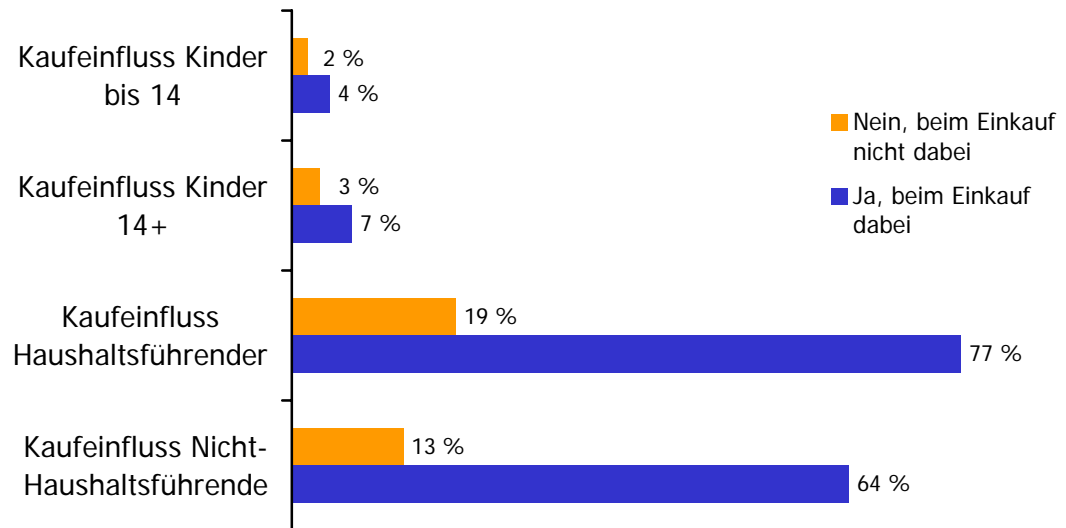


E. KAUFENTSCHEIDUNGSFAKTOREN DER BRANCHE

E.5e. Entscheidungsverantwortung für gewählte Marken

„Wir möchten gerne wissen, wer in Ihrem Haushalt speziell beim letzten Kauf entschieden hat, dass diese Marke gekauft wird.“ / **Teilnahme am Einkauf**



Basis: 244 befragte Verbraucher/innen. Mittelwerte.

Wie das Schaubild E.5e. zeigt, vergrößert sich der Einfluss der Haushaltsführenden und der Nicht-Haushaltsführenden auf die Markenwahl erheblich, wenn sie am Einkauf aktiv teilnehmen. Wer am Einkauf teilnimmt, vervielfacht seinen Einfluss auf die gekauften Marken. Dies gilt auch für die Kinder, deren Einfluss auf den Kauf von Süßen Brotaufstrichen aber dennoch insgesamt erstaunlich gering bleibt.