

Werte / Richtungen

Im Marketing:

Ziele und wünschenswerte Vorstellungen des Konsumenten (bezüglich eines Gutes), die den Auswahl-, Such- und Kaufprozess beeinflussen.

Werte (bzw. Richtungen) sind hierbei stets objektiv, Endpunkte kognitiver Prozesse (z.B. durch langfristige Erfahrungen), zudem sehr stabil und nur selten kurzfristig beeinflussbar. Oftmals stimmen Werte innerhalb derselben Kultur größtenteils überein.