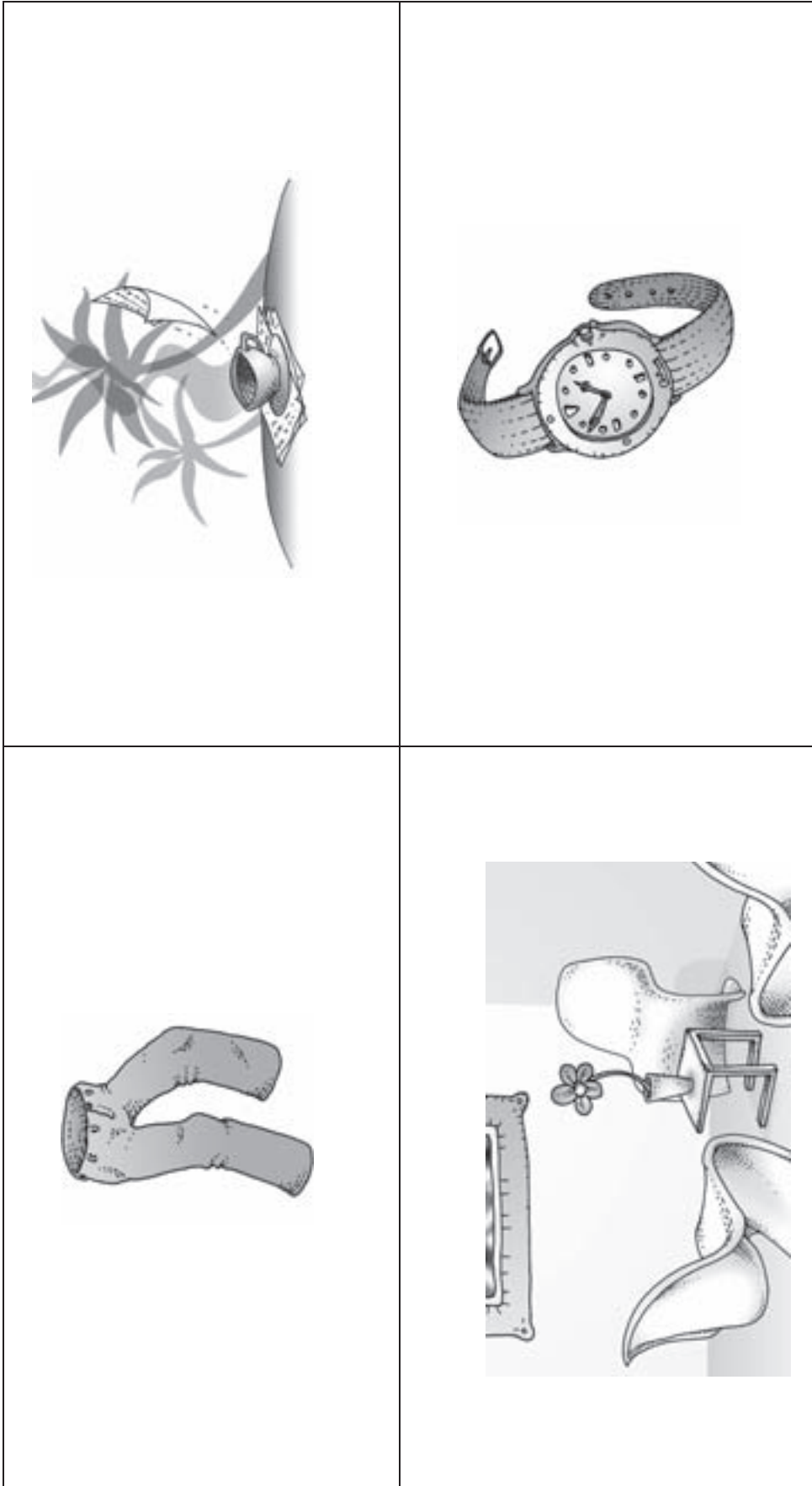




Modul 3



Symbolik von Gütern *)



*) Blatt kopieren und die Felder ausschneiden.



Elektrogeräte im Vergleich

Geschirrspüler

Gerätetyp	Produkt- information	Wasser- verbrauch	Strom- verbrauch	Lärmbelastung in Dezibel	Preis

**Aufgaben für die Supermarkterkundung*)****1. Erkunden Sie die unterschiedlichen Verpackungsmaterialien bei den im Supermarkt erhältlichen Produkten.**

- Welche Produkte sind wie verpackt?
- Finden Sie Mogelverpackungen?
- Welche Produkte sind in Mogelpackungen?
- Wie stark ist die Nutzung der Verpackung als Werbefläche?
- Argumentieren Sie die Vor- und Nachteile dieser Verpackungen für die jeweiligen Produkte.
- Finden Sie Zusammenhänge zwischen Produkten und Farben auf Verpackungen?
- Finden Sie Verpackungen, die Ihrer Meinung nach geschlechtsspezifische Eigenschaften aufweisen.

2. Erkunden Sie die Produktpalette für biologische Produkte (nicht nur Lebensmittel).

- Mit welchen Symbolen wird der Eindruck „Natur“ vermittelt?
- Welche Produkte werben mit „bio“ oder „naturecht“ oder anderen Reizwörtern?
- Schauen Sie bei Lebensmitteln genau auf die Produktkennzeichnung – wird sie eingehalten?
- Wie sieht der Preisvergleich mit einem vergleichbaren Nicht-Bio-Produkt aus?

3. Sonderangebote locken Kunden in den Supermarkt.

- Wie werden die Sonderangebote angepriesen?
- Wo werden Sie angeboten?
- Welche Produkte werden als Sonderangebote angeboten?
- Welche Produkte finden sich in unmittelbarer Nachbarschaft von Sonderangeboten?

4. Vergleichen Sie 10 Markenartikel mit „No name-Ware“ aus unterschiedlichen Produktgruppen.

- Hinsichtlich der Preisgestaltung
- In der Zusammensetzung
- In der Verpackungsart
- Hinsichtlich der Produktinformation

5. Erkunden Sie die Werbestrategien des Supermarktes!

- Wo finden sich die Frischwaren?
- Wie sieht die räumliche Gestaltung des Supermarktes aus?
- Welche Waren finden sich in den Reckzonen, den Bückzonen, den Griffzonen und den Sichtzonen?
- Wie ist der Kassenbereich gestaltet?
- Schauen Sie auf das Publikum. Welche Altersgruppe befindet sich vorwiegend im Supermarkt?
- Welche Musik wird gespielt?
- Wie sehen die Einkaufswagen aus?
- Notieren Sie die Zeit, in der Sie den Supermarkt besucht haben.

*) Blatt kopieren und die Felder ausschneiden



Fallbeispiele für Konflikte bei der Kaufentscheidung

1. Herr Mayer will ein Auto kaufen: Eigentlich will er ein Auto mit hohem Prestigewert kaufen, gleichzeitig steht auch die Frage der Sicherheit für ihn sehr stark im Vordergrund. Wie wird sich Herr Mayer entscheiden?

2. Frau Mayer kauft Kaffee ein: Sie mag sowohl die Kaffeemarke A, B, C, und D. Wenn sie jedoch genauer nachdenkt, mag Frau Mayer Marke A wegen der Verpackung, Marke B weil es ein Bio-Produkt ist, Marke C hat sie schon als Jugendliche getrunken und Marke D – ja auf diese ist sie neugierig, weil sie neu am Markt ist. Welche Motive werden siegen?

3. Christian, 19 Jahre, möchte sich ein neues Snowboard kaufen. Er sah die Snowboard-WM und war vom Board XY des Weltmeisters ziemlich angetan. Eigentlich kann er aber nicht so viel Geld, wie dieses Markenbrett kosten würde, locker machen. Ein Hit wär's schon. Soll er, soll er nicht? Bretter mit ähnlichem Aufbau gibt es auch schon um das halbe Geld. Was würden seine Freunde sagen, wenn er sich für das No-name-Modell entscheidet?

4. Andi ist ein bewusst lebender Mensch und ziemlich sparsam. Heute jedoch muss er sich was gönnen! Er schlendert durch die Stadt, schaut interessiert in die Auslagen und weiß eigentlich nicht so recht, was er haben möchte, was er auch wirklich braucht. Die Zeit verrinnt, sie wird immer knapper – noch immer nichts erstanden? Plötzlich, da die Auslage – sie spricht ihn an! Soll er, soll er nicht? Wie ferngesteuert betritt er das Geschäft. Schon kommt ein höflicher Verkäufer und fragt ihn nach seinem Wunsch. Wie wird Andi jetzt weiter agieren?

Lösungen, wie zum Beispiel eins angeführt, sollen zu den Fällen gefunden und diskutiert werden.

Der gedankliche Konflikt von Herrn Mayer kann verschiedene Verhaltensweisen auslösen: es wird impulsiv ein Ersatzprodukt gekauft (also weder A noch B), der Kauf wird aufgeschoben mit weiterer Informationssuche oder das Anspruchsniveau wird gesenkt und auf das Altbewährte zurückgegriffen.

Dieser Konflikt schlägt sich in einer Verlängerung der Entscheidungszeit für das Produkt und in einer Intensivierung der Informationsverarbeitung nieder oder es wird impulsiv gekauft.

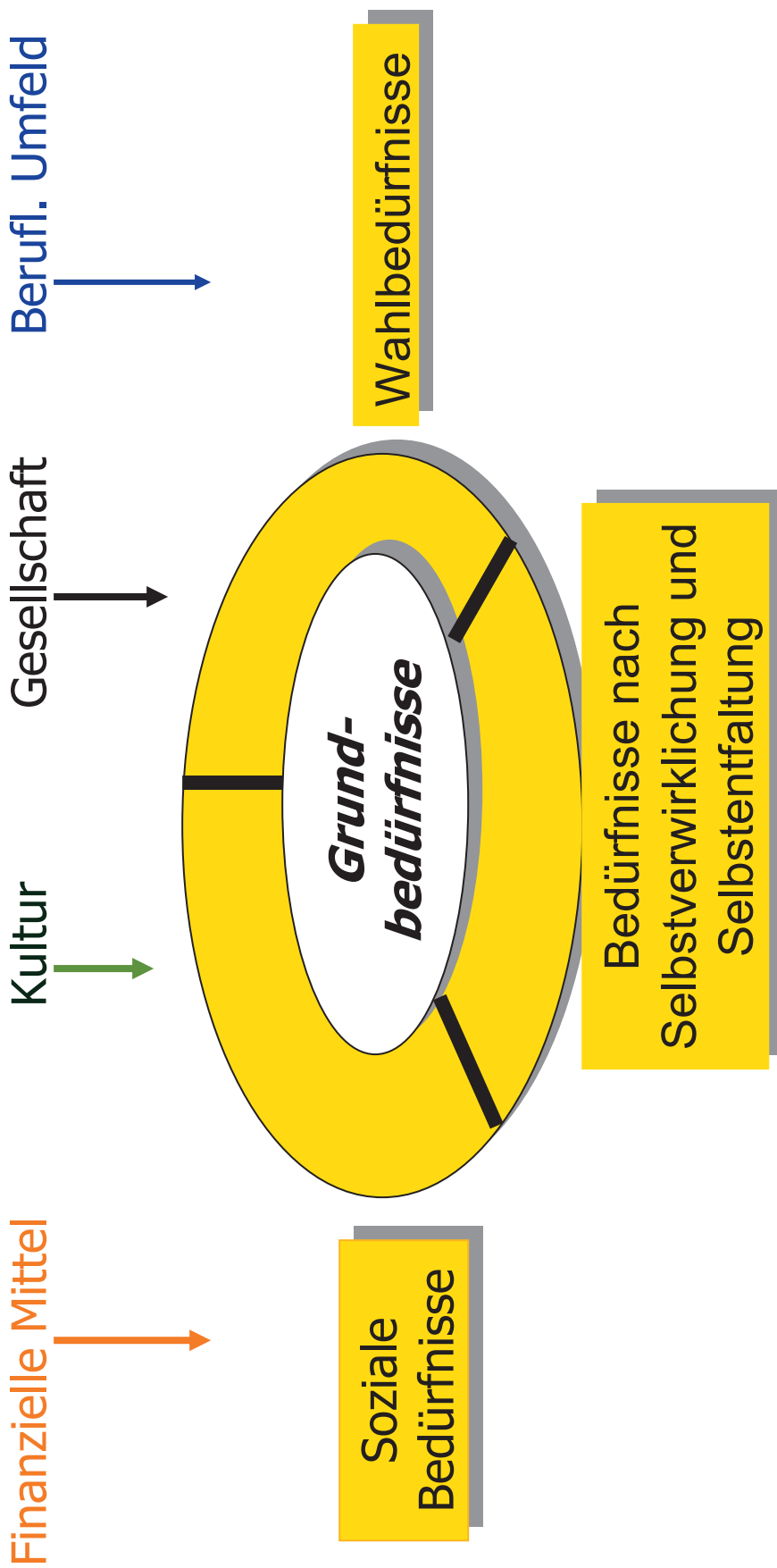


Wie KonsumentInnen handeln...

- Präferenzen übertragen
- Eigenschaften von Produkten mit anderen Produkten verbinden
- Spezifische Aufnahme von Informationen
- Markentreue
- Geschlechtsspezifische Entscheidungen
- Kinder beeinflussen Kaufentscheidungen
- Mehr persönliche Kontakte bei Risikokäufen



Arten der Bedürfnisse





Unterschiede zwischen Impulskauf und Käufen mit hoher Kontrolle

	Impulskauf	Überlegter Einkauf
Werbemittel	eher Bilder	eher Sprache
Zeitdauer für den Einkauf	kurz	lang
Informationsinput aus der Sicht der Konsumenten	gering	hoch
Aufnahme von Information	eher passiv	eher aktiv
Gewohnheitsfaktor	hoch	gering
Ausgabenbereitschaft	hoch	gering



Unterschiede zwischen Impulskauf und Käufen mit hoher Kontrolle

	Impulskauf	Überlegter Einkauf
Werbeinhalt	Identifikation mittels Logo, Label (Marke)	Argumente
Emotionale Aktivität	hoch	gering
Reizsteuerung	hoch	gering
Beeinflussung durch soziale Umwelt	gering	mittel
Rücksichtnahme auf die Mitwelt	gering	hoch

