

Anonym

Beeinflussung der Kaufentscheidung durch Influencer im Ernährungssektor

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346268747

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/938426>

Anonym

Beeinflussung der Kaufentscheidung durch Influencer im Ernährungssektor

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

FOM Hochschule für Oekonomie & Management
Hochschulzentrum Stuttgart

Bachelor-Thesis

im Studiengang Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie

zur Erlangung des Grades eines
Bachelor of Science (B.Sc.)

über das Thema

**Beeinflussung der Kaufentscheidung durch Influencer im Ernährungs-
sektor**

ABSTRACT

Die Zahl der Käufe im Onlinehandel nimmt stetig zu. Dies wird zunehmend von Unternehmen durch den Einsatz von Influencerinnen und Influencern gefördert. Möchten Unternehmen auch in Zukunft auf sich aufmerksam machen, müssen sie diese Art der Werbung in Erwägung ziehen und weiter ausbauen. Die Absatzförderung durch die klassische Fernsehwerbung wird fortlaufend abnehmen, unter anderem da immer mehr Streamingdienste den Markt belagern.

Ziel dieser Forschungsarbeit ist es zu untersuchen, welche Personen sich durch den Einsatz von Influencerinnen und Influencern in ihrem Kaufverhalten beeinflussen lassen. Dabei wurden speziell Influencerinnen aus dem Sektor der Ernährung ausgewählt, da diese beide Geschlechter gleichermaßen ansprechen.

Um diese Forschungsfrage zu beantworten, wurde eine Onlineumfrage durchgeführt, die sich an Nutzer von Social-Media-Plattformen richtete. Die Befragten wurden zufällig ausgewählt, da der Link zur Umfrage auf mehreren Plattformen vorhanden war, und erhielten die gleiche Umfrage mit den gleichen Werbebildern. Die Antworten der Fragebögen zeigen, dass es durch das Influencer-Marketing eine Unterscheidung im Kaufverhalten bei Menschen mit unterschiedlichen Persönlichkeitsmerkmalen gibt. Dies bestätigt, dass gewisse Personen stärker durch den Einsatz von Influencern beeinflusst werden.

Auf dieser Grundlage lassen sich weiterführende Untersuchungen durchführen, die sich auf die Optimierung der Werbemaßnahmen spezialisieren, um das Marketing in Zukunft zielgerichtet auf einzelne Personen zuschneiden zu können.