

Absatztheorie: Volkswirtschaftliche Effekte von Kaufverhalten

1. Qualitätseffekt:

Die Konsumenten bekommen um den gleichen Preis bei vielen Produkten bessere Qualität oder mehr Leistung, z.B. bei Computern

2. Substitutionseffekt:

Bei Preiserhöhungen weichen die Konsumenten auf andere Produkte aus.

3. Discounteffekt:

Kunden kaufen dort ein, wo sie gleiche Qualität zum günstigsten Preis bekommen (Kunden sind keine Stammkunden mehr).