

Bachelorstudium BWL

Übung zur Vorlesung Käuferverhalten

Übungsblatt 5: Moderatoren des Käuferverhaltens: Persönliche, soziale und kulturelle Determinanten

Aufgaben:

1. Was versteht man unter **Moderation**? Skizzieren Sie einen Moderationseffekt und geben Sie ein Beispiel für eine **kaufverhaltensrelevante Moderator-Variable**.
2. Differenzieren Sie zwischen **Persönlichkeit** und **Prädisposition**. Verdeutlichen Sie das **Fünf-Faktoren-Modell** („Big Five“) der Persönlichkeit anhand von Unternehmensbeispielen.
3. Nutzen Sie den **AIO-Ansatz** um den LOHAS (*Lifestyle of Health and Sustainability*) zu skizzieren.
4. **Zeigen** Sie den Unterschied zwischen **sozialen Primär- und Sekundär-Gruppen** anhand von jeweils zwei Beispielen auf. Welche der beiden Gruppen hat einen größeren **Einfluss auf das Kaufverhalten von Kindern**?
5. Welche **Methoden** lassen sich zur **Erfassung von Sozialen Einflüssen** verwenden und welche Vor- und Nachteile haben diese?
6. Grenzen Sie **Kultur, Subkultur** sowie **soziale Schicht** voneinander ab und geben Sie jeweils ein Beispiel.
7. Suchen Sie nach Beispielen für die **Verwendung von Werten** in der Marketingkommunikation zur Beeinflussung des Käuferverhaltens.