

marketing⁺

UNIVERSITÄT SIEGEN

Wintersemester 19/20

- Käuferverhalten -

Übung 1

Kontakt

Katja Wagner
Universität Siegen
Professur für Marketing und Handel
Unteres Schloß 3 (US-A 145)
57072 Siegen

Tel.: 0271-740 5234

E-Mail: katja.wagner@uni-siegen.de

Sprechstunde nach vorheriger Terminvereinbarung per E-Mail.

Zusammenarbeit

- seitens der Übungsleiter -

- Übung und Klausurvorbereitung
- Setzung von Schwerpunkten
- Beispiele Papers
- Präsentation von Lösungen (Wissen steigern)
- Beantwortung jeglicher Fragen

Zusammenarbeit

- seitens der Studierenden -

- Mitnahme der Übungsblätter für eine gemeinsame Bearbeitung
- Aktive Mitarbeit bei der Beantwortung der Übungsaufgaben
- Äußerung von Unklarheiten und Fragen
- Offenheit für Feedback
- Angenehme Arbeitsatmosphäre, unabdingbar ist dafür ein geringer Geräuschpegel

Übersicht

- Termine* -

- 22.10.2019 Übung 1 - Grundlagen
- 05.11.2019 Übung 2 - Verhaltenswissenschaftliche Ansätze
- 19.11.2019 Übung 3 - Psychologische Erklärungsansätze
- 03.12.2019 Übung 4 - Psychologische Erklärungsansätze
- 17.12.2019 entfällt
- 07.01.2020 Übung 5 - Typen von Kaufentscheidungen
- 14.01.2020 Übung 6 - Kaufprozesse bei Organisationen
- 28.01.2019 Übung 7 - Klausurvorbereitung

Dienstags, 14-tägig jeweils von 14:00 – 16:00 Uhr, US-F 304

* Inhalte unter Vorbehalt

Aufgabe 1

Grenzen Sie die Begriffe **Käuferverhalten** und **Konsumentenverhalten** voneinander ab und **zeigen** Sie kurz **drei** Bereiche bzw. **Anwendungsfelder** der Käuferverhaltensforschung auf.

Käuferverhalten:

Konsumentenverhalten:

Bereiche/Anwendungsfelder:

1.

2.

3.

Aufgabe 2

Die Käuferverhaltensforschung ist durch verschiedenartige Herausforderungen geprägt. **Zeigen** Sie kurz die **Herausforderungen** auf, die sich einerseits durch die **Entwicklung des Umfeldes** sowie andererseits durch den **dynamischen Wandel** des Verhaltens von Kunden ergaben bzw. ergeben. **Erläutern** Sie in diesem Zusammenhang, was unter einem **multi-optionalen Verhalten** zu verstehen ist.

Herausforderungen durch:

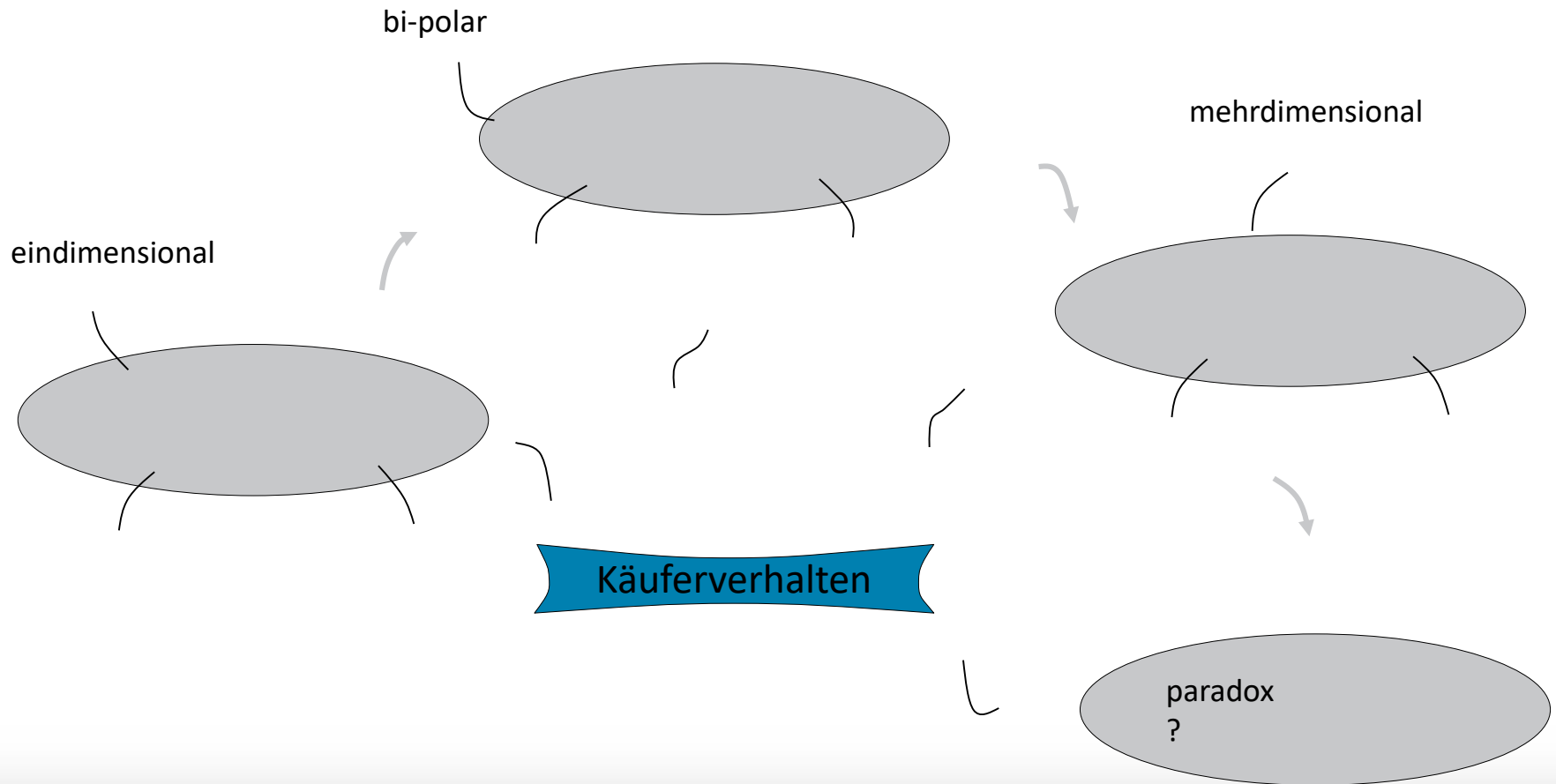
Entwicklung des Umfeldes

-

-

-

Herausforderungen durch: Dynamischer Wandel



Multioptionales Verhalten:

Mehrdimensionales Konsumentenverhalten

zeitpunktbezogen

„Multioptionalität“

-
-
-

zeitablaufbezogen

„Variety Seeking“

- Wechselneigung im Zeitablauf
- Überwindung von Langeweile
- Suche nach „Neuem“

Aufgabe 3

Die Relevanz und die Besonderheiten des Kaufverhaltens können auf der praktischen und der theoretischen Ebene ausgemacht werden.

Nennen Sie die **wesentlichen Institutionen** (wissenschaftliche Organisationen der Kundenforscher) und je **vier wissenschaftliche** und **anwendungsorientierte Publikationsorgane** der Kaufverhaltensforschung.

wesentlichen Institutionen:

-
-
-
-
-

Aufgabe 4

Träger und Grundtypen von Kaufentscheidungen:

a) **Charakterisieren** Sie die **vier Grundtypen** von Kaufentscheidungen, die sich ergeben, wenn man diese erstens nach dem **Träger der Kaufentscheidung** und zweitens nach der Zahl der an der Entscheidung **beteiligten Personen** differenziert. Verdeutlichen Sie Ihre Ausführungen jeweils mit **einem anschaulichen Beispiel**.

| | Individuell | Kollektiv |
|--------------|-------------|-----------|
| Konsument | | |
| Organisation | | |

Aufgabe 4

Träger und Grundtypen von Kaufentscheidungen:

b) Inwiefern fällt diese **idealtypische Differenzierung** in der **Unternehmensrealität** komplexer aus? Gehen Sie auf die **Vielfalt der realen Träger** von Kaufentscheidungen und die **Komplexität der Entscheidungsstrukturen** ein.

Aufgabe 5

Beschreiben Sie jeweils **fünf Merkmale/Besonderheiten privater** und **organisationaler Kaufentscheidungen**, indem Sie diese **nennen, kurz erläutern** und eine **Gegenüberstellung** der jeweils vergleichbaren Merkmale vornehmen, um die Unterschiede hervorzuheben.

| Privates Käuferverhalten | Organisationales Käuferverhalten |
|--------------------------|----------------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Aufgabe 6

Erläutern Sie das Phänomen der **dualen Persönlichkeit** und **verdeutlichen** Sie Ihre Ausführungen an einem **Beispiel**.

| Privater Handlungsspielraum | Beruflicher Handlungsspielraum |
|-----------------------------|--------------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |