

Produkt, dem der Verbraucher mit einem grossen Interesse gegenübersteht.

Aufgrund des hohen Preises, der langen Nutzungsdauer oder der Bedeutung für den Kunden kann der Hersteller von einer grossen Aufmerksamkeit gegenüber seinem Produkt ausgehen. Das bedeutet aber gleichzeitig auch, dass kein mechanischer Kauf erfolgt. Der Kunde beschäftigt sich mit dem Produkt, vergleicht Preise und Qualitäten, Zusatzleistungen und Nutzen auch mit Konkurrenzprodukten. Die Entscheidungsfindung dauert länger und wird auch nicht immer alleine, sondern zumeist im Verbund (Ehe, Familie, Partnerschaft, Kollegenkreis, Einkaufsteam, etc.) getroffen.

Eine andere Bezeichnung hierfür ist auch High Involvement Products.

Eine Kaufentscheidung wird hier als [extensive Kaufentscheidung](#) getroffen.