

im Fokus



m.core
Science inspired by consumers

Im August 2016 beschäftigten wir uns mit dem Thema „Online shopping“. Konkret sahen wir uns die Wahrnehmung und Wahl zwischen einem teureren (€ 99) und billigeren (€ 29) Pullover an. Uns interessierte, ob zusätzliche Produktinformation die Wahl beeinflusst. Eine Hälfte der Teilnehmer sah nur den Preis, die andere Hälfte sah auch eine Beschreibung.



Modell: Nord
€ 99.00



Modell: Stron
€ 29.00



Modell: Nord
€ 99.00

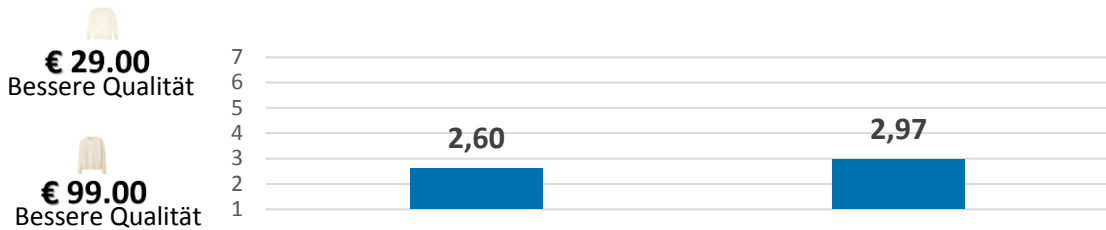
- 100 % Wolle
- Extra flauschig
- Hergestellt in der EU



Modell: Stron
€ 29.00

- 99 % Wolle + 1 % Baumwolle
- Extra flauschig
- Hergestellt in der EU

Welche Qualitätsunterschiede gibt es bei diesen beiden Pullovern?



Welches Modell würden Sie kaufen?



- Ohne Produktinformation ist der teure Pullover im Vorteil. Mehr Menschen wählen ihn und er wirkt deutlich hoch qualitativer. Sobald Produktinformation gezeigt wird, verliert er an Attraktivität.
- Ist Produktinformation vorhanden wird der Qualitätsunterschied als etwas kleiner wahrgenommen und die Mehrheit der Teilnehmer greift nicht mehr zur teureren sondern zur billigeren Alternative ($p < .05$).
- Es scheint, dass Preisinformation nach wie vor als Qualitätsindikator verwendet wird. Selbst wenn Produktinformation vorhanden ist, signalisiert der Preis höhere Qualität. Produktinformation steigert damit vermutlich vor allem das Vertrauen in die billigere Option, die folglich auch häufiger gewählt wird.

238 TeilnehmerInnen (68% weiblich) haben unsere „Im Fokus“ – Umfrage beantwortet - darunter 61% Studierende. Das durchschnittliche Alter betrug 25 Jahre (Standardabweichung 8.3) und die Haushaltsgröße im Schnitt 2.81 Personen (Standardabweichung 1.3).

Sie wollen in Zukunft auch an Im Fokus teilnehmen? Ein E-Mail an mcore@wu.ac.at genügt.