

Onderzoek: hoogte van plafond beïnvloedt koopgedrag

Uit onderzoek van de Universiteit van Minnesota blijkt dat mogelijk een verband bestaat tussen plafondhoogte en consumentengedrag. De onderzoekster - Joan Meyers-Levy - stelde vast dat verschillende plafondhoogten van invloed zijn op de wijze waarop mensen denken en handelen. De onderzoekster gebruikte een experiment om tot haar conclusies te komen.

Meyers-Levy vroeg een aantal proefpersonen een ruimte binnen te gaan. In het ene geval ging het om een ruimte met een hoog plafond en in het andere geval om een ruimte met een relatief laag plafond. Nadat de proefpersonen enige tijd in de ruimte hadden doorgebracht, werd hun geheugen aan een test onderworpen. Sommige tests vereisten meer concentratie op details en andere hadden meer betrekking op abstract denken.

Meyers-Levy constateerde dat personen die in de ruimte verbleven met het hoge plafond, de neiging hadden vrijer en abstracter te denken. Van de groep proefpersonen die in de ruimte verbleven met het lagere plafond constateerde zij dat de proefpersonen vaker exact en specifiek dachten (en dus ook beter presteerden op taken waarvoor deze vaardigheden nodig zijn). Het onderzoek toont dus aan dat variatie in plafondhoogte van invloed is op de wijze waarop consumenten informatie verwerken. Naarmate een plafond hoger is, leidt dit tot vrijere denkprocessen en naarmate het plafond lager is juist tot meer detaillistische en nauwkeurige denkprocessen.

De onderzoekster stelt dat de bevindingen gebruikt kunnen worden voor het inrichten van allerlei ruimtes. Zo zouden chirurgen meer geconcentreerd werken bij een laag plafond en zouden patiënten sneller herstellen in ruimten met een hoog plafond (omdat zij daar makkelijker hun gedachten van hun kwaal kunnen laten afdwalen). Ook zouden galeries en musea er goed aan doen om hun gebouwen van een hoger plafond te voorzien, vanwege de creatieve en vrijere denkprocessen die dit op gang brengt. Dienen er echter computers of televisies verkocht te worden, dan verdient een lager plafond de voorkeur (vanwege de benodigde detaillistische en exactere denkprocessen).

Referentie(s)

Meyers-Levy, J. (2007), The influence of ceiling height: the effect of priming on the type of processing people use. *Journal of Consumer Research*, vol.34, no.2,pp.174-186. *

* : aanwezig in de EURIB-bibliotheek.