

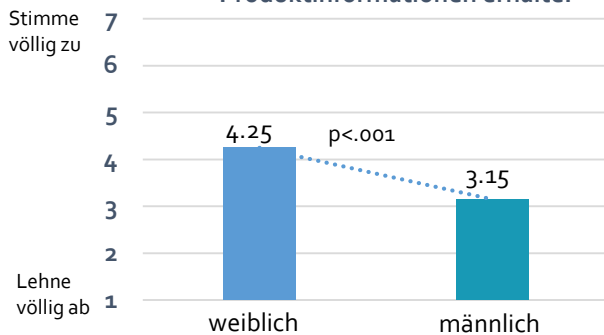
im Fokus



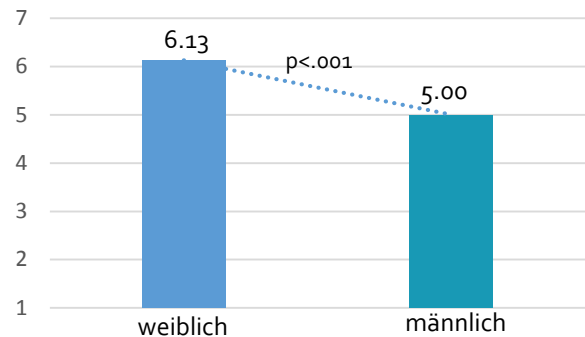
m.core  
Science inspired by consumers

Im November 2016 beschäftigten wir uns mit dem Thema Kauf- und Konsumverhalten am Point-of-Sale. Dabei interessierte uns speziell der Einsatz ausgewählter Sinnesmodalitäten wie Riechen und Tasten. Riechen KonsumentInnen aktiv an Produkten? Greifen sie Produkte gerne an? Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?

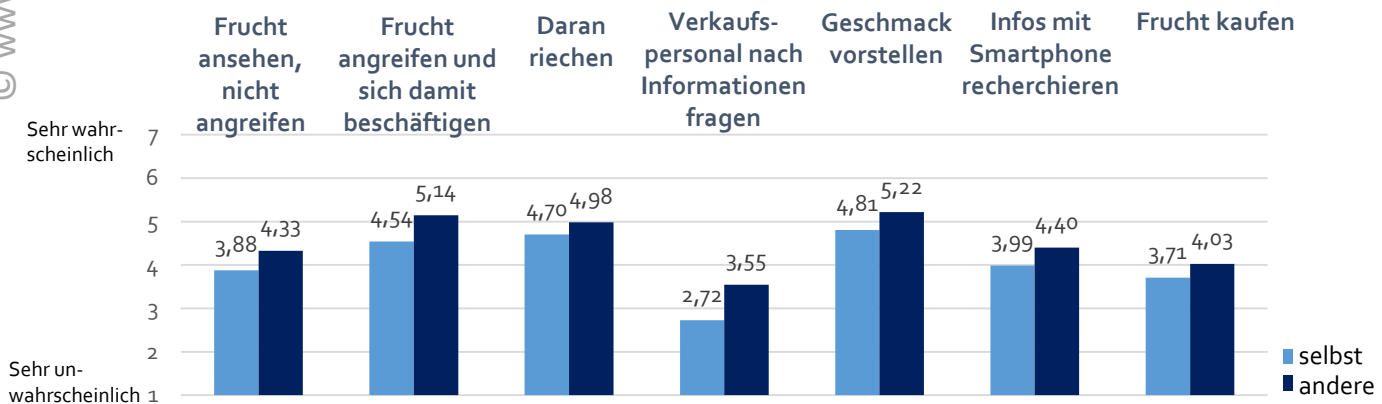
Ich rieche im Geschäft an Produkten, weil ich über den Geruchssinn wichtige Produktinformationen erhalte.



Ich greife Produkte sehr gerne an.



Im Anschluss haben wir unseren Teilnehmenden folgendes Szenario skizziert: Im Supermarkt wird eine neue, bislang unbekannte Frucht entdeckt, die Neugierde weckt. Wie reagieren Sie? Welche Rolle spielt der Einsatz der Sinnesmodalitäten sowie andere Verhaltensweisen? Wie hätten andere in dieser Situation reagiert?



Es scheint, als wäre **Frauen** der Einsatz ihres Geruchssinnes im Zuge der Beurteilung von Produkten wichtiger als Männern ( $p < .001$ ). Ebenso ergibt sich bei der Frage, wie gerne man Produkte angreift, eine signifikant höhere Zustimmung bei den Frauen ( $p < .001$ ).

In Bezug auf die Reaktion auf neue Produkte im Supermarkt ergibt sich folgendes Bild: Im Falle unseres skizzierten Szenarios einer **neuen, unbekannten Frucht** in der Obst- und Gemüseabteilung, schätzen wir unsere eigenen Verhaltensweisen im Vergleich zu anderen in fast allen Fällen als signifikant weniger wahrscheinlich ein. Einzig in Bezug auf das potentielle „**Riechen**“ an dieser Frucht, hierbei ergibt sich **kein** signifikanter Unterschied zwischen unserem eigenen Verhalten und jenem, das wir von anderen erwarten ( $p > .05$ ). Riechen scheint in diesem Kontext also auch für uns selbst eine zentrale Rolle zu spielen.

214 TeilnehmerInnen (48,6 % weiblich) haben unsere „im Fokus“ – Umfrage beantwortet. Das durchschnittliche Alter betrug 26.62 Jahre (Standardabweichung 9.67) und die Haushaltsgröße im Schnitt 2.68 Personen (Standardabweichung 1.26).

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