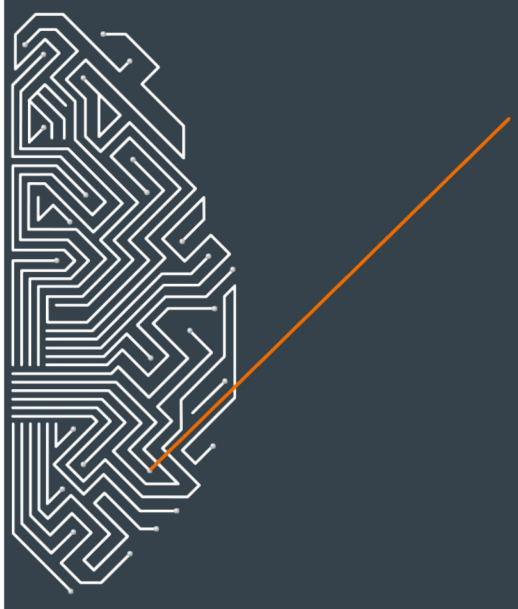

Wir möchten, dass Sie wissen!

Nett sein kann sich lohnen

Wer zu Verkäufern nett ist, wird bevorzugt behandelt. Das zeigt eine aktuelle Studie von Innsbrucker Wirtschaftsforschern.

Sie untersuchten die Wirkung von monetären und immateriellen Anreizen bei alltäglichen Kaufentscheidungen im Fastfood-Restaurant und am Dönerstand. Kunden, die sich anerkennend äußerten, erhielten im Feldversuch mehr Eiscreme oder Dönerkebab als andere Kunden. Die Wirkung von Lob und Anerkennung im ökonomischen Kontext wurde bisher experimentell vor allem im Rahmen von Arbeitsverhältnissen erforscht. Welchen Einfluss immaterielle Belohnungen in der Konsumwelt haben, ist hingegen kaum bekannt. „Die Wahl zum Mitarbeiter des Monats steigert die öffentliche Reputation, während ein Kompliment beim Einkauf ein sehr persönlicher Akt ist", erklärt START-Preisträger Michael Kirchler vom Institut für Institut für Banken und Finanzen der Universität Innsbruck. Er hat gemeinsam mit Stefan Palan in einer aktuellen Studie den Einfluss von monetären und immateriellen Anreizen wie Lob und Anerkennung bei alltäglichen Kaufentscheidungen experimentell untersucht.

Mehr Infos

Quelle: Universität Innsbruck

ZUP! BERATUNG MARKETING KOMMUNIKATION

ZUP! Beratung · Marketing · Kommunikation GmbH · Franz-Kobinger-Straße 11a · 8157 Augsburg
Telefon +49 821 9998140 · www.zup-gmbh.de · info@zup-gmbh.de

Wenn Sie unser ZUP!-Wissen nicht mehr erhalten möchten, klicken Sie bitte hier.