

EINKAUFEN

LÖSUNGEN

RAIFFEISEN
WISSENSVERMITTLUNG
ZUM BANKING



EINKAUFEN

- 2.1 **AUFSPÜREN UND SCHAFFEN**
- 2.2 **PFÄNDUNG**
- 2.3 **BEDÜRFNISARTEN**
- 2.4 **BEDÜRFNISBEFRIEDIGUNG**
- 2.5 **KONSUMTYPEN**
- 2.6 **SCHULDZINSEN**



Ob Online oder Stationär, wir entscheiden, was in den Einkaufskorb kommt.

Quelle
Raiffeisen

2.1 AUFSPÜREN UND SCHAFFEN

Freie Beantwortung. Es gehört zum Mythos der Werbung, Bedürfnisse schaffen zu können. Dies ist aber nicht der Fall, denn diese Fähigkeit wäre eine «Lizenz zum Gelddrucken».

Tatsächlich versucht die Wirtschaft ständig, mittels Marktforschung und «Versuch und Irrtum» Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, die beim Konsumenten einen Nerv treffen und ihn dazu bewegen, das Produkt/den Service zu kaufen. Die meisten Neulancierungen jedoch scheitern, und viele Erfolge sind nur dank Glück und Zufall entstanden.

Könnten Unternehmungen Bedürfnisse tatsächlich schaffen, wäre der Absatz eines Produktes oder einer Dienstleistung zu 100% garantiert.

2.2 PFÄNDUNG

Freie Beantwortung. Interessant ist es, die Antworten der Schülerinnen und Schüler zu vergleichen. Was bei der einen zum Grundbedarf zählt, steht beim andern zur Disposition.

2.3 BEDÜRFNISARTEN

Freie Beantwortung. Die meisten Anschaffungen befriedigen eine Kombination von Bedürfnissen. Eine Markenbekleidung z.B. schützt einmal vor Kälte und Nässe (Körperliches Bedürfnis), kann aber auch Voraussetzung dafür sein, dass man von einer bestimmten Gruppe akzeptiert wird (Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Anerkennung).

2.4 BEDÜRFNISBEFRIEDIGUNG

In beiden Fällen ist die Person nicht in der Lage, das aktuelle Bedürfnis (z.B. nach Ruhe, Entspannung und Selbstverwirklichung bzw. nach Anerkennung und Prestige) zu befriedigen, und zwar, weil man aus Zeit- oder Geldgründen daran gehindert wird. Unbefriedigte Bedürfnisse führen kurzfristig zu Frustration. Je nach Persönlichkeit steckt man aber diese Frustration leichter oder schwerer weg (unterschiedliche Frustrationstoleranz).

2.5 KONSUMTYPEN

Freie Beantwortung. Gemäss Untersuchung sind die Schuldengefährdeten (55%) und die Impuls-käufer (39%) am häufigsten.

2.6 SCHULDZINSEN

Viele Jahre galt in der Schweiz die gesetzliche Wuchergrenze von 15%. Der Bundesrat kann diesen Prozentsatz verändern (Konsumkreditgesetz Art. 14), was er per 2016 getan hat: Jetzt betragen die gesetzlich zulässigen Höchstzinssätze 10% für Kleinkredite und 12% bei Kreditkarten – Viele Anbieter gehen bis an diese Grenze.

- a zwischen 9,5% (Postfinance) und 12% (Cornèr Bank, Jelmoli, Swiss, UBS).
- b effektiven Jahreszins zwischen 4,7% (Migros Bank) und 9,95% (Cembra Barkredit).
Neu gibt es auch Crowdlendingfirmen (z.B. Lend und Cashare), die bereits bei 3,5% beginnen.
- c bei Leasing-Verträgen ist es ähnlich, es sei denn, eine Automarke bietet gerade günstigere Konditionen an, um den Absatz anzukurbeln

Bitte beachten Sie auch unsere Unterrichtseinheit «Kartenumgang».