



[Home](#) > [Ratgeber](#) > Gefangen in der Hormonfalle: Warum Mann und Frau beim Einkauf nicht zusammenpassen



GEFANGEN IN DER HORMONFALLE

Warum Mann und Frau nicht zusammen einkaufen sollten

VON GUIDO ROSEMAN

Warum ticken Mann und Frau beim Shopping so unterschiedlich? Wieso dauert es bei ihm höchstens 15 Minuten, bis er sich eine neue Hose gekauft hat? Und warum geht Frau im Elektronikmarkt erstmal in die Kaffeemaschinen- und DVD-Abteilung, obwohl sie doch einen mp3-Player will? Die Antwort: Weil Mann und Frau in der Hormonfalle gefangen sind!

Denn eigentlich sind wir selbst im Supermarkt nur Neandertaler. Unsere Kaufentscheidungen werden im Wesentlichen von Hormonen und unserem Reptilienhirn gesteuert – ein Areal, das zwischen 30 000 und 50 000 Jahre alt ist. Da die Evolution uns Menschen nur im Schneckentempo verändert, laufen wir also immer noch mit dem Hirn eines Jägers und einer Sammlerin durch die moderne Einkaufswelt.

So beschreiben es die beiden Marketingprofessoren Willy Schneider und Alexander Henning in ihrem neuen Buch „Zur Kasse, Schnäppchen!“

Demnach ist es aus der Perspektive der Evolution ganz natürlich, dass Mann und Frau gar nicht zueinander passen – jedenfalls beim gemeinsamen Einkauf. Einmal mehr liegt der Grund dafür in unseren Sexualhormonen. Bei Frauen führt der höhere Anteil Östrogen dazu, dass sie stärker auf Reize ansprechen. Ihnen entgeht nichts, sie beherrschen das Multitasking.

Genau das muss aber nicht immer von Vorteil sein. Denn so tun sie sich schwer, Dinge richtig einzuordnen und beim Einkauf auch einfach mal etwas liegen zu lassen. Folge sind stundenlange Shopping-Arien: Die Einkaufsstützen sind randvoll...

Männer verfahren einfacher: Sie ziehen los, erlegen die Beute und kehren in die Höhle zurück. Der Einkauf geht schnell, Pragmatismus ist die oberste Prämisse des einkaufenden Mannes. Problem: Weil alles schnell-schnell gehen muss, kaufen sie oft das Erstbeste, was ihnen in die Hände fällt – ohne Preis- und Qualitätsvergleich. Auch das ist nicht optimal.

Aber mal im Ernst, liebe Forscher, klingt das nicht sehr nach chauvinistischen Hirngespinnsten? Sind das nicht überholte Rollenbilder?

Prof. Willy Schneider: „Offensichtlich nicht. Studien zeigen, dass Männer und Frauen unterschiedlich

einkaufen. 21 % der Männer benötigen maximal 15 Minuten für ihren Einkauf. Bei den Frauen schaffen es nur 9 % innerhalb einer Viertelstunde.“

Spannend: Nachforschungen haben ergeben, dass die Rationalität von Männern ihre Grenzen hat, sobald erotische Reize ins Spiel kommen! Normalerweise sind Männer mit hohem Testosteronspiegel harte Verhandlungspartner, unter einem sexy Einfluss setzt das Hirn aber offenbar aus. Dann sind sie sogar bereit, überhöhte Preise zu zahlen!

Marketing-Experten nutzen das freilich aus: Die Methode Sex sells (z. B. Bikini-Mädchen in der Werbung, hübsche Verkäuferinnen) wird bei uns Männern wohl auch noch in tausend Jahren funktionieren!