



Studie: Schwarze Kleidung verkauft sich schwer bei Wohlgeruch im Laden

Studie: Schwarze Kleidung verkauft sich schwer bei Wohlgeruch im Laden

Die Shoppinglust im Internet ist ungebrochen. Im Gegensatz zum althergebrachten Einkaufserlebnis im Geschäft fehlt jedoch die umfassende Ansprache der Sinne und Gefühle der Konsumenten.

Jenny Müller untersucht in ihrer Doktorarbeit "Multisensuale Gestaltungen der Ladenatmosphäre zur Profilierung von Store Brands" an der Handelshochschule Leipzig (HHL) was genau Farben, Musik und Düfte beim Käufer bewirken.

Die 27-jährige Münchenerin Jenny Müller weist erstmals nach, dass Musik, Farbe und Duft die Markenwahrnehmung ("emotionales Markenimage") des Kunden nachhaltig beeinflussen kann. Ein Alleinstellungsmerkmal hat auch das experimentelle Design der Dissertation. Jenny Müller gelingt erstmals in einem realen Ladenumfeld der wissenschaftliche Test zu den Auswirkungen von Farbe, Musik und Duft. Ziel war es, ein neues Verständnis der multisensualen und emotionalen Beeinflussung des Käufers zu entwickeln und das vorhandene Lehrwissen darüber auszubauen. Die praxisrelevante Arbeit am Lehrstuhl für Marketingmanagement der HHL bei Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg liefert wertvolle Impulse für das Marketing von Handelsunternehmen.

Für ihre Dissertation hat Jenny Müller neben einer umfassenden Literaturrecherche sowie Vorexperimenten auch ein experimentelles Design eingesetzt. Hierbei hat sie in einem Herrenausstatterladen und in einem Damenbekleidungsgeschäft gut 2000 Kunden in ihrem Kaufverhalten beobachtet und befragt. Für die spezielle Beduftung der Läden hat Jenny Müller mit dem Duftexperten Marcel Hetzel, Geschäftsführer der Firma Somethink! und führender Duftexperte in der Schweiz, zusammengearbeitet. Tiefeninterviews führte die Doktorandin zudem mit Experten aus dem Bereich Audio- und Duft-Branding.

Lila Dekoration lässt den Verkauf von Accessoires und T-Shirts steigen

Farbe, Duft und Musik beeinflussen das Verhalten einzelner Käufergruppen unterschiedlich. Jenny Müller: "Nach meinen Untersuchungen wirkt sich beispielsweise gezielter Duft im Einkaufsladen auf das Kaufverhalten von Kunden ohne Begleitung nicht signifikant aus. Kunden in Begleitung - vor allem mit Kindern und Freunden - kaufen hingegen preiswertere Produkte und verbleiben länger im Laden." Auswirkungen hätten auch bestimmte Farben. Beispiel Lila. Werden Läden in dieser Farbe gestaltet, so steige nach Untersuchungen von Jenny Müller der Verkauf von Accessoires und T-Shirts. Die Doktorarbeit behandelt zudem den Einfluss des Wetters auf das Kaufverhalten. "Bei einer Lufttemperatur außerhalb des Ladens zwischen 15 und 17 Grad Celsius bleiben Kunden länger im Laden. Scheint zudem zur Zeit des Betretens des Ladens länger die Sonne, so kaufen die Kunden mehr weiße Kleidung", so Jenny Müller. Schwarze Kleidungsstücke, so belege die Doktorarbeit, werden wenig bis gar nicht gekauft, wenn der Kunde mit einem dezent blumigen Duft im Laden konfrontiert wird.

Das Doktorandenprogramm an der Handelshochschule Leipzig (HHL)

Mit aktuell 101 Teilnehmern und bisher 105 Absolventen wächst das Doktorandenprogramm an der Handelshochschule Leipzig (HHL) seit seinem Start im Jahr 1996 stetig. Das strukturierte Programm, das Wochenendseminare, Kolloquien und internationale Sommerkurse umfasst, erlaubt den Teilnehmern ein berufsbegleitendes Studium. Die meisten Doktoranden der HHL sind berufstätig, jeder Dritte arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HHL. Mehr Informationen: www.hhl.de/de/promotion

Die Handelshochschule Leipzig (HHL)

Die Handelshochschule Leipzig (HHL) ist Deutschlands älteste betriebswirtschaftliche Hochschule und zählt heute zu den führenden Business Schools. Innerhalb der Ausbildung von leistungsfähigen und verantwortungsbewussten Führungspersönlichkeiten spielt neben der Internationalität die Verknüpfung zwischen Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. www.hhl.de

Pressekontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Firmenkontakt

Handelshochschule Leipzig gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Handelshochschule Leipzig (HHL)

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. www.hhl.de

Anlage: Bild

