



# Customer Behavior im Multichannel Commerce

**FH-Prof. Mag. Dr. Harald Kindermann**  
**Studiengangverbund Digital Business**  
**Fakultät für Management, Steyr**

# Consumer Behavior - Grundsätzliches

Ein **(Produkt)-Bedürfnis** wird zu den unterschiedlichsten Zeitpunkten geweckt (beim Kühlschrank, bei der Morgentoilette, beim Anziehen, beim Gespräch mit Freunden oder Arbeitskollegen, durch Werbekontakte, direkt am POS, ...).

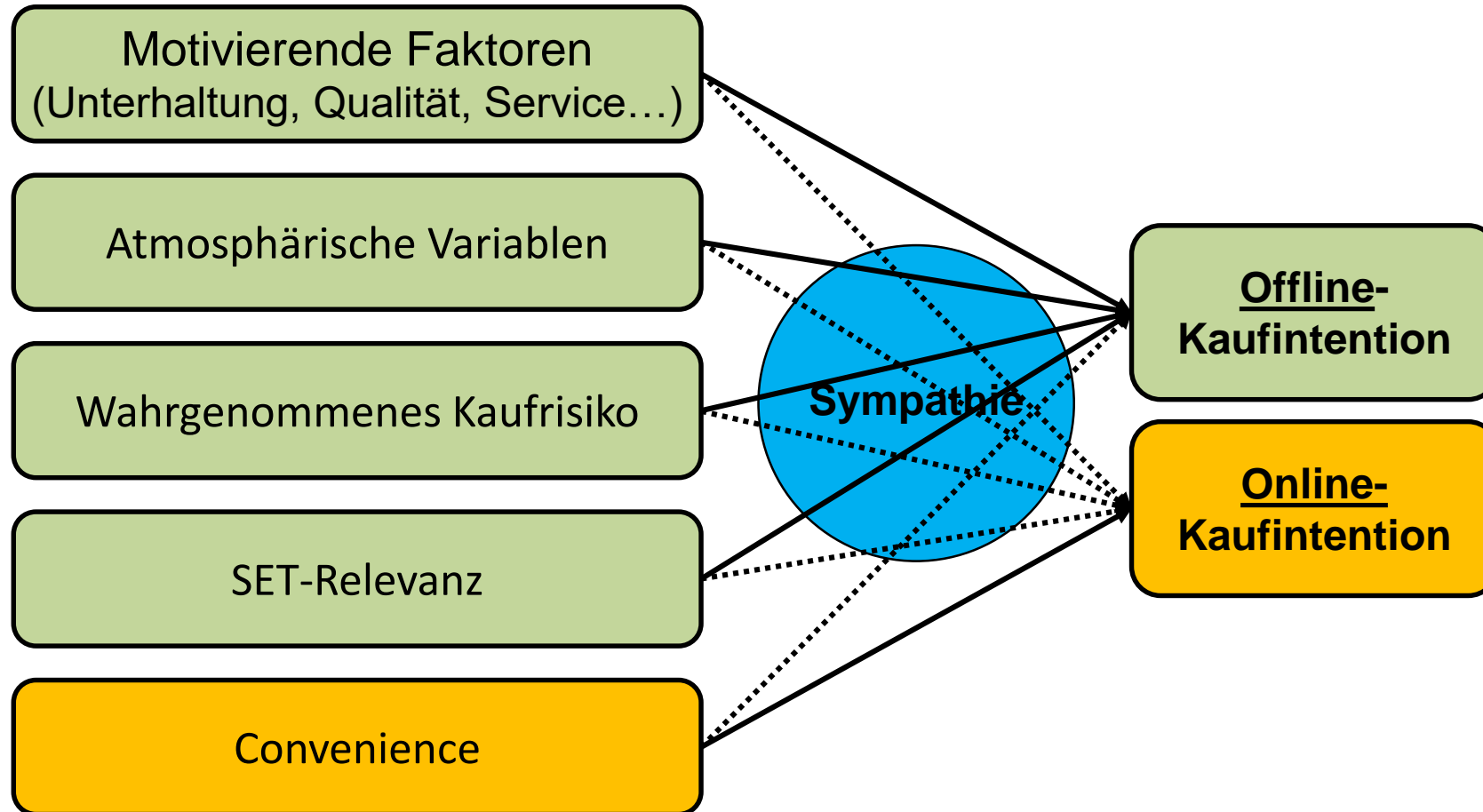
Kaufen wird aber auch als **Zeitvertreib** angesehen. Ein solches **Bedürfnis** ist oft mit **keinem spezifischen Produktbedarf** verbunden.

Ausschlaggebende **Antriebskraft** für **unser Tun** ist das Bestreben, unsere Bedürfnisse zu erfüllen.

Die **Bedürfniserfüllung** erfolgt dabei stets so, dass sie möglichst konsistent mit dem **eigenen Selbst (self-perception)** ist.

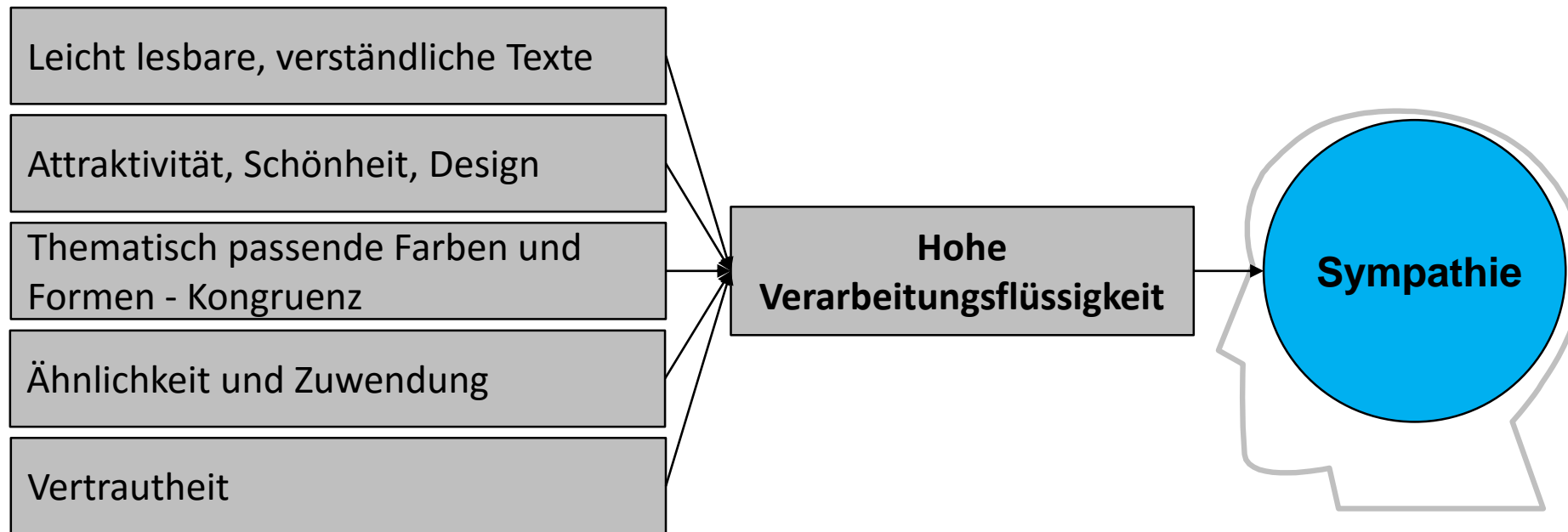
Bei dieser Bedürfniserfüllung beeinflussen die **individuellen Möglichkeiten und Fähigkeiten** (Ausbildung, soziale Schicht, Geschlecht, IQ, Familienstand, Lebenssituation (Kinder,...), Persönlichkeitsmerkmale,...), welcher **SET-Mix** („**Self-Expression-Trait-Mix**“) angestrebt wird!

# (Online)-Einkaufsverhalten



Es gibt Interkorrelationen! → Produkt- und Persönlichkeitseigenschaften moderieren diese Einflüsse!

# Wann wird ein Objekt positiv beurteilt?





## **FH-Prof. Dr. Harald Kindermann**

Studiengangverbund Digital Business  
FH OÖ Fakultät für Management, Steyr

Professor für Marketing & Consumer Behaviour

mail: [harald.kindermann@fh-steyr.at](mailto:harald.kindermann@fh-steyr.at)

web: [www.fh-ooe.at/digital-business](http://www.fh-ooe.at/digital-business)

address: Wehrgrabengasse 1-3, 4400 Steyr

