

# Dynamik des Käuferverhaltens

## Inhaltsverzeichnis

- [1 Das konstante Käuferverhalten bzw. konstante Konsumentenverhalten](#)
- [2 Das hybride Käuferverhalten bzw. hybride Konsumentenverhalten](#)
- [3 Das multioptionale Käuferverhalten bzw. multioptionale Konsumentenverhalten](#)
  - [3.1 Das paradoxe Käuferverhalten bzw. Konsumentenverhalten](#)
- [4 Vor welche Herausforderungen stellt uns ein Wandel des Käuferverhaltens bzw. Konsumentenverhaltens?](#)

Untersuchungen des Käuferverhaltens zeigten, dass es sich hierbei um einen dynamischen Prozess handelt. Im Folgenden umreißt ich die Entwicklung des [Käuferverhalten](#) bzw. [Konsumentenverhalten](#) ganz kurz.

## **1 Das konstante Käuferverhalten bzw. konstante Konsumentenverhalten**

Früher galt das Verhalten von Käufern und [Konsumenten](#) als konsistent und eindimensional - und daher sehr voraussehbar. Inzwischen gibt es immer noch viele Menschen deren Kaufverhalten so durchschaubar und damit auch steuerbar ist, aber die Zahl jener nimmt ab.

**Beispiel:** Jemand der hochpreisige Kleidung und namhafte Modelabels bevorzugt, würde dementsprechend keine Billigmode von der Stange nehmen.

## **2 Das hybride Käuferverhalten bzw. hybride Konsumentenverhalten**

Inzwischen werden die Kaufentscheidungen vieler [Käufer](#) als bipolar bezeichnet, da ihr Kaufverhalten in zwei Extreme ausschlagen kann. Dies erfolgt je nach Situation bewusst oder unbewusst.

**Beispiel:** Jemand shoppt genauso gerne No Name, wie hochpreisige Label.

## **3 Das multioptionale Käuferverhalten bzw. multioptionale Konsumentenverhalten**

In diesem Fall ist das Kaufverhalten bzw. Konsumentenverhalten nicht mehr nur zweidimensional, sondern variiert je nach Lust und Laune. Durch die ständige Veränderung der Verhaltensmuster gelten multioptionale Käufer bzw. multioptionale Konsumenten als nicht mehr steuerbar. Im Gegenteil: sie beeinflussen den Markt selbst. Daher spricht man auch oft von einem Wandel des Verkäufermarktes zum Käufermarkt.

**Beispiel:** Jemand achtet gar nicht auf das Label. Wichtig ist nur, dass die Mode ihn oder sie dabei hilft sich in der eigenen Haut wohlfühlen und sich selbst zu inszenieren.

### **3.1 Das paradoxe Käuferverhalten bzw. Konsumentenverhalten**

Durch diesen Wandel und die große Freiheit werden manche Kaufentscheidungen paradox. Beispielsweise kauft jemand nur billig Kleidung aus Fernost, investiert aber viel Geld in Technik (wie das neueste Smartphone oder einen superduper Gaming PC). Oder jemand kauft Bio-Produkte in Plastikbeuteln.

## **4 Vor welche Herausforderungen stellt uns ein Wandel des Käuferverhaltens bzw. Konsumentenverhaltens?**

Menschen mit einem einheitlichen Käuferverhalten sind leicht zu typisieren und ideal, um zielgruppengerechtes Marketing zu betreiben. Je mehr Dimensionen ein Kauf- bzw. Konsumentenverhalten allerdings aufweist, desto schwerer wird es hervorzusehen. Das bedeutet gleichzeitig, dass wir mehrere Avatare bei der Zielgruppenbestimmung erstellen sollten. Das erschwert aber wiederum die Ansprache von Wunschkunden.