

Wirtschaftskammerpreis 2012

Wahrnehmung des Produktangebots in Regalen durch multikulturelle Konsumenten mit Hilfe einer Blickaufzeichnungskamera¹

Abstract

Dieses Forschungsprojekt gibt Aufschluss darüber, wie verschiedene Zielgruppen (wie österreichische und immigrierte Mitbürger sowie junge und ältere Menschen) generell Produkte in Regalen visuell wahrnehmen. In diesem Projekt wurden in-store Marketing-Faktoren wie die vertikale, horizontale und zentrale Warenpräsentation in Regalen mittels einer mobilen Blickaufzeichnungskamera in einem Labor und in einem Supermarkt berücksichtigt. Empirische Studien zeigen, dass Unterschiede bei den verschiedenen Zielgruppen zu erkennen sind. Demzufolge können Marketinginstrumente hinsichtlich bestimmter Zielgruppen wie Migranten oder älteren Menschen besser eingesetzt werden. Aus Sicht des Handels können diese Resultate zur besseren Verwertung der knappen Ressource „Regalfläche“ beitragen und damit zu einem effizienteren Management führen.

Für weitere Informationen und Untersuchungsergebnisse kontaktieren Sie bitte die Projektleiterin.

Projektleiterin:

Mag.a Jutatip JAMSAWANG

Universität Wien
Lehrstuhl für Marketing
Oskar-Morgenstern Platz 1
A-1090 Wien
Tel.: +43 (1) 4277-38023
Fax: +43 (1) 4277-838023
Email: jutatip.jamsawang@univie.ac.at

¹ Großer Dank an die Forschungsförderung der Wirtschaftskammer Wien