



KLAUSUR: KÄUFERVERHALTEN SS 2005

PRÜFER: PROF. DR. B. ERICHSON (PRÜF. NR. 2181)

Als Hilfsmittel sind zugelassen: keine

Die folgenden Aufgaben sind alle zu bearbeiten. (Die Sollbearbeitungszeit ist für jede Aufgabe angegeben und entspricht der jeweiligen Punktezahl.) Der Klausuraufgabenbogen umfaßt 2 Seiten!

Aufgabe 1 (10 Punkte)

- a) Aus welchen verhaltenswissenschaftlichen Disziplinen gewinnt die Käuferverhaltensforschung ihre Erkenntnisse?
- b) Skizzieren Sie Grundelemente der Psychoanalyse nach S. Freud! Welches Anwendungspotential besitzt sie für das Marketing und welche Kritik wird vorgebracht?
- c) Geben Sie einen Überblick über die wichtigsten Rahmenbedingungen, die auf heutigen Konsumgütermärkten vorzufinden sind!

Aufgabe 2 (10 Punkte)

- a) Nennen Sie grundlegende Emotionen und erläutern Sie den Zusammenhang zwischen Emotion und Aktivierung!
- b) Zeigen Sie, wie das Erlebniskonzept „Karibikerlebnis“ multisensual vermittelt werden kann!
- c) Entwickeln Sie eine Werbestrategie für Autobatterien in einem Segment, dessen Kunden gering involviert sind! Worin unterscheidet sich diese Strategie von einer Strategie für hoch involvierte Konsumenten?

Aufgabe 3 (10 Punkte)

- a) Erläutern Sie die Theorie der kognitiven Dissonanz am Beispiel des Kaufes eines hochpreisigen Anzugs!
- b) Welche Konsequenzen ergeben sich für das Marketing?
- c) Was versteht man unter Einstellungen? Grenzen Sie den Begriff Einstellung von dem Begriff Image ab!
- d) Erläutern Sie anhand eines selbstgewählten Beispiels, was man unter einem semantischem Differential im Unterschied zu einem Eigenschaftsprofil versteht und gehen Sie dabei auf Vor- und Nachteile ein!



Aufgabe 4 (15 Punkte)

- a) Erläutern Sie knapp, was unter einem Schema zu verstehen ist!
- b) Nennen Sie zentrale Funktionen eines Schemas!
- c) Definieren Sie 3 Stufen einer Produktkategorisierung! Entwerfen Sie ein Diagramm dieser Stufen für Milka Tafel-Schokolade!
- d) „Das Produkt ist so teuer, dann muss die Qualität gut sein.“ Erläutern Sie diese Aussage mit Hilfe der Denkschablonen, die Konsumenten verwenden!
- e) Sie wollen eine Treking-Jacke kaufen und dabei Ihren Entscheidungsprozess durch ein multiaatributives Entscheidungsmodell stützen! Es stehen 4 Jacken mit folgenden Merkmalssausprägungen zur Auswahl:

	Jacke A	Jacke B	Jacke C	Jacke D
Wasserdurchlässigkeit	8	8	6	8
Reißfestigkeit	4	5	7	5
Praktikabilität	9	4	2	6
Farbe	Rot	Gelb	Grün	Lila

Die höchste Punktzahl beträgt jeweils 10
Die Merkmale in der Tabelle sind nach ihrer Wichtigkeit geordnet

Treffen Sie mit Hilfe des lexikographischen Modells eine Auswahl!

Aufgabe 5 (5 Punkte)

- a) Bei der Betrachtung von Kommunikationsprozessen ist das S-O-R-Schema von Nutzen. Stellen Sie das Schema dar und erläutern Sie es kurz!
- b) Welche Merkmale des Kommunikators beeinflussen den Kommunikationserfolg? Verdeutlichen Sie Ihre Ausführungen an der berühmten Dr. Best Werbung!

Aufgabe 6 (10 Punkte)

- a) Erläutern Sie die Begriffe „Diffusion“ und „Adoption“!
- b) Welche Bedeutung haben Meinungsführer für diese Begriffe?
- c) Geben Sie ein Beispiel für Meinungsführer im Bereich von Energie-Drinks!

Viel Erfolg!