

Paco Underhill

# Warum kaufen wir?

*Die Psychologie des Konsums*

Aus dem Amerikanischen  
von Brigitte Hilgner

Econ

# Inhalt

## i

Wir forschen nicht auf den Samoainseln, sondern im Einzelhandel: Die Psychologie des Konsums. . . . .	9
1. <i>Eine Wissenschaft wird geboren</i> .....	n
2. <i>Was Einzelhändler nicht wissen</i> .....	34

## II

Wie man sich in einem Laden richtig bewegt: Die Technik des Einkaufens.....	43
3. <i>Die Übergangszone</i> .....	47
4. <i>Man braucht beide Hände</i> .....	54
5. <i>Wie man Hinweistafeln und Plakate liest</i> .....	62
6. <i>Käufer bewegen sich wie ganz         normale Menschen</i> .....	76
7. <i>Käufer zwingen den Einzelhandel         zu Änderungen</i> .....	90

## III

Männer gehen in Baumärkte, Frauen in Kaufhäuser: Demograpische Aspekte des Einkaufens.....	97
8. <i>Wie Männer einkaufen</i> .....	102
9. <i>Was Frauen wollen</i> .....	119
10. <i>Wer das Kleingedruckte lesen kann,         ist zu jung für das Produkt</i> .....	134
11. <i>Die lieben Kleinen</i> .....	147

## IV

Sieh mich an, berühre mich, fühl mich, kauf mich: Die Dynamik des Kaufens.....	161
12. <i>Der sinnliche Käufer</i> .....	167
13. <i>Die großen Drei</i> .....	192
14. <i>Zeit und Zeitgefühl</i> .....	198
15. <i>Frust an der Kasse</i> .....	204
16. <i>Reine Magie</i> .....	209
17. <i>Einkaufen im Cyberspace</i> .....	222
18. <i>Testen Sie selbst</i> .....	236
19. <i>Schlussbemerkung</i> .....	250
 Danksagung.....	 258
Register.....	262