Wie Kunden sich gegenseitig beim Einkaufen beeinflussen

Wie Kunden sich gegenseitig beim Einkaufen beeinflussen
Es ist nicht nur die Werbung mit ihren unbewussten Wirkungs-Mechanismen, die das Kaufverhalten steuert. "Der persönliche Raum spielt eine große Rolle", hat der 30-jährige Wissenschaftler herausgefunden. Was das heißt? "Man möchte anderen Personen nicht zu nahe kommen und andere sollen einem im Umkehrschluss auch nicht zu nahe kommen", beobachtete Luck. Das Resultat: Kunden vermeiden es, Produkte anzuschauen, wenn es gerade andere tun. Wird man vielleicht negativ bewertet, wenn man sich zu jemandem in eine Regalreihe stellt? Luck schließt das nicht aus. "Ist beispielsweise am Regal ein anderer, wo man sich gerade selbst informieren möchte, empfindet man negative Gefühle", fand der Forscher heraus. Seine Erkenntnis: "Die soziale Präsens von Fremden beim Einkaufen im Supermarkt spielt eine große Rolle". Andere im Markt seien okay, sie sollten aber nicht in der unmittelbaren Nähe sein. Es gibt für Zufriedenheit eine optimale Anzahl von Kunden im Supermarkt. Sind zu wenig Leute da, hat man das Gefühl, das etwas nicht stimmt, vielleicht die Preise zu hoch oder die Qualität schlecht sind. Sind zu viele im Geschäft, fühlt man sich eher belästigt, empfindet Stress und fühlt sich nicht gut, weicht möglicherweise auf einen anderen Supermarkt aus. Der Schluss des Rostocker Wissenschaftlers: "Das Optimum schafft ein positives Gefühl, wenn eine ausreichende Distanz eingehalten wird. Kommen hingegen andere zu nah, vermeiden die meisten Kunden es, sich umzusehen.
Am Institut für Marketing und Dienstleistungsforschung in Rostock werden gegenwärtig Ideen entwickelt, was man machen kann, damit Kunden sich wohl fühlen und ein optimales Einkaufserlebnis empfinden. "Wir analysieren das Phänomen des Einflusses anderer Kunden tiefgründig und forschen nach Erklärungsansätzen."
Seit geraumer Zeit musste das Management sich eingestehen, dass die Anwesenheit anderer Personen eine wesentliche Rolle beim Einkaufsverhalten spielt. Dieses Phänomen zu erklären und Schlüsse zu ziehen, da sind jetzt die Forscher gefragt. Text: Wolfgang Thiel
Universität Rostock
Michael Luck
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Institut für Marketing und
Dienstleistungsforschung
Tel: 0381 498 4372
Mail: michael.luck@uni-rostock.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=573682" width="1" height="1">

Pressekontakt

Universität Rostock

18051 Rostock

michael.luck@uni-rostock.de

Firmenkontakt

Universität Rostock

18051 Rostock

michael.luck@uni-rostock.de

Die ALMA MATER ROSTOCHIENSIS, gegründet 1419, ist eine der ältesten Universitäten Deutschlands und die älteste im Ostseeraum.Mit der Juristischen und der Medizinischen Fakultät sowie der Facultas artium, der späteren Philosophischen Fakultät, nahm die Universität seinerzeit den Lehrbetrieb auf. Die Theologische Fakultät vervollständigte erst ab 1432 den Rahmen der vier Traditionsfakultäten eines "studium generale".Blicken wir zurück auf die nunmehr fast 580jährige Universitätsgeschichte und benennen für die Gesamtdauer ein Generalthema, so wäre dies wohl ohne Zweifel das wechselvolle Ringen um die Rechte auf Autonomie sowie um die Freiheit der Lehre und des Meinungsstreits. Sie waren in der Vergangenheit gegen vielfältige kirchliche oder weltliche Einflüsse zu verteidigen.So hat bis heute die verpflichtende Sentenz "DOCTRINA MULTIPLEX - VERITAS UNA" über dem Portal des 130 Jahre alten Hauptgebäudes nichts an Aktualität eingebüßt. Sie will besagen, daß an dieser Stätte des Geistes im Sinne der Freiheit von Forschung und Lehre viele Lehrmeinungen um der einen Wahrheit willen vertreten sein mögen. Ob am Ende eines Studiums das Diplom, der Magisterabschluß oder das Staatsexamen steht, alle Studiengänge, die an der Rostocker Universität belegt werden können, sind auf die Bedürfnisse der beruflichen Praxis und des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Unter dem Leitspruch "TRADITIO et INNOVATIO" wird jungen Leuten in Lehre und Forschung ein außerordentlich breites Fächerspektrum und eine zukunftsorientierte Ausbildung angeboten. Das günstige und damit intensive Betreuungsverhältnis zwischen Studenten und Lehrkräften sowie die moderne Ausstattung der Laboratorien sichern den Studenten die Möglichkeit, das Studium innerhalb der Regelstudienzeit zu beenden. Die Ende 1993 in Rostock gegründete Hochschule für Musik und Theater ist eine sinnvolle Ergänzung des Studienangebotes der Universität und eine Bereicherung des kulturellen Lebens der Stadt.Was Rostock als Hochschulstandort für Lehrende und Studierende gleichermaßen so attraktiv und sympathisch macht, ist nicht nur die Nähe der Ostsee und die gute Verkehrsanbindung, sondern auch die Mischung aus Großstadt und Überschaubarkeit, aus Wirtschaftszentrum und Naturraum sowie die sich zugunsten einer Universitäts- und Hansestadt entwickelnde Infrastruktur.Das Freizeitangebot für Studenten kann sich sehen lassen. Mehr als zehn Studentenclubs bieten ein vielfältiges Angebot, das von Livemusik, Literatur, Film, Getränken, Frühstückskaffeee, Gesprächen, Tanz bis zum "Man trifft sich" reicht. Alle Clubs verwalten sich selbst und freuen sich über neue Mitglieder. Studierende und Mitarbeiter, die selbst gerne musizieren, finden jederzeit Aufnahme im Universitätschor und im Collegium musicum. Der Bereich Studentensport und die Hochschulsportgemeinschaft bieten in über 20 Sportarten und vielen Kursen für jeden etwas an.