

im Fokus

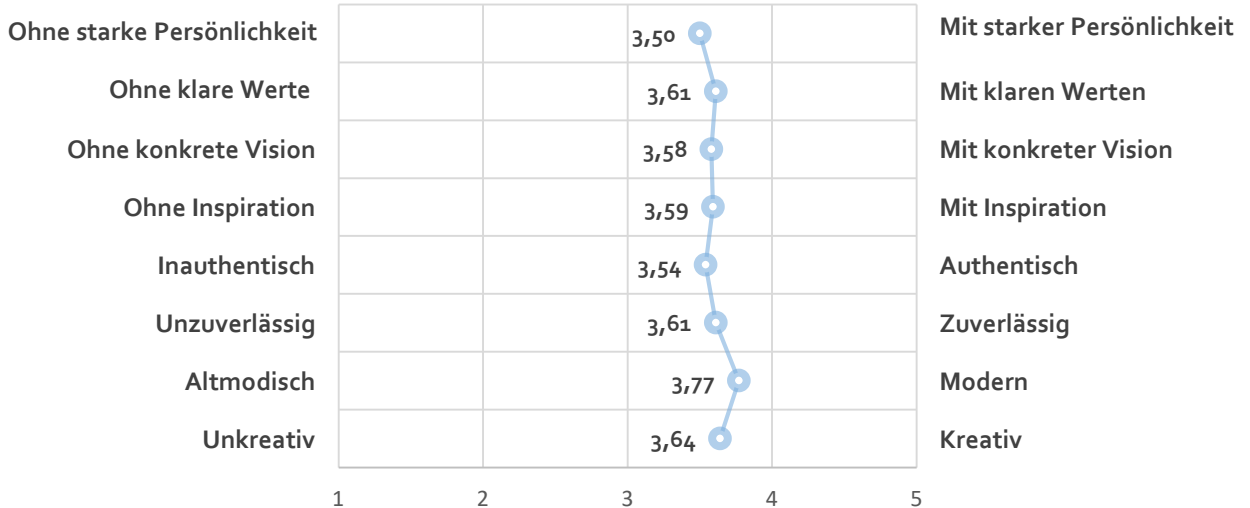


m.core
Science inspired by consumers

Unsere Im Fokus Umfrage beschäftigte sich im Oktober 2019 mit KonsumentInneneinstellungen gegenüber bestimmten Markenstrategien.

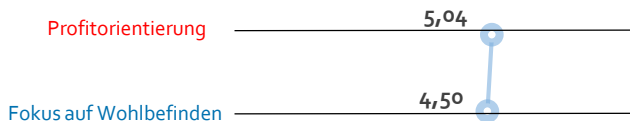
Stellen Sie sich vor, eine Marke lässt KonsumentInnen darüber abstimmen, welches Produkt am Markt eingeführt werden soll. Wie würden Sie eine solche Marke beschreiben?

Markenbeschreibung

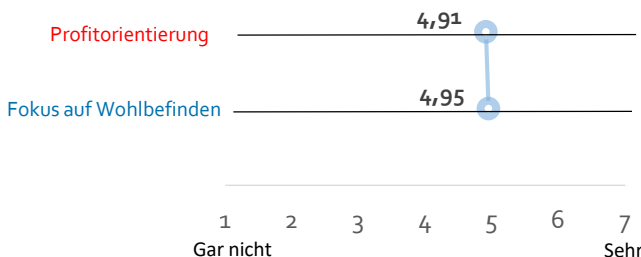


Wie sehr glauben Sie, dass sich solche Marken auf den Profit des Unternehmens bzw. auf das Wohlbefinden der Konsumenten fokussieren? Was glauben Sie – wie ist das bei anderen Menschen Ihres Geschlechts und Alters?

SELBSTEINSCHÄTZUNG



FREMDEINSCHÄTZUNG



Unternehmen mit einer solchen Strategie werden im Schnitt mit positiven Adjektiven wie zuverlässig, innovativ, modern und authentisch beschrieben. Alle durchschnittlichen Bewertungen stimmen den Aussagen eher zu ($p < .001$).



TeilnehmerInnen finden, dass es keinen Widerspruch zwischen Profitorientierung und dem Fokus auf Wohlbefinden von KonsumentInnen gibt. Es zeigt sich ein positiver Zusammenhang ($p < .001$).



Frauen sehen zwischen Profitorientierung des Unternehmens und Wohlbefinden des KundInnen einen signifikant positiven Zusammenhang ($r = .145$; $p = .049$). Männer hingegen nicht. Frauen vermuten, dass dieser Zusammenhang auch bei anderen Frauen ihres Alters zutrifft ($r = .312$; $p < .001$).

324 TeilnehmerInnen (50,6% weiblich) haben unsere „Im Fokus“ – Umfrage beantwortet. Das durchschnittliche Alter betrug 42,26 Jahre (Standardabweichung 13,99) - die TeilnehmerInnen waren zwischen 18 und 65 Jahren alt.

Sie wollen in Zukunft auch an Im Fokus teilnehmen?

Ein E-Mail an mc core@wu.ac.at genügt.