

im  
Fokus



**m.core**  
Science inspired by consumers

Im Mai 2017 beschäftigten wir uns mit dem Thema „Online Shopping“. Die Studie untersuchte, ob die Vorstellung von sensorischen Eigenschaften eines Produktes, bspw. der Geruch oder das Gefühl das Produkt in den Händen zu halten, Kaufentscheidungen beeinflussen können. Die StudienteilnehmerInnen wurden gebeten sich zwischen teuren (€ 16.99) und weniger teuren (€ 3.99) Kerzen zu entscheiden. Die Hälfte der StudienteilnehmerInnen wurde außerdem angehalten sich die sensorischen Eigenschaften der Produkte vorzustellen (vs. keine sensorische Vorstellung) bevor sie ihre Wahl trafen.



**Keine Vorstellung**



**Indira**  
€ 16.99



**Basics**  
€ 3.99



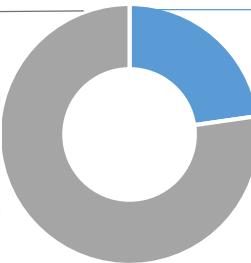
**Sensorische Vorstellung**

Welche Kerze würden Sie kaufen?

77%



**Basics**  
€ 3.99



23%

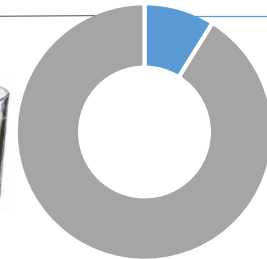


**Indira**  
€ 16.99

91%



**Basics**  
€ 3.99



9%

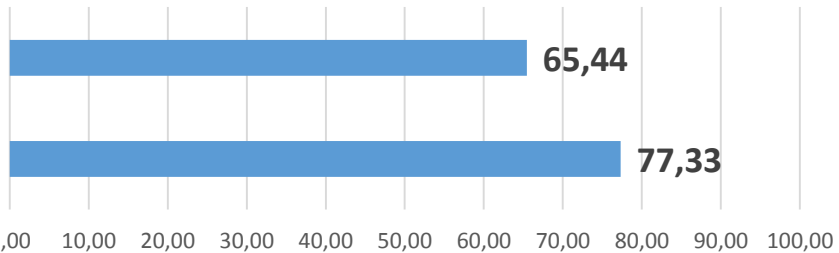


**Indira**  
€ 16.99

Wie wichtig war der Preis bei der Entscheidung zwischen den Kerzen?



**Sensorische Vorstellung**



65,44



**Keine Vorstellung**

0,00 10,00 20,00 30,00 40,00 50,00 60,00 70,00 80,00 90,00 100,00

Nicht wichtig

Sehr wichtig

77,33



Obwohl die StudienteilnehmerInnen im Allgemeinen die billigere Kerze bevorzugten (€ 3.99) war diese Präferenz weniger stark ausgeprägt, wenn die TeilnehmerInnen gebeten wurden sich die sensorischen Eigenschaften der Kerze vorzustellen ( $p < .01$ ).



StudienteilnehmerInnen, die sich die Eigenschaften der Produkte sensorisch vorstellten, zeigten außerdem geringere Preissensibilität ( $p < .01$ ).



Zusammenfassend kann man erkennen, dass Personen die sich sensorische Produkteigenschaften während des Online Shoppings vorstellen, den Preis für weniger wichtig erachten und sich eher für höher qualitative, teurere Produkte entscheiden.

89 TeilnehmerInnen (73% weiblich) haben unsere „Im Fokus“ – Umfrage beantwortet - darunter 72% Studierende. Das durchschnittliche Alter betrug 27 Jahre (Standardabweichung 9.5) und die Haushaltsgröße im Schnitt 2.8 Personen (Standardabweichung 1.3).

Sie wollen in Zukunft auch an Im Fokus teilnehmen? Ein E-Mail an [mc core@wu.ac.at](mailto:mc core@wu.ac.at) genügt.