktionseinheiten für eine große Zahl von Verbrauchern.

2. Die extreme Spezialisierung der Verrichtung an Fließbändern führt jedoch zu einer rascheren Aufzehrung der Arbeitskraft von Arbeitern, da sie ihn körperlich und seelisch zerrüttet.
3. Technische Vernunft vermag zudem nicht, zu rationaler und wirtschaftlicher Wertung zu führen.
4. Unternehmer wie Ford, die technische Vernunft als Oberziel verfolgen, sind zu „wirtschaftlicher Expansion ohne Rücksicht auf das Gemeinwohl und Gemeinschaftsleben“ (S.16) gezwungen.

Vershofen argumentiert, dass ein solches System zahlreiche Widersprüche beinhaltet, die nicht auflösbar seien, weil sie den Grundbedürfnissen und den Fähigkeiten des Menschen zuwider laufen. Aus unternehmerischer Perspektive folgert er daher, die Optima technischer Vernunft und wirtschaftlicher Wertung seien nicht in Einklang zu bringen. Für den Menschen sieht Vershofen die Entwicklung der rationalisierten und spezialisierten Massenfertigung schlicht als Gefahr (*Vershofen 1925*, S.21). Daher begrüßt er es umso mehr, als die Verbraucher beginnen, neue, differenzierte Produktangebote - bspw. von General Motors - den standardisierten Produkten Fords vorzuziehen (*Vershofen 1934b*). Für Vershofen siegen damit letztlich die Marktkräfte über den Versuch, die technische Vernunft als *ultima ratio* des Wettbewerbs durchzusetzen. Dies hindert ihn jedoch nicht daran, Ford als „unübertroffenen Organisator des Leistungsvollzuges“ (*Vershofen 1927*, S.82) anzuerkennen.

Es wird in diesem Kontext auch erkennbar, dass Vershofens Lehrsatz, der Zweck der Wirtschaft läge im Verbrauch (z.B. *Vershofen 1934c*, S.177; *Vershofen 1939b*, S.386), häufig missverstanden wurde. Gerade in den Zeiten des deutschen Wirtschaftswunders zog er sich aufgrund dieser Äußerung – ähnlich wie Ludwig Erhard – den Vorwurf zu, „den Lebensinhalt der Menschen einseitig auf die materiellen Güter des Daseins“ (*Brose 1957*, S.10) lenken zu wollen. Um klarzustellen, dass es seiner Auffassung nach auf Erden wichtigere Ziele zu verfolgen gilt, als den Verbrauch, setzte er sich in „Freie Zeit für den schöpferischen Menschen“ (*Vershofen 1957*) mit der sinnvollen Ausrichtung des menschlichen Daseins - in Form schöpferischer Betätigung in der zunehmend verfügbaren Freizeit – auseinander:

„Deshalb stehen wir in der Tat vor der Entscheidung: entweder mehr verbrauchen, auch wenn wir dann mehr und mehr anders produzieren müssen als unserer seelischen Gesundheit zuträglich ist, oder sich im Verbrauch bescheiden, dafür aber eine Muße gewinnen, welche der Pflege (*culturae*) der Persönlichkeit zu dienen vermag. (...) Was der heutige Mensch braucht, ist

weder lärmende Musik noch Lärm überhaupt, wohl aber Entspannung, damit seine schöpferischen Impulse, und sei es nur in Träumerei, frei werden können.“ (S.18 und S.35)

Wiederholt unterstrich er zudem die - seiner Ansicht zufolge - negativen Auswirkungen des Hedonismus auf die Volkswirtschaft (vgl. z.B. *Grünwald* 1979, S.112)

Bereits früher kritisiert er den wirtschaftlichen Liberalismus, dessen geistigen Vorläufer, die Philosophie der Aufklärung, er als einfältig und platt qualifiziert (*Vershofen* 1940a, S.3). Er weist in diesem Zusammenhang auf die wirtschaftlichen Grenzen des Menschen hin. Ebenso heftig wehrt er sich aber auch gegen eine Uniformisierung des Angebots und der Nachfrage. Er empfiehlt einen Mittelweg zwischen „bolschewistischem Chaos“, Liberalismus und Dirigismus mit außenwirtschaftlicher Abkoppelung. Dieser Mittelweg solle die Wirtschaft in die „Ganzheit des Lebens“ integrieren, da sie sich selbst nicht bestimmen und lenken könne (*Vershofen* 1934d, S.92f.). Entsprechend sieht Vershofen die Notwendigkeit staatlicher Regelungsmechanismen für die von ihm präferierte Marktwirtschaft (vgl. *Vershofen* 1939a, S.153). Dabei befürwortet er auch eine Konsumbelebung durch Umverteilung von Einkommen, insbesondere an ärmere Gesellschaftsschichten (vgl. *Vershofen* 1934e), und die Schaffung neuer Kaufkraft in Krisenzeiten durch Mittel der Konsumfinanzierung (vgl. *Grünwald* 1963, S.12).

Ihren Ursprung fanden all diese Gedanken in dem tief verwurzelten Gefühl Vershofens, die Menschheit sei auf allen Lebensgebieten in die Irre geraten. Ab den 1920er-Jahren, verstärkt aber in der Zeit des Nationalsozialismus, schreibt der Optimist Vershofen immer wieder in der Auseinandersetzung mit dem Sinn des Lebens. In „Licht im Spiegel“ gibt er darauf eine eindeutige Antwort:

„Der Sinn des menschlichen Lebens ist Gott. Dazu gehört aber nicht nur, dass spekulatives Denken und Für-Wahr-halten als höhere Kräfte des Geistes gewertet werden, höher als wissenschaftliches Denken, es gehört das tiefe, innere Bedürfnis einer Epoche dazu, die erfahren hat, dass das Leben ohne höhere Sinnggebung nicht zu ordnen und nicht zu leben ist“ (*Vershofen* 1934a, S.67).

„Das Jahr eines Ungläubigen“ (*Vershofen* 1942a) setzt die Beschäftigung mit den Grundzügen des menschlichen Daseins fort. Zentrale Fragestellung ist nun auch, ob der Mensch über einen Willen verfüge. Vershofen Schluss lautet, dass der Mensch nicht als Einzelwesen, sondern nur in der Gemeinschaft („Gesellung“) zu leben vermag. Ohne sie könne er nicht bestehen. Dabei benötige er einerseits Freiheit, seinen Willen auszudrücken, andererseits könne die Gemeinschaft nur bestehen, wenn Verantwortungsgefühl für das

Kollektiv herrsche. Es baut sich ein polarer Gegensatz zwischen Individualität und Sozialität auf. Dieser Widerstreit gipfelt in dem schwierigen Verhältnis von Verstand und Vernunft, dem Abwegen zwischen Rechenhaftigkeit und Intuition. Die Sinngebung aber könne der Mensch nur aus der Vernunft erfahren, die ihn im Schluss zu der Überzeugung führen müsse, Gott existiere (vgl. *Meridies* 1959, S.111).

Der Stil der Vershofenschen Argumentation war stets rational; nicht geistig abgehoben. Doch entschied er sich für diese Ausdrucksform nicht aus Materialismus. Er war gläubiger katholischer Christ und kämpfte in seinen philosophischen Schriften gegen den Unglauben seiner Zeit. Dies allerdings auf der Ebene des Objektiven und mit der Terminologie der neutralen Wissenschaft - mit dem Ziel, bei der breiten, nicht-spirituellen Masse Gehör zu finden (vgl. *Meridies* 1959, S.7f.).

Diese Ambition bezog sich durchaus auch auf den Bereich des Wirtschaftlichen. Mit einigen seiner Prosawerke versucht er dem breiten Publikum Zugang zu wirtschaftlichen Sachverhalten zu gewähren und die Faszination, die ökonomisches Kalkül auszulösen vermag, zu vermitteln. „Der Fenriswolf“ (*Vershofen* 1914), eine Finanznovelle, bildet den ersten Schritt auf diesem Wege. Diese Collage aus fiktiven Briefen, Faxen, Dokumenten und Nachrichtenmeldungen beschreibt den Kampf um die Erschließung der norwegischen Wasserenergie. In mehrere Sprachen übersetzt und mehrfach neu aufgelegt repräsentiert „Der Fenriswolf“ eine neue Gattung, die mit „Das Weltreich und sein Kanzler“ (*Vershofen* 1917) – beschrieben wird der Kampf um ein amerikanisches Kupfermonopol – ihre Fortsetzung findet. Weitere Romane folgten. Doch auch mit seinem Buch „Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe“ verfolgt er das Ziel, „für jene Menschen zu schreiben, die mehr oder minder bewusst empfinden, dass in einer Zeit, in der wirtschaftliche Probleme weltgeschichtliche Bedeutung haben, eine Orientierung über die alles andere als einfachen Zusammenhänge als erster Schritt zur Wende der Not unentbehrlich ist“ (*Vershofen* 1950, S.I).

Dieser Blick durch das Werk Vershofens erlaubt eine erste Standortbestimmung. Isaac (1923, S.32ff.) unterscheidet verschiedene Forschertypen. Er sieht einerseits Personen wie z.B. Schmalenbach als eher sachliche Vertreter der Betriebswirtschaft und grenzt davon andere Gelehrte, die mit ihrer Arbeit ethische und philosophische Ziele verfolgen, ab. Vershofen teilt in dieser Perspektive – wie seine Schriften zu Philosophie und Politik zeigen – zweifelsfrei Gemeinsamkeiten mit Wissenschaftlern der zweiten Gruppe. Dennoch hätte er sich vermutlich dagegen gewehrt, ihr alleine zugerechnet zu werden. Vielmehr steht sein Werk an der Schnittstelle:

„Was ist denn wissenschaftliches Denken? Offenbar ein Denken, das gründlich genug ist, damit sich seine Ergebnisse dem verbürgten Wissen einverleiben lassen. Ein solches Wissen aber erstrebt der Mensch aus zweierlei Gründen: als geistbegabtes Wesen will er seine Einsicht über die Welt, mit der er sich auseinanderzusetzen hat, vermehren. Das ist das eine. Dann aber will er diese Einsicht benutzen, um sein Handeln nach ihr gestalten und es zweck- und zielsicherer machen zu können“ (*Vershofen* 1940b, S.193).

Bei dieser Aufgabenumschreibung, die Vershofen nicht zuletzt auch sich selbst als Wissenschaftler setzt, sieht er als Grundprämisse immer die begrenzte Erkenntnisfähigkeit des Menschen und die Notwendigkeit, sich dieser bewusst zu bleiben (vgl. *Vershofen* 1940b, S.195).

3.2 Themen in wirtschaftswissenschaftlicher Forschung, Publikation und Führung

3.2.1 Nutzenlehre

Es steht außer Frage, dass sich das Wissenschaftsverständnis der Betriebswirte in den letzten 100 Jahren erheblich gewandelt hat. Während sowohl die inhaltliche als auch die methodische Ausrichtung gerade der deutschen Absatzwirtschaft ab 1950 zunehmend mit der US-amerikanischen Marketingforschung konvergiert, haben die deutschen Wissenschaftler der 20er- bis 40er-Jahre eine eigenständige thematische Fokussierung (vgl. *Meffert* 2002, S.976). Aus der Volks- und Exportwirtschaftslehre kommend befasst man sich mit Fragen der Führung von Handelsbetrieben sowie des Absatzes von Massenindustriegütern.

In diesem Umfeld positioniert sich Wilhelm Vershofen zuvorderst über die Beschäftigung mit dem Konsumenten, seinen Motiven und seinem Verhalten. Die „Nürnberger Schule“ ist vor allem über die Auseinandersetzung mit dem Nutzenbegriff bekannt. Ihre wissenschaftlichen Grundsätze sind in einer Festgabe der Vershofen-Schüler aus dem Jahre 1937 dokumentiert (verkürzter Auszug, vgl. *Der Nürnberger Schülerkreis* 1937, S.94-96)

1. Die Wirtschaft ist kein abstraktes, über den Menschen schwebendes Gebilde
2. Das Wesen der „Nürnberger Schule“ ist gekennzeichnet durch die bewusste Einführung der Idee der Entfaltung und der Polarität in die Wirtschaftswissenschaft
3. In der entfalteten Marktwirtschaft ist jeder einzelne gezwungen, die Besonderheit seiner Leistung in die Mannigfaltigkeit seiner Bedarfe umzusetzen.

4. Während die Technik die Erzeugung immer rationaler werden lässt, wird der Verbrauch von irrationalen Beweggründen geleitet.
5. Die Folge davon ist eine ewige Spannung zwischen Erzeugung und Verbrauch, die zu einer dauernden latenten Krise führt. Eine wesentliche Möglichkeit zur Verminderung dieser Spannung liegt in der systematischen Erforschung des Verbrauchs und der wirtschaftspolitischen Auswertung.

Erkennbar ist, dass Vershofen seine Forschung und Lehre damit nicht primär im Bereich der quantitativen Betriebswirtschaftslehre, insb. der Betriebsstatistik und des Rechnungswesens, ansiedelt (obwohl er auch in diesen Feldern Beiträge verfasste, vgl. z.B. *Vershofen* 1924a). Stattdessen entscheidet er sich für eine Synthese von Wirtschaftswissenschaften, Soziologie und Psychologie (*Schäfer* 1951). Insbesondere interessierte er sich für Kaufentscheidungen. Er hob deren Komplexität sowie den prozessualen Charakter hervor: „In seinen Auswählerwägungen muss der (Mensch im Markt) einerseits die unbegrenzte Fülle seiner Bedürfnisse durch die jeweils feste Richtgröße seiner Kaufkraft zu marktwirksamen Bedarfen verdichten, und diese Bedarfe selbst muss er andererseits wieder an der Fülle der gebotenen Deckungsmöglichkeiten zu eindeutiger Objektwahl klären“ (*Vershofen* 1936, S.51).

Die Kaufkraft- und Budgetforschung hatte auch vor Vershofen bereits einige Entwicklung erfahren. Er bezweifelte jedoch, dass für die Zwecke der Absatzwirtschaft ausreichend Aussagekraft in solchen rein quantitativen Statistiken stecke. Durch ihre Vergangenheitsorientierung, so seine Argumentation, sei es ihnen nicht möglich, dem Absatzwirtschaftler aufzuzeigen, welche Bedarfe er künftig zu decken haben wird. Stattdessen argumentiert er:

„Jedes Marktobjekt, das reif ist für den letzten Verbrauch, muss Nutzen gewähren, wenn es umsatzfähig sein soll. Dieser Nutzen besteht aber (...) für das einzelne Marktsubjekt (...) nicht nur darin, dass ein solches Objekt zweckdienlich ist. (...) Das Verbrauchsobjekt dient in der heutigen Wirtschaftform noch anderen Zwecken, d.h. es bringt Nutzen, der über die bloße (prim)äre Zweckdienlichkeit hinausgeht. Wir wollen ihn Zusatznutzen nennen und diese Nutzensart nach ihren beiden Hauptarten noch in gesellschaftlichen und ästhetischen Nutzen weitergliedern.“ (*Vershofen* 1936, S.52f.)

Die Rationalität des Konsumenten sieht Vershofen dabei - und hiermit entfernt er sich von der herrschenden Meinung in der Nationalökonomie - als begrenzt an: „Der Bedarf entwickelt sich keineswegs rationaler“ (*Vershofen* 1925 anlässlich seiner Rektoratsrede, zit. nach *Tigges* 1959, S.289). Stattdessen postuliert er die Existenz von Kaufmotiven, die sich aus der Vorstellungskraft des Konsumenten – und nicht aus der materiellen Beschaffenheit des Gutes – ableiten, was er über die Besonderheiten des Menschen begrün-

dete: „Der Mensch ist seinem Wesen nach eine Einheit in der Mannigfaltigkeit: Leib-, Seele-, Geist-Einheit. (...) Alles was zu ihm in Beziehung tritt, gewinnt Bedeutung für jede dieser drei Facetten seines Wesens“ (*Vershofen* 1936, S.53).

Seine Nutzenlehre bspw. fußt in der Annahme, dass Menschen beim Kauf von Gütern durch vielfältige Motive getrieben werden. Zur Analyse dieser Motive bedient er sich des volkswirtschaftlichen Nutzenbegriffs. Den von Gossen verwendeten Nutzen empfindet Vershofen als oberflächliches Konstrukt (vgl. *Vershofen* 1955, S.5). Er greift den allgemeinen und undifferenzierten Begriff daher auf und strukturiert ihn systematisch. Seine Klassifikation wird aufgrund ihrer verästelten Struktur unter der Bezeichnung „Nutzenleiter“ bekannt.

Die Nutzenleiter unterscheidet auf der ersten Hierarchieebene zwischen dem stofflich-technischen Grundnutzen und dem geistig-seelischen Zusatznutzen. Eine Differenzierung des Grundnutzens unterbleibt bei Vershofen, was sich auch rechtfertigen lässt, da eine kaum überschaubare Zahl an Teilkategorien erforderlich gewesen wäre (vgl. *Fischer* 1965, S.54). Die Zusatznutzen-Seite der Taxonomie entwickelt Vershofen weiter und unterscheidet auf vier weiteren Hierarchieebenen Geltungs- und Erbauungsnutzen, Schaffensfreude und Zuversicht, Harmonie und Zurechtfindung sowie Ordnung und Magie als weitere kaufrelevante Motive, durch deren Befriedigung Konsumenten Nutzen gestiftet werden kann. Die relative Bedeutung der einzelnen Nutzelemente ist dabei interindividuell unterschiedlich. Die sog. Nürnberger Entscheidungsregel besagt, dass beim Kaufentscheid letztlich die jeweils speziellste Nutzenart den Ausschlag gibt.

Die Grenze seiner wissenschaftlichen Intentionen in der Kaufmotivforschung zog Vershofen stets beim Übergang vom Bewusstsein zum Unterbewusstsein. Einer Übertragung psychoanalytischer Methoden auf die Verbrauchsforschung wollte er auch aus ethischen Gründen nicht zustimmen; er fürchtete eine Manipulation der Konsumenten durch die Werbewirtschaft. Den Arbeiten von Vance Packards (1957) etwa konnte er daher nichts abgewinnen (vgl. *Berekoven* 1979, S.6).

Aufgrund ihrer fehlenden empirischen Validierung hat Vershofens Nutzenlehre nur deskriptive Bedeutung (vgl. *Wiswede* 1973). Sie liefert also eine Taxonomie der Kaufmotive von Gütern. Kausalhypothesen werden weder von Vershofen noch von seinen Schülern formuliert. Eine empirische Absicherung wurde weder erbracht noch versucht. Jedoch zeigen *Herrmann/Bauer/Huber* (1997, S.279), dass zahlreiche Autoren – bspw. in der Prospect-Theorie - über alternative theoretische Zugänge zu sehr vergleichbaren Aussagen über individuelles Kaufverhalten gekommen sind wie Vershofen. Ob damit eine nachträgliche Validierung der Nürnberger Nutzenschule verbunden ist, sei dahin gestellt.

Die inhaltliche Vagheit der Vershofschen Begriffswelt (vgl. z.B. *Feuerhake* 1991) wird durch sie nicht geheilt. Auch die Vermutung, der Mensch müsse alle Nutzenkategorien befriedigen, wolle er nicht verkümmern (vgl. *Fischer* 1965, S.54), sind aus heutiger Sicht wohl kaum haltbar. Doch führte die Hermeneutik, die ja auch in anderen Wissenschaftszweigen noch heute dominierende Theorien stützt, Vershofen zu für seine Zeit innovativen Erkenntnissen, die gerade auch von Seiten der Wirtschaft mit Interesse aufgenommen wurden (vgl. *Berekoven* 1979, S.3).

3.2.2 Verbrauchsforschung

Aus seinen Überlegungen zu Kaufmotiven und Kaufverhalten heraus entwickelte Vershofen die Überzeugung, die Wirtschaftspraxis benötige Instrumente und Institutionen, die zur Erforschung des Verbrauchs in all seinen Formen geeignet seien. Um dies zu gewährleisten war es aus seiner Sicht erforderlich, über die reine Registrierung von Kaufakten hinauszugehen, da nicht nur der erfolgte Kauf, sondern auch der nicht erfolgte Kauf sowie die Gründe für den Kaufverzicht oder für die Wahl einer anderen Kaufalternative wertvolle Hinweise für die Absatzpolitik von Industrieunternehmen – und diese stellte Vershofen zunächst in den Fokus seiner Anstrengungen – liefern würden (vgl. *Vershofen* 1941a, S.119).

Vershofen sieht es als Aufgabe der Verbrauchsforschung zu erklären, wie „Psychisches in Wirtschaftliches umgesetzt wird“ (*Vershofen* 1942b, S.187), wie also die Transformation von Bedürfnissen in Bedarf stattfindet. Sie steht damit als eigenständiges Forschungsfeld neben der Marktforschung; beide sind der Wirtschaftsforschung zuzurechnen (vgl. *Vershofen* 1941b, S.160). Die Forschungsarbeit stützte sich, gespeist aus vom Institut für Wirtschaftsbeobachtung und der Gesellschaft für Konsumforschung durchgeführten Studien und im Gegensatz zu vielen anderen Feldern, auf denen Vershofen arbeitete, auch auf empirische Daten (vgl. *Bergler* 1960, S.144ff.). Im Fokus stehen dabei Untersuchungen zum Einfluss soziodemographischer Merkmale auf den Verbrauch. Schon bald jedoch wird zwar klar, dass diese Ansätze der Entwicklung bedürfen, da sie lediglich deskriptive Erkenntnisse bringen, die keine Aussagen über kausale Verhältnisse zulassen (vgl. *Vershofen* 1941a, S.119). Jedoch ist Vershofen an einer Weiterentwicklung, insbesondere auch an einer Übernahme modernerer statistischer Methoden aus der anglo-amerikanischen Forschung, nicht beteiligt. Auch das mehrfach erklärte Ziel, zu einer aussagekräftigen Typologisierung von Verbrauchern zu gelangen (vgl. z.B. *Vershofen* 1938b, S.47), wurde nicht ernsthaft erreicht.

Bemerkenswert an der Arbeit zur Verbrauchsforschung ist daher aus heutiger Sicht wohl auch weniger der Schatz an empirischen Ergebnissen als die umfassende Organisation, die Vershofen mit der GfK aufzubauen im Stande war. Das deutsche Reichsgebiet wurde nach Kaufkraftaspekten in sog. Korrespondenten-Bezirke unterteilt. In jedem Bezirk sollte ein Korrespondent tätig sein. Die Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter dauerte über zwei Jahre. Am Ende umfasste die Organisation mehrere Hundert Korrespondenten.

Methodisch stand die qualitative Technik im Vordergrund: Die Korrespondenten führten sog. Befragungsgespräche, für die sie einen Gesprächsleitfaden, aber keinen strukturierten Fragebogen erhielten. Sie hatten die Anweisung, das jeweilige Gespräch so lange zu führen, bis der Gesprächsgegenstand aus ihrer Perspektive erschöpfend behandelt war. Anschließend verfassten sie einen umfassenden schriftlichen Bericht über ihr Gespräch sowie Beobachtungen, die sie in dessen Rahmen machten. Ergänzend machten sie Angaben über das Umfeld des Befragten und seine Lebensweise, soweit sie hierin durch ihre örtliche Nähe Einblick gewinnen konnte (vgl. *Bergler* 1958b, S.XII).

Die Nürnberger Wissenschaftler sahen ihr Vorgehen als eigenständigen und innovativen Ansatz, der sich insbesondere von amerikanischen Projekten abhob. Wesentliche Unterschiede zwischen dem System der GfK und dem in den USA vor dem Zweiten Weltkrieg führenden Gallup-Institut hebt Vershofen hervor (1942c, S.203f.):

- Befragungen von Gallup wurden nach dem standardisiertem Ja/Nein-Schema durchgeführt (vs. ausgedehntes Befragungsgespräch der GfK),
- Bei Gallup steht Verhaltensforschung im Fokus (vs. Motivforschung der GfK),
- Die GfK verwendet eine deutlich feinere Aufgliederung von Quotierungsmerkmalen für die Stichprobenziehung, was nach Vershofens Meinung zu genaueren Aussagen führt,
- Gallup entlohnt Befragte und Interviewer (vs. ehrenamtliche Mitarbeit der Korrespondenten und Gesprächspartner der GfK),
- Das Befragernetz der GfK ist im Verhältnis zu Einwohnerzahl und Größe des Reichsgebiets deutlich dichter als jenes von Gallup.

Die empirische Forschungsarbeit Vershofens und der GfK würde unter Anlegung heutiger Maßstäbe wohl nicht mehr beeindrucken. Führt man sich aber den Entwicklungsgrad der Verbrauchsforschung in den 1920er-Jahren vor Augen, so handelt es sich sicherlich um die von vielen Autoren beschworene Pionierleistung. Dass Vershofens Name mit der Verbrauchsforschung immer wieder aufs engste verbunden wird, erscheint somit in hohem Maße gerechtfertigt.

3.2.3 Preis

Neben der Nutzenlehre und der Kaufverhaltensforschung befasste Vershofen sich mit zahlreichen weiteren Themen, die jedoch allesamt in enger Verbindung mit den beiden Hauptarbeitsfeldern standen. Das Leitbild stellte dabei - ähnlich wie bei der Nutzenproblematik - die Grundannahme dar, der Mensch reagiere nicht alleine auf objektive Reize. Und auch bei der Bearbeitung dieser zusätzlichen Themengebiete folgte er immer wieder Anstößen aus der wirtschaftlichen Praxis.

Eine Beschäftigung mit dem Preis, einer Kernvariablen mikro- und makroökonomischer Modelle, war für einen Wirtschaftswissenschaftler wie Vershofen dabei sicher nahe liegend. Sie ergab sich aus den langjährigen Arbeiten zu den Phänomenen Geld und Währung (vgl. z.B. *Vershofen* 1920, *Vershofen* 1922, *Vershofen* 1924b). Hanns Linhardt (1975, S.6) berichtet, dass eine lange Reihe von Vorlesungen Vershofens, zahlreiche Diplomarbeiten und Dissertationen, und auch die letzten Nürnberger Vorträge sich mit Geld und Währungsfragen befassen. Vershofens Grundauffassung war dabei, ohne Gemein Sinn sei keine Gemeinordnung, ohne Gemeinordnung keine Geldordnung denkbar. Er interessierte sich also für die soziologischen und philosophischen Grundlagen von Zahlungsmitteln und deren Verwendung.

Mit dem Preis befasste Vershofen sich auf mehreren Ebenen. Zum einen in der Lehre: So erscheint in den Vorlesungsverzeichnissen der Nürnberger Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften eine Vorlesung zur „Preisbildungslehre“ (vgl. *Nachlass Vershofen*). Daneben widmete Vershofen preisbezogenen Fragestellungen mehrere Aufsätze bzw. Kapitel in Büchern. Beispielsweise geht er in „Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe“ (vgl. *Vershofen* 1950) ausführlich auf die Entwicklung von Geld als Generaltauschware und seine Bedeutung in unterschiedlichen Wirtschaftsformen ein. Insbesondere hebt Vershofen hervor, dass der Preis zwar „ein rechenhafter Ausdruck ist und dazu ein rein wirtschaftliches Phänomen“ (*Vershofen* 1939a, S.150), dass er aber nur durch den Nutzenabgleich aller an einer Transaktion beteiligter Individuen entsteht. Deren Nutzenwahrnehmung ist jedoch subjektiv, so dass sich bei der Preisbildung „verwickelte psychische Vorgänge“ abspielen. Der Preis stellt für ihn daher eine Objektivierung subjektiver Wahrnehmungsinhalte dar (vgl. *Vershofen* 1939a, S.150).

Weil der sich am Markt bildende Preis individuelle Nutzenerwägungen reflektiert, kann er, so Vershofens Argumentation, die in rudimentärer Form Überlegungen der retrograden Kalkulation beinhaltet, nicht alleine durch den Materialwert eines Produktes bestimmt sein. Vielmehr fließen in die individuelle Zahlungsbereitschaft Abwägungen aller

relevanten Nutzenkategorien ein. Er unterscheidet daher in Gebrauchs- und Tauschwert einer Ware und unterstreicht, beide Kategorien müssten keinesfalls miteinander korrelieren (vgl. *Vershofen* 1959b, S.1f.). Für moderne Markenartikel, deren Qualität zunehmend vergleichbar sei, hebt er die preisbestimmende Wirkung von Zusatznutzenelementen hervor. In der Konsequenz verweist er auf die Schaffung von Preisspielräumen durch Imaginedifferenzierung.

Die Bedeutung des Preises in der Wirtschaft sah Vershofen folgendermaßen: Damit Transaktionen vollzogen werden, müssen drei Modalitäten vorkommen: Angebot, Nachfrage und Preis. Da Nachfrage und Angebot aber lediglich zwei Seiten desselben Vorgangs sind und im Preisbildungsprozess ihren Ausdruck finden, stellt der Preis die wesentliche Komponente der Transaktion dar. Er entscheidet über das ökonomische Schicksal der Marktobjekte und –subjekte. (vgl. *Vershofen* 1928, S.2f.). Für das Individuum ist der Preis eines Gutes oder einer Leistung umso wichtiger, als er über das Umwandlungsverhältnis von Nominaleinkommen in Realeinkommen entscheidet. „Man begreift mit hin, dass das Problem der Einkommenserzielung ein zweiseitiges ist. Zunächst handelt es sich darum, ein optimales Nominaleinkommen zu erlangen, und in einem zweiten Akt offenbart sich das Bestreben nach seiner möglichst optimalen Umwandlung in Realeinkommen. Bei diesem doppelten Ringen nach optimalem Ertrag müssen sich, wegen der Gegensätzlichkeit der Interessen, Kämpfe und Reibungen ergeben“ (*Vershofen* 1959a, S.14). Hinsichtlich des Preisbildungsprozesses stellt Vershofen den klassischen Naturaltausch und die moderne Geldwirtschaft gegenüber. Aus diesem Vergleich leitet er drei wesentliche Determinanten der Preisbildung, nämlich Aufwand-Nutzen-Abgleiche, Mengenverhältnisse sowie bereits etablierte Preise, heraus (vgl. *Vershofen* 1947, S.40f.) und unterstreicht die Bedeutung des Vertrauens in Preise beim Tausch, das er auch als „Agens, das den Markt überhaupt als gesellige Gestalt zusammenhält“ (*Vershofen* 1950, S.118).

Ein wesentliches Thema war dabei die Frage, ob ein „gerechter Preis“ existiere. So schaltet sich Vershofen in die in den 1930er-Jahren geführte Diskussion um die Aufgabe des Preisbildungskommissars und dessen Fähigkeit, „gerechte“ Preise für bestimmte Waren festzulegen, ein. Terminologisch wendet er sich dagegen, Gerechtigkeit und Preis miteinander zu verbinden:

„Der gerechte Preis müsste, wenn diese Verbindung überhaupt in sich ohne Widerspruch sein sollte, vor allen Dingen ein objektiver Preis sein, d.h. ein solcher, der unter allen Umständen in jeder Lage Gültigkeit hätte. Das wäre natürlich nur in einer statischen Wirtschaft möglich. Die Wirtschaft kann

aber, als Teilgebiet des Lebens, unmöglich statisch sein“ (*Vershofen* 1939a, S.154).

Inhaltlich fordert er, von der vereinfachenden Vorstellung der Nationalsozialisten, es ließen sich „Preise, die dem Gesamtinteresse des Volkes gerecht“ (*Lehmann* 1937, S.22f) werden, bestimmen, Abstand zu nehmen. Er argumentiert, bereits die Auffindung eines in einer bestimmten wirtschaftspolitischen Situation gerechtfertigten Preises sei zu komplex und von widerstreitenden Interessen behindert, als dass sie inhaltlich geleistet werden könnte. Vor allem wehrt er sich gegen eine einfache Berechnung gerechtfertigter Preise über das Kostenzuschlagsprinzip.

3.2.4 Qualität

Vor dem Hintergrund der intensiven Beschäftigung Vershofens mit dem (subjektiven) Nutzenbegriff ist es nicht verwunderlich, dass er den scheinbar objektiven Qualitätsbegriff ebenfalls mehrfach durchleuchtet. Doch gibt es auch direkte Anlässe, die ihn zu klar fokussierten Studien bewegen. So greift er beispielsweise die Rechtsprechung zum Begriff der vertretbaren Sache im BGB auf, um zu zeigen, dass die Annahmen der Juristen zur Vergleichbarkeit zweier Objekte, die nach Vershofens Meinung auf dem Menschenbild des *homo oeconomicus* beruhen, viel zu undifferenziert sind, um der Komplexität realistischer Kaufentscheidungen Rechnung zu tragen (vgl. *Vershofen* 1929b, S.25ff.).

Vor allem kritisiert er die Annahme, die Einordnung von Produkten in bestimmte Qualitätskategorien durch Verbraucher erfolge auf Basis der verwendeten Rohstoffe sowie des Herstellungsprozesses. Er belegt, dass auch Produkte, die sich hinsichtlich dieser beiden Faktoren gleichen, in den Augen von Verbrauchern unvergleichbar sein können, weil sie unterschiedliche Nutzenkategorien befriedigen. Dies führt für Vershofen zu der unausweichlichen Subjektivität, die nach seiner Lehre ein Wesensmerkmal der Qualität darstellt: „Sie ist ein Urteil, und zwar notgedrungen ein subjektives Urteil, das für den, der es ausdrückt, noch so maßgeblich sein kann und doch nicht für einen beliebigen Dritten Geltung zu haben braucht“ (*Vershofen* 1943, S.9). Ein zweites Charakteristikum liegt in seinen Augen in der Relativität: „Deshalb kann logisch erst von Qualität als Gütegrad gesprochen werden, wenn das weniger Gute gegenüberzustellen ist“ (*Vershofen* 1943, S.9). Schließlich sieht er den Zusammenhang zwischen der durch ein Individuum subjektiv erfahrenen Qualität und seinem Vertrauen in einen Anbieter.

Ein weiterer wichtiger Anker für Vershofens Auseinandersetzung mit der Qualitätsproblematik liegt in seinem Anliegen, in der Wirtschaftspraxis das Bewusstsein für die Notwendigkeit kundenorientierter Absatzpolitik zu schaffen. Vor dem Hintergrund der Wirt-

schaftskrise der frühen 1930er-Jahre verweist Vershofen jedoch auch darauf, dass die Subjektivität der Nutzenerwartungen und –wahrnehmungen Problempotential birgt: Sie mache es für Anbieter schwieriger, das künftige Verhalten der Nachfrager zu prognostizieren. Dies berge das Risiko kumulierter Fehlproduktion in der Industrie in sich, das volkswirtschaftlich zu Ineffizienz führen müsse (vgl. *Vershofen* 1934c, S.177f.). Hierin liegt auch ein wesentliches Argument Vershofens für die Notwendigkeit der systematischen Verbrauchsforschung, wie sie GfK und IfW betrieben (vgl. *Moser* 1962, S.29).

In diesem Kontext erklärt Vershofen auch den Erfolg des Markenartikels: Dieser stehe für konstante Qualität, erzeuge Vertrauen und erlaube es dem Konsumenten, den Kaufprozess zu vereinfachen. Hieraus ergäben sich auch Vorteile für die gesamte Volkswirtschaft:

„Wenn es einmal gelingt, den Konsumenten für eine bestimmte Marke zu gewinnen (...), dann ist damit seine Unberechenbarkeit und Launenhaftigkeit ausgeschaltet. An die Stelle des Reizes, den das Neue ausübt, ist der Reiz getreten, der durch die Garantie einer gleichmäßig guten und in dieser Güte geschützten Ware geweckt wird. Je stärker der Anteil der Markenartikel am gesamten Umsatzvolumen ist, desto ruhiger und stetiger ist der Gesamtverlauf der Wirtschaft“ (*Vershofen* 1934b, S.143).

Einen weiteren wesentlichen Vorteil des Markenartikels sah Vershofen in der Aufhebung der Anonymität der Marktbeziehung. Da der Markenartikelhersteller vom Vertrauen der Kunden lebe, und weil der Kunde sich direkt beschweren könne, ergäbe sich eine Stärkung der Marktposition des Kunden (vgl. *Vershofen* 1950, S.292).

Problematisch sei hingegen die markeninduzierte Bindung des Konsumenten an bestimmte Anbieter, wenn sie zu der Bildung von Quasi-Monopolen führe. Diese könne zudem durch Zusammenschlüsse von Markenherstellern in Kartellen noch verschärft werden. In beiden Fällen führe sie zu einer derartigen Anbietermacht, dass sowohl der Endabgabepreis, als auch der Handelspreis einem Diktat unterlägen, das für die Wirtschaft schädlich sei (vgl. *Vershofen* 1928, S.55f.). Diese Betrachtung der Vor- und Nachteile des Markenartikels verweist auf Vershofens wirtschaftspolitische Überzeugung, der Markt als Institution sei nützlich, müsse aber in seiner Funktionsweise durch Kontrollorgane gesichert werden.

3.2.5 Sicherung der Verbraucher / Urgarant-Zeichen

Fragen des Qualitätsmanagements und der Machtpositionen der Marktteilnehmer leiteten Vershofen dazu an, sich mit der Sicherung der Verbraucher - heute würde man von Ver-

braucherschutz sprechen - zu befassen (*Bergler 1965a, S.20*). Hierzu verfasste er nicht nur Aufsätze (vgl. z.B. *Vershofen 1934f, Vershofen 1938a*). Ähnlich wie schon mit der Gründung der GfK betätigte er sich erneut unternehmerisch. Gemeinsam mit seinem Mitarbeiter Ditterich und anderen Bekannten gründete er die „Urgarant-Genossenschaft“. Das Ziel dieser Genossenschaft war es, ein gemeinsames Gütesiegel des Handels „für gute Hausratsware aller Preislagen“ einzuführen und dabei als Träger dieser Marke zu fungieren (*Mayr 1935*).

Vershofen hatte erkannt, dass Vertrauen ein wesentlicher Faktor bei der Kaufentscheidung des Konsumenten ist und dass sich Vertrauen nicht nur auf Personen beziehen kann, sondern auch Objekten, bspw. Marken, entgegengebracht werden kann. Daher entwarf er 1931 das Prinzip des Urgarant-Zeichens. Inhaber von Handelsgeschäften sollten Mitglied der Genossenschaft werden und somit das Recht zur Nutzung des Zeichens auf ihren Produkten erwerben können. Das Prinzip ähnelte dem der GfK insofern, denn auch dort gab es für interessierte Unternehmen die Gelegenheit, sich an der Gesellschaft zu beteiligen. Über die Voraussetzungen für den Aufbau einer wirkungsvollen Kollektivmarke, d.h. Bekanntheit und Qualitätssicherung, war Vershofen sich durchaus bewusst. Dennoch unternahm er in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten der Krisenjahre den Anlauf, auch diese Idee in die Praxis umzusetzen. Die Genossenschaft sollte insbesondere die Funktion einer Beschwerdestelle übernehmen, bei der Konsumenten negative Erfahrungen mit gekauften Produkten anbringen würden. Geplant war auch, das Urgarant-Zeichen zur Lancierung einer Handelsmarke zu nutzen, die ein hohes Qualitätsversprechen beinhalten würde. Darüber hinaus war es aber auch beabsichtigt, genossenschaftlich die Qualität von Verkaufsumfeld und -beratung zu garantieren (vgl. *Vershofen 1934 f*). Ein umfassender Ansatz also, der neben Elementen der Markenpolitik auch Aspekte des heutigen Beziehungsmarketing früh integriert.

Aufgrund tief greifender Veränderungen von Konsumgewohnheiten konnte sich das Urgarant-Zeichen jedoch nie durchsetzen. Wie Korrespondenz Vershofens mit potentiellen „Kunden“ der Genossenschaft belegt (vgl. *Nachlass Vershofen, Ms. 2763*), nahm der deutsche Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dringendere Probleme als die Qualitätsgarantie wahr. Das Wachstum der Warenhäuser als Vertriebskanäle sowie der wettbewerbsbedingte Preisdruck ließen ein Anliegen wie jenes des Urgarant-Zeichens zweitrangig erscheinen. Die Genossenschaft wurde daher mangels Akzeptanz nach nur vierjährigem Bestand 1935 wieder aufgelöst.

3.2.6 Kooperative Regelungsmechanismen

Nicht zufällig hatte Vershofen bei der Urganant-Initiative die Form der Genossenschaft gewählt. Die Überzeugung, kooperative Regelungsmechanismen - von Vershofen als Marktverbände bezeichnet - seien ein wesentliches Element der Wirtschaft, vertritt er über sein gesamtes Schaffen hinweg. Er sieht in ihnen Instrumente, die allen Marktparteien zur Verfügung stehen, um unausweichliche Machtungleichgewichte zwischen Akteuren auszugleichen (vgl. *Vershofen* 1928, S.91). Dabei geht er davon aus, dass die Verbraucher in der modernen Wirtschaft in der schwächsten Position sind, weil sie relativ geringe Mengen nachfragen und zudem über begrenzte Informationen hinsichtlich Intentionen und Verhalten der Anbieter verfügen, während Anbieter durch Kartellbildung ihre Macht noch vergrößern können.

Horizontale Kooperationen spielen daher in Vershofen Schriften eine wesentliche Rolle (vgl. z.B. *Vershofen* 1928; *Vershofen* 1948). Aus seinem Interesse für den Verbrauch heraus befasste er sich stark mit Konsumgenossenschaften als Verbraucherverbänden. Er sah sie als notwendige Institutionen auf Verbraucherseite, um die durch Kartelle noch verstärkte Preisbildungsmacht der Industrie ausgleichen zu können (vgl. *Gerhardt* 1963, S.36). Für die Förderung der Konsumgenossenschaften engagiert er sich auch politisch. Wiederholt tritt er auf genossenschaftlichen Veranstaltungen auf. Während der nationalsozialistischen Regierungszeit plädiert er, trotz der offenkundigen Absicht der Regierung, die Konsumgenossenschaften (wie 1940 dann auch erfolgt) aufzulösen, öffentlich für deren Erhalt (vgl. *Klein* 1963, S.30f.). Nach Kriegsende fordert er, als es darum geht, eine neue Wirtschaftsordnung für das befreite Deutschland zu gestalten, u.a. in Briefen an die SPD für eine verstärkte Einführung des Genossenschaftswesens in Deutschland (vgl. *Nachlass Vershofen*, Ms. 2763).

Die Wurzel seines Engagements für Marktverbände liegt erneut in der Sicht des Individuums. Er argumentiert, die atomistische Sicht, die neoklassische Modelle vom Markt zeichnen, ließe die sozialpsychologische Komponente des Wirtschaftens außer Acht. Der Einzelne fühle sich – z.B. als Kunde – im Markt schwach. Er werde unbefriedigende Erlebnisse durchlaufen, da er häufig das Gefühl entwickeln müsse, er würde von stärkeren Marktparteien ungerecht behandelt (vgl. *Vershofen* 1928, S.152f.). Eine Wir-Vorstellung wirke dem entgegen. Individuen schlossen sich zu Gemeinschaften zusammen, die dadurch Bindung erhalten, dass sie sich gemeinsame Werte, Normen des Verhaltens, geben (vgl. *Vershofen* 1966, S.327). Vershofens Einsatz für das Genossenschaftswesen als Form des Marktverbandes war zutiefst getrieben durch seine ethischen Vorstellungen. Hierzu *Klein* (1963, S.29): Seine aus christlicher Gesinnung gewachsene Hilfsbereit-

schaft, wirtschaftlich abhängigen und schwachen Menschen gegenüber, führten ihn (...) dazu, den Weg der genossenschaftlichen Selbsthilfe zu empfehlen. Der Zusammenschluss der Menschen zu gemeinsamem Handeln war ihm sittliches Gebot.“

3.2.7 Methodik

Ähnlich wie andere deutsche sozialwissenschaftliche Forscher seiner Zeit, Max Weber oder Walter Eucken etwa, griff Vershofen immer wieder auf die idealtypische Betrachtungsweise zurück. Im Gegensatz zu mehr klassifizierenden oder strukturierenden Typologien nutzte Vershofen seinen Ansatz jedoch zur Beweisführung. Der Idealtyp bildet dabei den Ausgangspunkt einer dynamischen Betrachtung, z.B. in *Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe* (1950). An den Anfang seiner Betrachtungsweise stellt Vershofen dort eine Form der Wirtschaft, die so einfach ist, „wie wir sie nur finden oder denken können“ (1950, S.12). Diese primitive Wirtschaftsform sollte von typischer Einfachheit sein und notfalls – sollte sie empirisch nicht nachweisbar sein – konstruiert werden (vgl. *Schäfer* 1951, S.78).

Aufbauend auf dieser Konstruktion unternimmt Vershofen anschließend den Versuch, seine Sicht der Wirtschaftsgeschichte zu präsentieren. Sein Ziel war es, die wirtschaftliche Wirklichkeit als logische Gestalt“ (*Schäfer* 1951, S.80) zu zeigen und dadurch eine allgemeine Wirtschaftslehre zu entwerfen. Im Ergebnis entsteht das Bild eines Entfaltungsprozesses, der sich in seiner Komplexität kontinuierlich und stufenlos steigert. Dieser idealtypische Ansatz, der bspw. im Vergleich mit der typologischen Arbeitsweise Max Webers weniger darauf abstellt, die logische Arbeitsweise evident zu machen, war Vershofen nicht zuletzt deshalb ein Anliegen, weil er aus didaktischen Gründen eine Vereinfachung der Darstellung komplexer Sachverhalte, auch für nicht wissenschaftlich vorgebildete Leser, anstrebte (vgl. *Schäfer* 1951, S.85).

Die Argumentation Vershofens verließ sich also auf geschichtliche Elemente. Sie bezieht aber durch sein gesamtes Werk hindurch auch zahlreiche Disziplinen der Natur- und Sozialwissenschaften mit ein. In Büchern und Artikeln rekurriert er auf Biologie, Physik und Chemie ebenso wie auf Ingenieurwesen und Medizin, Soziologie, Psychologie, Anthropologie und viele andere Forschungsfelder. Häufig sucht er die Analogie oder die Antinomie. Phänomene und Ergebnisse von Nachbardisziplinen werden exemplarisch aufgegriffen, um so auf Zusammenhänge in der Wirtschaft hinzuweisen. Vollkommen fern stand Vershofen die quantitative, einzig auf Statistik gestützte Methodik der anglo-amerikanischen Sozialforschung. Seinen mangelnden Glauben an strikte, allgemeingültige Kausalitäten manifestiert er mehrfach (vgl. u.a. *Vershofen* 1940a, S.8). hingegen un-

terstrich er die Ganzheitlichkeit der Dinge, das Verknüpfung aller Erscheinungen miteinander.

Dennoch baute er durch GfK und IfW einen Apparat auf, der Daten in großem Umfang erhob und auch quantitativ auswertete. Bergler (1960) gibt einen Überblick über die zahlreichen Studien, die umfassendes Zahlenmaterial erbrachten und das aufgrund seines Umfangs bis zur weitgehenden Zerstörung der GfK-Unterlagen in den letzten Jahren des Zweiten Weltkriegs nur in Teilen ausgewertet werden konnte. In seinem Werk „Handbuch der Verbrauchsforschung“ (1940c) fasst Vershofen sein Wissen über Methoden der Verbrauchsforschung zusammen. Er beschreibt dort sowohl qualitative als auch quantitative Ansätze, z.B. die von der GfK begründete Kaufkraftforschung auf Ebene der Finanzamtsbezirke.

Doch es wäre „undenkbar gewesen, dass sich Vershofen mit der Ansammlung von Zahlen begnügt, ja auch nur beschäftigt hätte, wenn es nicht möglich gewesen wäre, über sie hinweg zu Einsichten vorzustoßen, über das Kraftfeld, das der Markt nun einmal ist“ (Hülf, 1965, S.70). Vershofen glaubte nicht an die Genauigkeit der Messung von Motiven und Einstellungen auf Skalen. Daher forderte er, entsprechende Erhebungen müssten stets zumindest durch ausführliche Hintergrundfragen begleitet werden, weil sich hinter zwei identischen Zahlenwerten auf einer Skala zwei grundverschiedene Sachverhalte verstecken könnten.

4. Schlußbetrachtung

Die Aussage, die Betriebswirtschaft räume ihrer eigenen Geschichte keine dominante Rolle ein, ist sicherlich nicht unfundiert. Der Platz, den historische Betrachtungen in führenden Fachzeitschriften einnehmen, ist hierfür ein brauchbarer Indikator. Er ist sehr gering.

Wissenschaft ist eine Kette von Erkenntnissen. Stets werden ihr neue Glieder hinzugefügt. Ob die neuesten Teile auch die stärksten sind, bleibt unsicher. Klar ist jedoch: Um die Kette umfassend nutzbar zu machen, muß man sich ihrer gesamten Länge bewusst sein. Manche der ersten Glieder müssen im Übrigen nicht neu geschmiedet werden; sie sind noch immer recht widerstandsfähig. Bezogen auf die Betriebswirtschaft zeigt sich, daß einige bedeutende Teile der Wissenskette bereits früh geschmiedet wurden. Vershofen hat dabei sicherlich einige noch immer tragfähige Glieder erstellt. Zumindest gingen von ihm Anstöße aus, die bis in unsere Zeit hinein wirken. Das methodische Vorgehen Vershofens mit heutigem Maß zu messen, kann nicht zielführend sein. Hingegen verweist die Rückschau auf einen Hochschullehrer klassischer deutscher Prägung, der sich

nicht auf die Enge seiner eigentlichen Disziplin beschränken mochte. Dies hinderte ihn nicht, in besonderen Bereichen wie der Verbrauchsforschung das Spezialistentum anzustreben. Seine gesamte wirtschaftswissenschaftliche Arbeit war hingegen eingebettet in Tätigkeiten als Schriftsteller, Philosoph und Politiker. Klare Beziehung zwischen den einzelnen Schaffensfeldern sind erkennbar, so dass sich der eingangs formulierte Eindruck der vernetzten Vielfalt im Werk Wilhelm Vershofens bestätigt.

Dieser Beitrag zu Vershofens 125. Geburtstag ist ein Glied in einer langen Kette von Fest- und Reminiszenzschriften. Im Gegensatz zu früheren Gedenkarbeiten entstammt er aber nicht der Feder eines Autors, den Wilhelm Vershofen noch kannte. Mancher Leser mag dies als Schwachpunkt ansehen. In der Tat bringt der persönliche Kontakt mit einem Menschen einen ungleich intensiveren Eindruck als auch noch so gute Quellen ihn zu vermitteln vermögen. Andererseits entstammen Augenzeugenberichte stets der menschlichen Wahrnehmung. Dabei können zwischen zwei Personen beachtliche Unterschiede auftreten. Die Auswertung einer Vielzahl verschiedener Statements und Quellen erlaubt es hingegen, individuelle Wahrnehmungsverschiebungen zumindest teilweise heraus zu filtern. Angesichts der großen Faszination, die er auf viele seiner Weggefährten ausübte, scheint gerade bei Wilhelm Vershofen eine Quersicht daher nicht unvorteilhaft. Eine beachtliche Zahl verfügbarer Zeitzeugenberichte steht dem interessierten Leser zur vertiefenden Lektüre bereit.

Literaturverzeichnis

- Akten des Stadtrats Nürnberg, Personalakte C18/II PAn 7248, Stadtarchiv Nürnberg.
- Akten des Stadtrats Nürnberg, Akte C7/VII KR 4864, Stadtarchiv Nürnberg
- Berekoven, L. (1979): Die Bedeutung Wilhelm Vershofens für die Absatzwirtschaft, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 25.Jg., Heft 1, S.2-10.
- Bergler, G. (1949): Kultur und Wirtschaft. Eine Festgabe zum 70. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, Berlin : Albert Nauck & Co.
- Bergler, G. (1958a): Vorwort, in: Vershofen, W.: Der Fenriswolf. Eine Finanznovelle, Neuauflage, Nürnberg : Privatdruck im Auftrag der GfK – Gesellschaft für Konsumforschung e.V.
- Bergler, G. (1958b): Marktforschung und Motivforschung. Zum 80. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 28.Jg., Nr.12, S.727-734.
- Bergler, G. (1960): Die Entwicklung der Verbrauchsforschung in Deutschland und die Gesellschaft für Konsumforschung bis zum Jahre 1945, Kallmünz : Verlag Michael Laßleben.
- Bergler, G. (1963): Geschichte der Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften Nürnberg 1919-1961, 1. Band, Nürnberg : Lorenz Spindler Verlag.
- Bergler, G. (1965a): Die Frage nach dem Sinn, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten – Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.13-26.
- Bergler, G. (1965b): Wie sie ihn erlebten – Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.13-26.

- Bergler, G.; Erhard, L. (1939): Marktwirtschaft und Wirtschaftswissenschaft. Eine Festgabe aus dem Kreise der Nürnberger Schule zum 60. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, Berlin : Deutscher Betriebswirte-Verlag.
- Bergler, G.; Olesch, T. (1949): Die Schriften Wilhelm Vershofens, in: Bergler, G. (Hrsg.): Kultur und Wirtschaft, Köln : Verlag Albert Nauck & Co.
- Brose, H.W. (1957): Ein Brief als Einführung, in: Vershofen, W.: Freie Zeit für den schöpferischen Menschen, Frankfurt a.M. : Privatdruck im Auftrage von Hanns W. Brose.
- Der Nürnberger Schülerkreis (1937): Leitsätze der Nürnberger Schule, in: o. Hrsg.: Festgabe für Wilhelm Vershofen, Nürnberg, S.94-96.
- Ditterich, J.M. (1939): Wilhelm Vershofen – 60 Jahre alt!, in: Bergler, G.; Erhard, L. (Hrsg.): Marktwirtschaft und Wirtschaftswissenschaft. Eine Festgabe aus dem Kreis der Nürnberger Schule zum 60. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, Berlin 1939, S.7-25.
- Ebert, G. v. (1940): Ansprache, in: Hindenburg-Hochschule Nürnberg, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Hrsg.): Ansprachen und Festvortrag bei der feierlichen Einweihung des umgestalteten Kollegienhauses der Hindenburg-Hochschule Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Anwesenheit des Reichsministers für Wissenschaft, Erziehung und Volksbildung am 7. Mai 1940, Nürnberg.
- Feuerhake, C. (1991): Konzepte des Produktnutzens und verwandte Konstrukte in der Marketingtheorie, Arbeitspapier Nr.22, Universität Hannover.
- Fischer, H. (1965): Muß die „Nürnberger Nutzenleiter“ repariert werden?, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis: Wie sie ihn erlebten, Nürnberg : Frankenverlag Lorenz Spindler, S.51-57.
- Ford, H. (1923): Mein Leben und Werk, Leipzig : List.
- Fuchs, H. (1994): Handelshochschule unterm Hakenkreuz., Die Hindenburg-Hochschule in der Stadt der Reichsparteitage, in: Büchert, G.; Fuchs, H.; Löw, P. (Hrsg.): Kleine Geschichte einer großen Fakultät. 75 Jahre Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Nürnberg, Nürnberg : Selbstverlag der Autoren, S.35-57.
- Gerhardt, H. (1963): Das genossenschaftliche Prinzip, ein Grundelement moderner Wirtschafts- und Gesellungs-gestaltung im Sinne von Vershofen, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (1963): Seiner Zeit voraus. Eine Erinnerungsschrift an Wilhelm Vershofen zu seinem 85. Geburtstag am 25.12.1963, Nürnberg : Necessitas-Verlag, S.35-42.
- Grünwald, R. (1963): Was ich Vershofen verdanke. Erlebtes aus fünfundzwanzig Jahren Zusammenarbeit, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (1963): Seiner Zeit voraus. Eine Erinnerungsschrift an Wilhelm Vershofen zu seinem 85. Geburtstag am 25.12.1963, Nürnberg : Necessitas-Verlag, S.11-19.
- Frünwald, R. (1979): Werttheoretische Gedanken Vershofens zur Situation unserer Zeit, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V. (Hrsg.): Wilhelm Vershofen 1878-1978. Gedenkschrift zu seinem 100. Geburtstag von seinen Schülern und Freunden, Nürnberg : Privatdruck, S.112-114.
- Hindenburg-Hochschule Nürnberg, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (Hrsg.) (1935): Hindenburg-Hochschule Nürnberg, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Nürnberg : Verlag Karl Ulrich, S.6.
- Homburg, C. (1998): Die Rolle der deutschen Betriebswirtschaftslehre im internationalen Vergleich, in: WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 27. Jg., Heft 8, S.386-393.
- Hahn, O. (1979): Festschrift zum Hundertsten Geburtstag von Wilhelm Rieger und Wilhelm Vershofen, Nürnberg : Betriebswirtschaftliches Institut.
- Hahn, O. (1990): Alfred Isaac zum Gedächtnis, Veröffentlichungen des Lehrstuhls für Allgemeine, Bank- und Versicherungs-Betriebswirtschaftslehre an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Heft 61, Nürnberg.
- Hülf, L. (1965): Die Ganzheit der Dinge, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten – Wilhelm

- Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.-71.67.
- Isaac, A. (1923): Die Entwicklung der wissenschaftlichen Betriebswirtschaftslehre in Deutschland seit 1898, Berlin : Industrieverlag Spaeth & Linde, S.32-36.
- Klein, F. (1963): Professor Wilhelm Vershofen – der Genossenschafter, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (1963): Seiner Zeit voraus. Eine Erinnerungsschrift an Wilhelm Vershofen zu seinem 85. Geburtstag am 25.12.1963, Nürnberg : Necessitas-Verlag, S.S.29-33.
- Klein-Blenkers, F.; Reiß, M. (1993): Geschichte der Betriebswirtschaftslehre, in: Wittmann, W.; Kern, W.; Köhler, R. (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre, Band 1, 5.Aufl., Stuttgart 1993, Sp.1417-1433.
- Kosiol, E. (1940): Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftspraxis, in: o.V.: Ansprachen und Festvortrag bei der feierlichen Einweihung des umgestalteten Kollegienhauses der Hindenburg-Hochschule Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Anwesenheit des Reichsministers für Wissenschaft, Erziehung und Volksbildung am 7. Mai 1940, Nürnberg.
- Krieger, T. (1965): Damals – als das Abenteuer begann, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten: Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg : Frankenverlag Lorenz Spindler, S.101-105;
- Lehmann, M.R. (1937): Der Leistungsgedanke in der Marktordnung, in: Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung, 33.Jg., Heft 2.
- Linhardt, H. (1965): Wilhelm Vershofen - wie ich ihn sah, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten - Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.143-148.
- Linhardt, H. (1975): Wilhelm Vershofens Geldauffassung und Konjunkturansicht, Stuttgart : Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V..
- Luppe, H. (1977): Mein Leben, Nürnberg : Selbstverlag des Stadtrats.
- Mayr, K.S. (1935): Revisionsbericht, Leipzig.
- Meffert, H. (2002): Marketing-Geschichte, in: Diller, H. (Hrsg.): Vahlens Großes Marketing-Lexikon, München : Vahlen, S.976-979.
- Meridies, W. (1959): Wilhelm Vershofen. Ein rheinisch-westfälischer Dichterphilosoph der Gegenwart, Stuttgart : Necessitas-Verlag, S.7-8.
- Meyer, R. (1965): Wilhelm Vershofen, der Architektur als Dichtung erlebte, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten – Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.149-154.
- Meyer-Krahmer, M. (1989): Carl Goerdeler und sein Weg in den Widerstand, Freiburg : Herder Verlag, S.144.
- Moser, H. (1962): Wilhelm Vershofens Beitrag zu einer Theorie des Verbraucherverhaltens, Duncker & Humblot : Berlin.
- Nachlass Vershofen, Universitätsarchiv der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Ms. 2763.
- o. Hrsg. (1937): Festgabe für Wilhelm Vershofen, herausgegeben von seinen Nürnberger Schülern, Leipzig : Spamer Druck.
- Ott, W. (1979): Vershofen und die GfK-Nürnberg, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V. (Hrsg.): Wilhelm Vershofen 1878-1978. Gedenkschrift zu seinem 100. Geburtstag von seinen Schülern und Freunden, Nürnberg : Privatdruck, S.49-52..
- Packard, V. (1957): The hidden persuaders, New York : McKay
- Rauch, K. (1928): Wilhelm Vershofen, in: unbekanntes Druckstück, S.5-6, in: Akten des Stadtrats Nürnberg, Personalakte C18/II PAn 7248, Stadtarchiv Nürnberg.
- Rogner, E. (1965): Begegnungen mit Vershofen, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten: Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg : Frankenverlag Lorenz Spindler, S.169-175,

S.170f.

- Rogner, E. (1965): Begegnungen mit Vershofen, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten: Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg : Frankenverlag Lorenz Spindler, S.169-175.
- Schäfer, M. (1951): Die logische Struktur des Idealtypus bei Max Weber, Walter Eucken und Wilhelm Vershofen, Dissertationsschrift, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Nürnberg.
- Schneider, D. (1997): Geschichte der Betriebswirtschaftlehre, WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 26. Jg., Heft 10, S.490-500.
- Schneider, H.J. (1949): Wilhelm Vershofen, der Philosoph des wirtschaftenden Menschen, in: Bergler, G. (Hrsg.): Kultur und Wirtschaft. Eine Festgabe zum 70. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, S.73-114.
- Skowronnek, K. (1965): Begegnung mit Vershofen, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten – Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg 1965, S.177-179.
- Tigges, W. (1959): Ohne Titel, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, 5. Jg., Heft 4, S.287-299.
- Vershofen, W. (1914): Der Fenriswolf. Eine Finanznovelle, Jena : Verlag Eugen Diederichs.
- Vershofen, W. (1917): Das Weltreich und sein Kanzler, Jena : Verlag Eugen Diederichs.
- Vershofen, W. (1920): Außenhandelsbilanz und Valuta, Heft 11 der Schriftenreihe „Das Neue Reich“, Gotha : Verlag F.A. Perthes.
- Vershofen, W. (1922): Wertpegel und Zahlungsmittel, in: Keramos, Heft 1, S.51-53.
- Vershofen, W. (1924a): Die Statistik der Wirtschaftsverbände, Nürnberg : Verlag Hochschulbuchhandlung.
- Vershofen, W. (1924b): Die Goldinflation in den Vereinigten Staaten, in: Wirtschaft und Gesellschaft. Festschrift für Franz Oppenheimer, Frankfurt : Verlag Sozietätsdruckerei.
- Vershofen, W. (1925): Über das Verhältnis von technischer Vernunft und wirtschaftlicher Wertung. Ein Beitrag zum Problem des Fordismus, Rede zur Übernahme des Rektorats der Handelshochschule Nürnberg, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Bamberg : Keramos-Verlag.
- Vershofen, W. (1927): Die Grenzen der Rationalisierung. Gesammelte Aufsätze und Vorträge, Nürnberg : Verlag der Hochschulbuchhandlung Krische & Co.
- Vershofen, W. (1928): Die Marktverbände, Teil I, Nürnberg : Verlag der Hochschulbuchhandlung Krische & Co.
- Vershofen, W. (1929a): Wahrung berechtigter Interessen, in: Der Markt der Fertigware, Heft 3, S.180-182.
- Vershofen, W. (1929b): Qualität und Vergleichbarkeit von Exportwaren, in: Der Markt der Fertigware, Heft 1, S.25-38 und Heft 2, S.102-105.
- Vershofen, W. (1934a): Licht im Spiegel, Köln : Staufens-Verlag.
- Vershofen, W. (1934b): Der Konsument hat den Trumpf, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 10, Teil A, S.142-143.
- Vershofen, W. (1934c): Für den Markenartikel, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 11, Teil A, S.177-186.
- Vershofen, W. (1934d): Neue Wege der Wirtschaftswissenschaft, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 6, Teil A, S.89-94.
- Vershofen, W. (1934e): Das Problem der Verbrauchsbelebung (The Deane Plan), in: Die Deutsche Fertigware, Heft 1, Teil B, S.12-16.
- Vershofen, W. (1934f): Förderung der Verbraucherinteressen, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 1, Teil A, S.17-21.

- Vershofen, W. (1936): Verbrauchsforschung in qualitativer Hinsicht, in: Flaskämper, P.; Blind, A. (Hrsg.): Beiträge zur deutschen Statistik. Festgabe für Franz Zizek zur 60. Wiederkehr seines Geburtstages, Leipzig : Verlag Hans Buske, S.49-57.
- Vershofen, W. (1938): Der Verbraucher und die Rohstoffe, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 12, Teil A, S.181-182.
- Vershofen, W. (1938b): Fußnote „über Verbrauchsforschung“, in: Die Deutsche Fertigware, Heft 3/4, Teil A, S.46-47.
- Vershofen, W. (1939a): Randbemerkungen zum Thema „Gerechter Preis“, in: Markt und Verbrauch, Heft 4, S.147-157.
- Vershofen, W. (1939b): Randglossen, in: Markt und Verbrauch, Heft 9/10, 385-394.
- Vershofen, W. (1939c): Konsumforschung, in: o. Hrsg.: Marktforschung als Gemeinschaftsaufgabe für Wissenschaft und Wirtschaft. Festgabe für Conrad Hermann, Wuppertal : Privatdruck.
- Vershofen, W. (1940a): Betrachtungen zu Beginn eines neuen Jahrzehnts, in: Markt und Verbrauch, Heft 1/2, S.1-14.
- Vershofen, W. (1940b): Randbemerkungen, in: Markt und Verbrauch, Heft 9/10, S.193-202.
- Vershofen, W. (1940c): Handbuch der Verbrauchsforschung. Erster Teil: Grundlagen, Berlin : Carl Heymanns Verlag.
- Vershofen, W. (1941a): Tatsachen und Meinungen, in: Markt und Verbrauch, Heft 5/6, S.118-124.
- Vershofen, W. (1941b): Versuch einer Klärung der Problematik der deutschen Verbrauchsforschung, in: Markt und Verbrauch, Heft 7/8, S.159-161.
- Vershofen, W. (1942a): Das Jahr eines Ungläubigen, Stuttgart : Deutsche Verlags-Anstalt.
- Vershofen, W. (1942b): Rechnen und Verstehen, in: Markt und Verbrauch, Heft 9/10, S.185-199.
- Vershofen, W. (1942c): Zur Praxis der Meinungsforschung in den USA, in: Markt und Verbrauch, Heft 9/10, S.200-205.
- Vershofen, W. (1943): Zum Problem der Qualität, in: Markt und Verbrauch, Heft 1/2, S.7-16.
- Vershofen, W. (1947): Einführung in die Gesellungs- und Wirtschaftslehre, Nürnberg : Privatdruck.
- Vershofen, W. (1948): Die sittlichen Grundlagen der Konsumgenossenschaft, Verlag des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften für das Vereinigte Wirtschaftsgebiet.
- Vershofen, W. (1950): Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe, 2.Aufl., Wiesbaden : Necessitas-Verlag.
- Vershofen, W. (1955): Der unbefriedigte Verbraucher, Abdruck aus Barkeley – Buquet – Duttweiler: Sozialisierung, Unternehmerinitiative und Produktivität in Europa, Darmstadt : Leske Verlag.
- Vershofen, W. (1957): Freie Zeit für den schöpferischen Menschen, Frankfurt a.M. : Privatdruck im Auftrag von Hanns W. Brose.
- Vershofen W. (1959a): Die Marktentnahme als Kernstück der Wirtschaftsforschung, Berlin : Carl Heymanns Verlag.
- Vershofen, W. (1959b): Preis und Nutzen, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, Heft 1, S.1-6.
- Vershofen, W. (1966): Erlebnis und Verklärung, in: Vershofen W. (Hrsg.): Philosophische Schriften, München : List Verlag, S.301-471.
- Walter, W. (1963): Wilhelm Vershofen auf Haus Nieland in Hopsten, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (Hrsg.): Seiner Zeit voraus. Eine Erinnerungsschrift an Wilhelm Vershofen zu seinem 85. Geburtstag am 25.12.1963, Nürnberg : Necessitas-Verlag, S.7-10, S.7f.

- Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (1963): Seiner Zeit voraus. Eine Erinnerungsschrift an Wilhelm Vershofen zu seinem 85. Geburtstag am 25.12.1963, Nürnberg : Necessitas-Verlag.
- Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft (1979): Wilhelm Vershofen 1878-1978. Gedenkschrift zu seinem 100. Geburtstag von seinen Schülern und Freunden, Nürnberg : Privatdruck.
- Winckler, J. (1949): Der Dichter, in: Bergler, G. (Hrsg.): Kultur und Wirtschaft. Eine Festgabe zum 70. Geburtstag von Wilhelm Vershofen, Berlin : Albert Nauck & Co., S.9-17.
- Winckler, J. (1965): Wilhelm Vershofen als Mensch, Gelehrter und Dichter, in: Bergler, G. (Hrsg.): Wie sie ihn erlebten: Wilhelm Vershofen zum Gedächtnis, Nürnberg : Frankenverlag Lorenz Spindler, S.27-33.
- Wiswede, G. (1973): Motivation und Verbraucherverhalten, München.
- Zimmerer, C. (1979): Zum Oppositionsführer ernannt, in: Wilhelm-Vershofen-Gesellschaft e.V. (Hrsg.): Wilhelm Vershofen 1878-1978. Gedenkschrift zu seinem 100. Geburtstag von seinen Schülern und Freunden, Nürnberg : Privatdruck, S.80.