

# Verhaltensökonomie – Zusammenhänge zwischen Marketingstrategien und Konsumverhalten

## Ausgangslage

- Thematik Sek 1
- Fokus: Literaturanalyse, Experiment
- Fragestellung

## Verhaltensökonomie

- Engl. Behavioral Economics
- Modernes Forschungsgebiet
- Abgrenzung zur klassischen Ökonomie und Neoklassik

## Marketing

- Marketing Mix
- Instrumente
- Ziele
- Strategien

## Konsumverhalten

- Der Konsument
- Eigenschaften des Konsumenten und der Konsumentin
- Arten von Kaufentscheidungen

## Experimenteller Einstieg auf Sek-Stufe I

- Hintergrund
- Fachdidaktische Konzepte
- Durchführung und Resultate

## Fazit

- Verschiedene Faktoren beeinflussen Konsumverhalten
- Marketinginstrumente funktionierten im Wechselspiel
- Marketingstrategien mit konkretem Einfluss auf Konsumententscheidungen

→ Thematik in vereinfachter Form anwendbar