

LF1 Aufgaben 2.2

1.

In der Regel werden die meisten Kaufentscheidungen aus dem Unterbewusstsein getroffen. Starke Marken verknüpfen ihre Produkte durch geschickte Werbung mit Botschaften an das Unterbewusstsein. Der Energy-Drink Red Bull vermittelt seinen Käufern das Gefühl, sportlich und ein Sieger zu sein. Wir Verbraucher unterschätzen das so-

genannte Priming. Dabei nehmen wir unbewusst Reize auf, die später in Entscheidungen umgesetzt werden. [...] Den von der Wirtschaftswissenschaft lange propagierten „Homo oeconomicus“, den rational entscheidenden Menschen, gibt es nach den Erkenntnissen der Hirnforschung nicht.

Quelle: Prof. Christian Elger (Hirnforscher), Interview im General-Anzeiger, Rhein-Sieg-Zeitung, 01.08.2013, S. 7

- a) Nehmen Sie persönlich Stellung zur obigen Behauptung. Beurteilen Sie Ihre eigene Verhaltensweise als Konsument.
- b) Erklären Sie allgemein das ökonomische Prinzip.
- c) Sie planen die Anschaffung eines höherwertigen Gebrauchsgutes, z. B. ein neues Smartphone. Dabei wollen Sie wirtschaftlich vorgehen. Beschreiben Sie Ihre Vorgehensweise, wenn Sie nach
 - dem Minimalprinzip oder
 - dem Maximalprinzip agieren.