

ECR Academic Student Award 2017

Name des Studenten / der Studentin: Sandra Manzinger, MSc

Hochschule und Institut / Studiengang: Universität Wien, Lehrstuhl für Marketing,
Betriebswirtschaft

Kategorie der Arbeit (MA, BA, Diss.): MA

Betreuer / Betreuerin der Arbeit: o. Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Dr. h.c. Udo Wagner

Titel der Arbeit

Digital Signage am Point of Sale:
Psychologische und verhaltensbezogene Wirkungen
unterschiedlicher Inhaltsarten

Ziel(e) / Forschungsfrage(n)

Ziel: Unter welchen Voraussetzungen kann DS in Supermärkten erfolgreich eingesetzt werden?

F1: Wie wirkt sich die reine Präsenz von DS (unabhängig vom DS-Inhalt) im

- Produktbereich
- Kassabereich

auf die Kognitionen, die Emotionen und das Verhalten der Konsumenten aus?

Ziel(e) / Forschungsfrage(n)

F2: Welcher DS-Inhalt ist im

- Produktbereich
- Kassabereich

am besten geeignet, um die Wirkungen von DS zu maximieren?

F3: Inwiefern wird das Verhalten der Konsumenten im

- Produktbereich
- Kassabereich

durch die kognitiven und emotionalen Wirkungen der DS-Inhalte beeinflusst?

Methodik

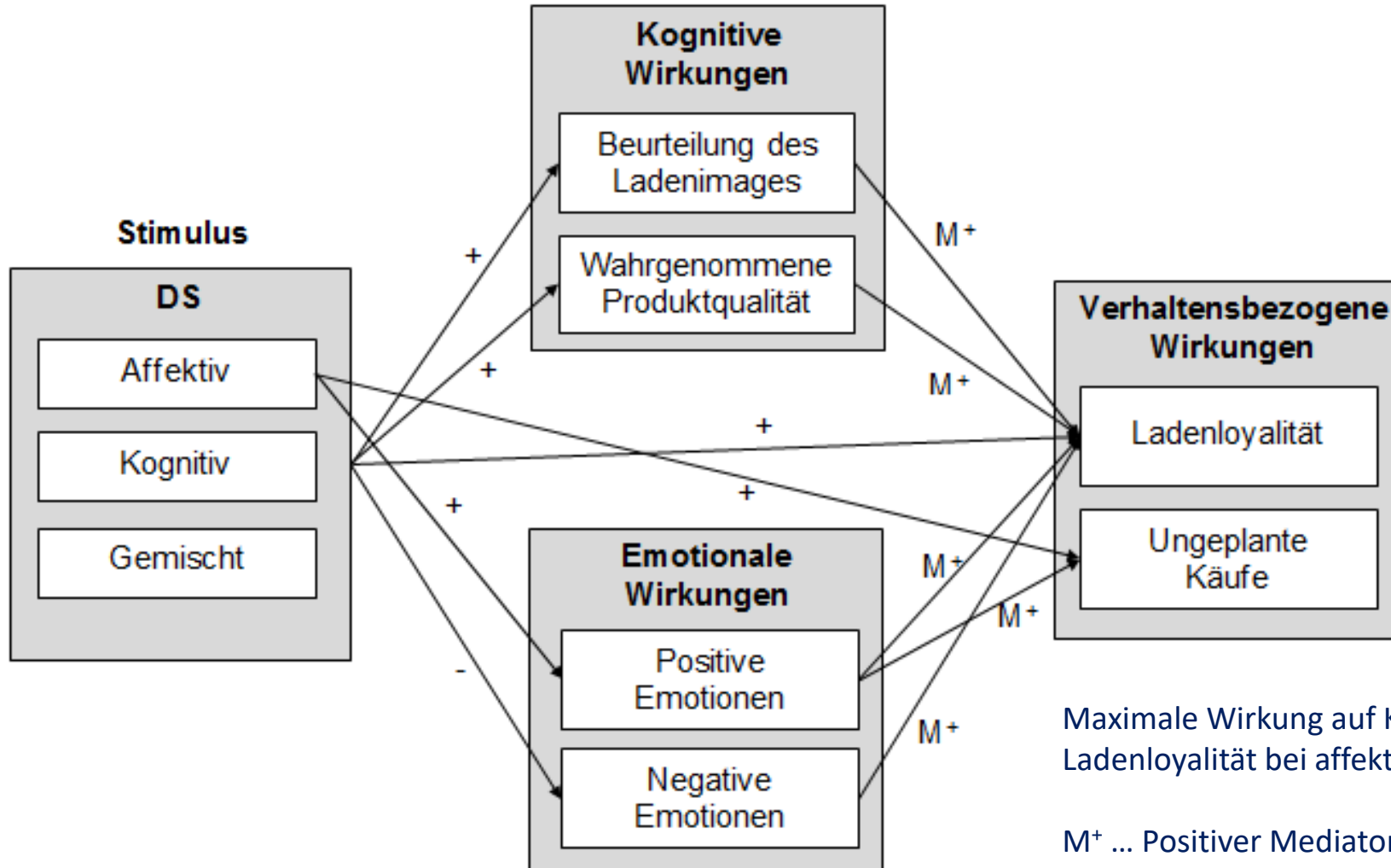
	Studie A Produktbereich	Studie B Kassabereich
Forschungsdesign	Kausal mit Feldexperiment	Kausal mit Feldexperiment
Erhebungsinstrument	Schriftlicher Fragebogen mit vorherigem Pretest	Schriftlicher Fragebogen mit vorherigem Pretest, Stoppen der tatsächlichen Wartezeit
Erhebungszeitraum	13.10. bis 15.11.2014	13.04. bis 09.05.2015
Erhebungsort	Interspar 1120 Wien	Interspar 1220 Wien
Stimulusmaterial	Präsenz von DS, 3 unterschiedliche DS-Inhaltsarten	Präsenz von DS, 3 unterschiedliche DS-Inhaltsarten
Stichprobe	200 Personen (50 pro Gruppe)	200 Personen (50 pro Gruppe)
Auswertungsmethode	Deskriptive und analytische Verfahren	Deskriptive und analytische Verfahren
Auswertungsinstrument	SPSS, Excel	SPSS, Excel

Methodik

Inhaltsarten	Studie A Produktbereich	Studie B Kassabereich
Affektiv		
Kognitiv		
Gemischt	Abwechselnd affektiv und kognitiv	Abwechselnd affektiv und kognitiv

Manipulation Check bestätigt signifikante Unterschiede zwischen den Inhaltsarten!

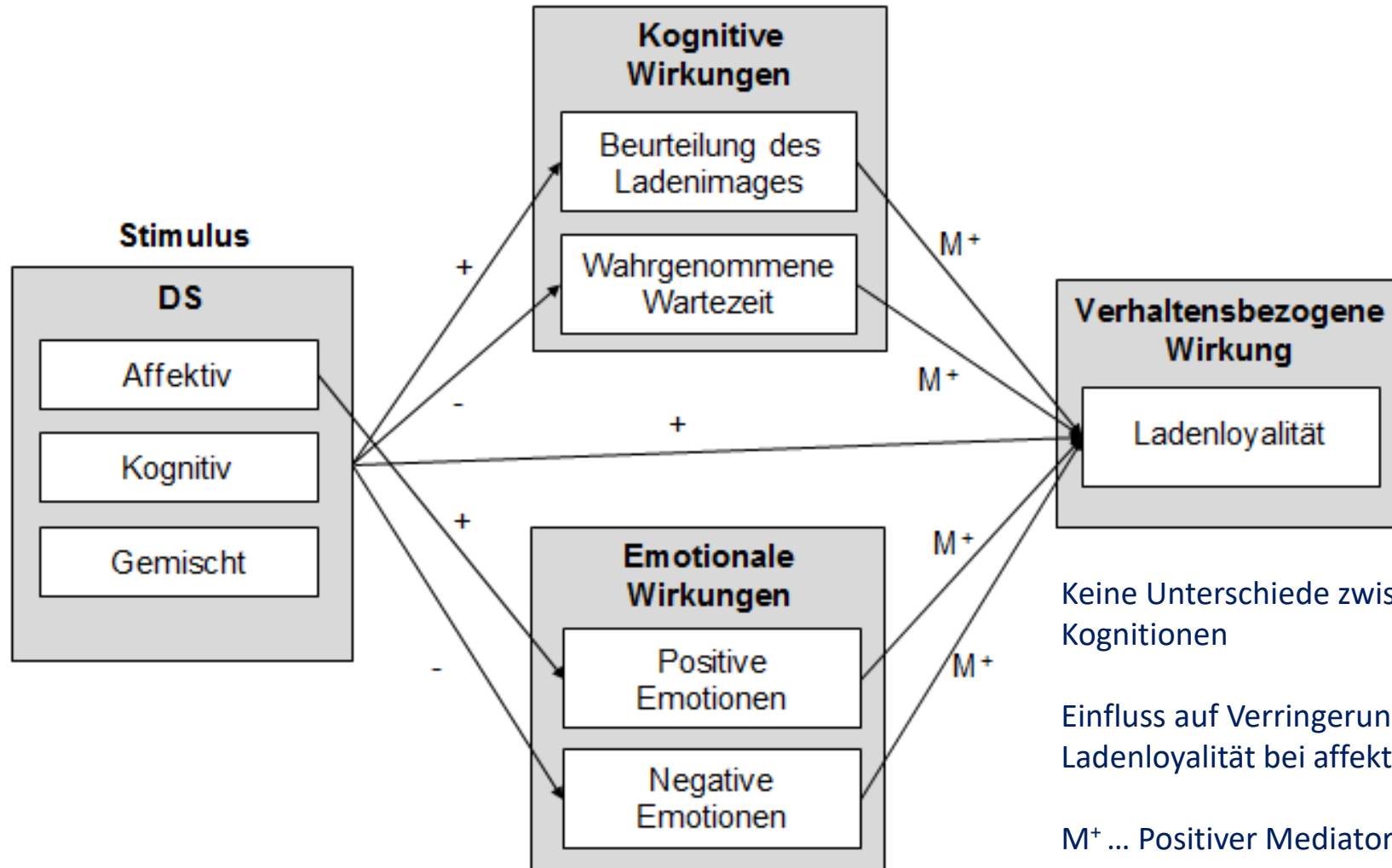
Modell Produktbereich



Maximale Wirkung auf Kognitionen, neg. Emotionen und Ladenloyalität bei affektivem DS

M⁺ ... Positiver Mediatoreffekt

Modell Kassabereich



Keine Unterschiede zwischen den DS-Inhaltsarten bei Kognitionen

Einfluss auf Verringerung der negativen Emotionen und Ladenloyalität bei affektivem DS maximal

M+ ... Positiver Mediatoreffekt

Ergebnisse Produktbereich

F1.A: Präsenz von DS beeinflusst Kognitionen, Emotionen und Verhalten

- Ladenimage und die wahrgenommene Produktqualität besser beurteilt
- Negative Emotionen verringert
- Ladenloyalität erhöht

F2.A: Bei affektivem DS maximal

F2.A: Unterschiedliche DS-Inhalte:

- Erhöhung positiver Emotionen nur bei affektivem DS-Inhalt

F3.A: Mediationseffekte:

Einfluss von DS auf Ladenloyalität mediiert durch:

- wahrgenommene Produktqualität → bei affektivem u. gemischtem DS
 - positive Emotionen
 - negative Emotionen
- bei affektivem DS

Ergebnisse Kassabereich

F1.A: Präsenz von DS beeinflusst Kognitionen und Emotionen

- Wartezeiten als kürzer empfunden
- Negative Emotionen verringert

F2.A: Unterschiedliche DS-Inhalte:

- Keine Unterschiede bei wahrgenommener Wartezeit
- Gemischter Inhalt verringert negative Emotionen am stärksten

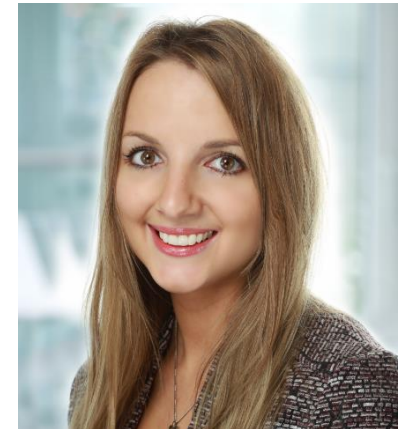
F3.A: Keine Mediationseffekte von Kognitionen und Emotionen

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen

- Negativ behaftete Lebensmitteleinkauf kann durch DS angenehmer gestaltet werden
 - Verringerung negativer Emotionen
 - Erzeugung positiver Emotionen
- Bessere Beurteilung von **Ladenimage** und **wahrgenommener Produktqualität**
→ aufgrund des steigenden Wettbewerbs im Handel von wesentlicher Bedeutung
- Verringerung der **wahrgenommenen Wartezeit**
→ maßgeblich für Kundenzufriedenheit
- Durch DS kann eine **Verhaltensbeeinflussung** in Form einer gesteigerten Ladenloyalität und (bei einem affektiven Inhalt) in Form einer Erhöhung der ungeplanten Käufe erreicht werden

Kontakt Daten

- Name: Sandra Manzinger
- E-Mail-Adresse: sandra.manzinger@gmail.com



Für weitere Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung!