



KLAUSUR: KÄUFERVERHALTEN WS 95/96
PRÜFER: PROF. DR. B. ERICHSON

Als Hilfsmittel sind zugelassen: keine Hilfsmittel

Die folgenden 5 Aufgaben sind alle zu bearbeiten (Sollbearbeitungszeit je Aufgabe: 12 Min.):

Aufgabe 1:

Howard/Sheth unterscheiden drei Typen von Kaufentscheidungen, die im Lebenszyklus eines Produktes unterschiedlich stark zutage treten.

- Erläutern Sie die drei Typen von Kaufentscheidungen am Beispiel gebrauchsfertiger Mundspülungen!
- Skizzieren Sie die Veränderung der Verteilung der Kaufentscheidungstypen im Produktlebenszyklus am Beispiel gebrauchsfertiger Mundspülungen!
- Welche vier wesentlichen Determinanten beeinflussen die Art der Kaufentscheidung? Erläutern Sie auch diese am Beispiel gebrauchsfertiger Mundspülungen!

Aufgabe 2:

Skizzieren Sie die Bedeutung des Involvement-Konstrukts für das Käuferverhalten!

Aufgabe 3:

- Erläutern Sie die Begriffe Einstellung, Präferenz und Image am Beispiel des Geschirrspülmittels "Frosch"!
- Wie lassen sich diese Konstrukte messen?
- Welche Probleme ergeben sich hinsichtlich der Verhaltensrelevanz dieser Konstrukte bei umweltfreundlichen Produkten?

Aufgabe 4:

- Was versteht man unter Multidimensionaler Skalierung und wozu wird sie im Marketing eingesetzt?
- Welches Gütekriterium wird bei der klassischen Multidimensionalen Skalierung herangezogen und wie verändert sich dieses mit der Zahl der Dimensionen?
- Vergleichen Sie die klassische Multidimensionale Skalierung mit der faktoriellen Positionierung hinsichtlich Datengewinnung, Methodik und Ergebnisinterpretation!

Aufgabe 5:

- Welche lerntheoretischen Ansätze gibt es?
- Erläutern Sie das Prinzip der emotionalen Konditionierung!
- Welche praktische Bedeutung kommt diesem Prinzip zu?