

Konkurrenzdenken steigert Umsatz

02.02.2011 · Geldgeschäfte · Markt-Studie

Auftraggeber: Rotterdam School of Management
Institut: Rotterdam School of Management
Fragestellung: Die Studie informiert über die Auswirkungen ungleicher Güterverteilung auf die Kaufentscheidung.

Zusammenfassung: **Es besteht die Annahme**, dass weniger vermögende Haushalte sich nach außen hin gerne als wohlhabend präsentieren, demonstrativen Konsum ankurbeln und damit den Neid auf reiche Mitmenschen unterdrücken wollen. Eine Studie der Rotterdam School of Management zeigt jedoch, dass weniger bemittelte Familien durchaus mit ihrem Besitz zufrieden sind – wenngleich der Reiz, den Nachbarn zu übertreffen und dadurch selber auf der sozialen Leiter aufzusteigen, bleibt.

Kosten: Journal of Consumer Research, Juni-Ausgabe 2011

Kontakt **Noir sur Blanc**
Dirk Hermanns
Tel. +33 (0)1 41 43 72 76
 dherermanns@gmx.de

http://wuv.de/w_v_research/studien/konkurrenzdenken_steigert_umsatz