

ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Wie sich Konsumenten manipulieren lassen

Prof. Dr. Michael Siegrist
 Institute for Environmental Decisions IED
 Consumer Behavior



ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Ohne Anstrengung essen wir mehr

- Wie einfach etwas konsumiert werden kann, hat einen grossen Einfluss wie viel gegessen wird

Studien:

- Wenn die Klappe eines Tiefkühlers offen ist, wird mehr konsumiert
- Mehr Milch und Wasser wird konsumiert, wenn der Behälter auf dem Tisch platziert ist
- Mehr Mandeln werden gegessen, wenn diese bereits geschält sind
- Mehr Schokolade wird konsumiert, wenn diese auf dem Tisch und nicht 2m entfernt sind



ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Experiment 1: Hintergrund

- Übergewicht hängt mit der Verfügbarkeit von Lebensmitteln (z.B. Snacks) zusammen
- Es braucht keinen oder nur geringen Aufwand, um an Nahrung zu kommen
- Inwiefern beeinflusst der Aufwand die Nahrungsaufnahme?

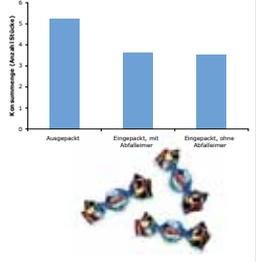


Brunner & Siegrist, 2011

ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Experiment 1

- 60 weibliche Versuchspersonen
- Alter: $M = 24.8$
- Schokolade Degustation (5 Minuten)
- Bedingungen:
 - Ausgepackt
 - Eingepackt, mit Abfalleimer
 - Eingepackt, ohne Abfalleimer

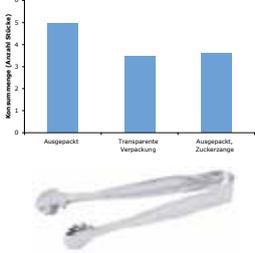


Brunner & Siegrist, 2011

ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Experiment 2

- 63 weibliche Versuchspersonen
- Alter: $M = 23.1$
- Schokolade Degustation (5 Minuten)
- Bedingungen:
 - Ausgepackt
 - Eingepackt, transparent
 - Ausgepackt, mit Zuckerzange



Brunner & Siegrist, 2011

ETH
 Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
 Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Experiment 3: Methode

- $N = 95$ Versuchspersonen (66 weiblich & 29 männlich)
- Alter $M = 35.4$ ($SD = 15.0$)
- Schokolade Degustation
- 20 Schokoladestücke und einen Fragebogen
 - Wie gerne mögen Sie diese Schokolade?
 - Wie beurteilen Sie die Süsse?
- 5 Minuten für die Degustation
- Konsumierte Menge Schokolade wurde berechnet
- Laptop mit Bildschirmschoner auf dem Tisch nebenan

Brunner & Siegrist, 2011

ETH

Experiment 3: Bedingungen

➤ Zwei verschiedene Bildschirmschoner

Giacometti



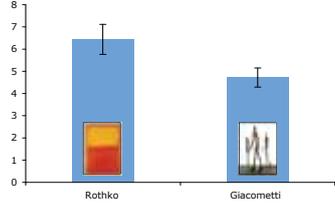
Rothko



Brunner & Siegrist, 2011

ETH

Experiment 3: Ergebnisse



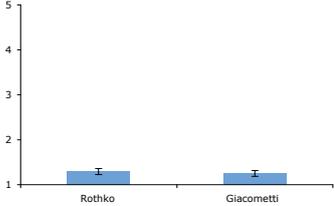
➤ $F(1,95) = 7.98, p < .01$
 korrigiert für:
 - Hunger
 - Mögen der Degu-Schokolade
 - Mögen Schokolade allgemein

Brunner & Siegrist, 2011

ETH

Experiment 3: Ergebnisse

➤ Denken Sie, dass dieses Bild beeinflusst hat, wie viel Schokolade Sie degustiert haben?



$t(94) = 0.46, p = .455$

Brunner & Siegrist, 2011

ETH

Labels beeinflussen Sensorische Wahrnehmung

➤ Produktionsweise

- Konsumenten schätzten den Geschmack von Brot mit Bio-Mehl besser ein als von Brot mit konventionellem Mehl
- Der Geschmack von gentechnisch verändertem Bier wurde negativer beurteilt als der von traditionellem Bier
- Schokolade mit Vanille wurde positiver beurteilt als Schokolade mit Vanillin

10

ETH

Robert Parker

➤ Er hat einen starken Einfluss auf die Konsumenten

➤ Konsumenten kaufen Weine gemäss seinen Empfehlungen. Dadurch können seine Einschätzungen auch den Preis beeinflussen

➤ Weinhersteller können versucht sein, Weine zu produzieren, welche Parker bevorzugt



11

ETH

Vorher

Negative (Positive) Information

Wein-Degustation

Bewertung durch Teilnehmer

Nachher

Wein-Degustation

Negative (Positive) Information

Bewertung durch Teilnehmer

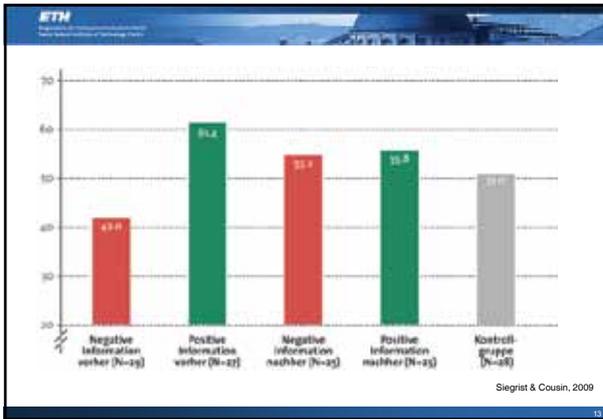
Kontroll-Gruppe

Wein-Degustation

Bewertung durch Teilnehmer

Siegrist & Cousin, 2009

12



- ### Schlussfolgerungen
- Die Umgebung beeinflusst, wie viel wir essen
 - Anordnung der Nahrungsmittel bei einem Buffet
 - Aufwand beim Konsum
 - Aktivierung Schemata (z.B. Waage, Giacometti-Skulpturen)
 - Informationen können das sensorische Erlebnis beeinflussen
 - Nur Informationen vor dem Essen haben Einfluss
 - Wir lassen uns beeinflussen, ohne dass wir dies bemerken