ECR Academic Student Award 2019

Name des Studenten / der Studentin: Ricarda C. Rainer

Hochschule und Institut / Studiengang: Universität Wien, Institut für Betriebswirtschaftslehre

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

Betreuer / Betreuerin der Arbeit: o. Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Dr. h.c. Udo Wagner und Univ.-Doz. Mag. Dr. Marion Garaus

Titel der Arbeit

- Emotionsorientiertes Targeting am Point of Sale mittels Digital Signage

Ziel(e) / Forschungsfrage(n)

- Das Ziel dieser Masterarbeit ist es festzustellen, ob ein emotionsorientiertes Targeting am Point of Sale (POS) mittels Digital Signage (DS) zu einer Umsatzförderung führen kann, welche in Form von drei Marketingerfolgsgrößen (Zahlungsbereitschaft, Kaufbereitschaft und wahrgenommene Produktqualität) erhoben wurde.
  - Bei $\frac{\text{positiver}}{\text{negativer}}$ Stimmung beeinflusst $\frac{\text{emotionaler}}{\text{informativer}}$ DS Inhalt die Marketingerfolgsgrößen stärker als $\frac{\text{informativer}}{\text{emotionaler}}$ DS Inhalt.
- Eine weiterführende Analyse berücksichtigt die Produktkategorie, die auf den digitalen Geräten beworben wird.
  - Bei $\frac{\text{positiver}}{\text{negativer}}$ Stimmung und $\frac{\text{hedonistischen}}{\text{utilitaristischen}}$ Produkten beeinflusst $\frac{\text{emotionaler}}{\text{informativer}}$ DS die Marketingerfolgsgrößen stärker als $\frac{\text{informativer}}{\text{emotionaler}}$ DS Inhalt bei $\frac{\text{utilitaristischen}}{\text{hedonistischen}}$ Produkten.

Methodik

- Ein mit 194 Teilnehmern durchgeführtes Laborexperiment erlaubte es die Forschungsfragen zu beantworten. Abhängig von der zufällig zugeteilten Gruppe erfolgte zu Beginn des Experimentes eine positive oder negative Manipulation der Stimmung der Probanden. Daraufhin betrachteten die Teilnehmer zwei verschiedene Werbevideos zu jeweils einem hedonistischen und einem utilitaristischen Produkt mit jeweils einem informativen und einem emotionalen Inhalt als Simulation eines DS Inhaltes. Anschließend wurden die Marketingerfolgsgrößen erhoben.

Ergebnisse

- Diese Masterarbeit stellt fest, dass die Stimmung, der DS Inhalt und die Produktkategorie einen signifikanten Einfluss auf die Marketingerfolgsgrößen aufweisen. Diese Erkenntnisse unterstreichen das Potential eines emotionsorientierten Targetings mittels DS Bildschirmen am POS, da ein emotionsangepasster DS Inhalt zu einem umsatzsteigernden Konsumentenverhalten führt.

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen

- Die Ergebnisse unterstreichen die Relevanz, die Stimmung der Konsumenten am POS in ein integriertes und einheitliches Marketingkonzept einzubetten. Um die Stimmung der Konsumenten zu verbessern und in weiterer Folge ein umsatzfreudigeres Verhalten zu fördern, bieten DS Geräte zahlreiche Optionen, die in der Arbeit näher erklärt werden.
- Diese Studie bestätigt, dass bei positiver bzw. negativer Stimmung unterschiedliche DS Inhalte und unterschiedliche Produktkategorien gezeigt werden sollen, um den Umsatz am Verkaufsstandort zu fördern. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, dass die Wahl der zu zeigenden DS Inhaltsform unter der Berücksichtigung der Produktkategorie des beworbenen Produktes zu erfolgen hat.
- Daher stellt ein emotionsorientiertes Targeting mittels DS Medien ein zukunftsorientiertes und umsatzförderndes Marketingtool für die Praxis dar.
- Es wird empfohlen, über die Anpassung des Inhaltes an die Emotion hinaus die beworbenen Produkte an die Zielgruppe, beispielsweise anhand demografischer Daten, anzupassen. Dies ist besonders für Läden, die ein breites Produktsortiment haben und somit eine Auswahlmöglichkeit diverser Produkte aufweisen (z.B. Supermärkte, Drogeriemärkte, etc.), interessant.
- Außerdem wird angenommen, dass das Zeigen von Produkten der FMCG Branche die Impulskäufe, die immerhin 65% der gesamten Kaufentscheidungen repräsentieren (vgl. Häusel, 2008), erhöht und somit einen starken Effekt auf die Umsatzzahlen aufweist.

Kontaktdaten

- Name des Studenten / der Studentin: Ricarda C. Rainer
- E-Mail-Adresse: ricarda-rainer@hotmail.com
- Telefon: +43 699 16166608