

Onderzoek: aanraken mag

Onderzoekers van de Universiteit van Ohio en Illinois hebben onderzocht hoe - en of - het al dan niet aanraken van een product invloed heeft op prijs die men ervoor wil betalen. Hiertoe is een experiment uitgevoerd met een goedkope koffiemok. Deelnemers aan het onderzoek mochten de mok kort dan wel langer aanraken.

In een experiment werden 144 deelnemers in twee groepen verdeeld. De eerste groep mocht de mok kort bekijken en aanraken (10 seconden) en de tweede groep mocht dit langer doen (30 seconden). Na het bekijken van de mok mochten ze zeggen wat ze voor de mok zouden willen betalen. Overigens werd aan alle deelnemers de daadwerkelijke winkelwaarde van de mok vermeld voordat ze met het experiment begonnen.

Uit het onderzoek bleek dat de deelnemers die de mok langer mochten aanraken een positievere houding ten aanzien van de mok kregen. Volgens de onderzoekers komt dit omdat er bij ongeveer een halve minuut een 'gevoel van eigenaarschap' optreedt. Nadat gevraagd werd hoeveel de deelnemers bereid waren te betalen voor de mok, bleek dat de deelnemers die de mok een halve minuut aanraakten, hoger boden dan degenen die dit maar 10 seconden mochten doen. Het gemiddelde bod was bij de eerste groep \$ 3,07 en bij de tweede groep \$ 2,24.

Uit het onderzoek kwam ook naar voren dat in de '30 seconden-groep' vier op de zeven keer een hoger bod werd uitgebracht dan de werkelijke retailwaarde van de mok. In de '10-secondengroep' gebeurde dit slechts één keer. Het sterke van dit onderzoek is dat deze effecten al optreden bij een simpel product als een mok. Bij een onderzoek waar men auto's als voorwerp gebruikt zou hebben, zou je vraagtekens kunnen stellen bij de validiteit van het onderzoek (i.e. zouden de resultaten dan ook zijn opgegaan voor zoiets simpels en functioneel als een mok). Op grond van dit onderzoek is de vraag gerechtvaardigd of winkels zoals Kijkshop er niet beter aan doen om hun producten gewoon tastbaar uit te stallen. De schade die men oploopt door winkeldiefstal zou dan mogelijk door hogere prijzen gecompenseerd kunnen worden.

Referentie(s)

Wolf, J., Arkes, H., Muhanna, W. (2008), The power of touch: An examination of the effect of duration of physical contact on the valuation of objects. *Journal Judgement and Decision Making*, vol.3, no.6, p.476-482. *

* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.