



Anne M. Schüller

Anne M. Schüller gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing im europäischen Raum.

Wenn Preise sprechen

Ob man es glauben mag oder nicht: Sich von seinem Geld trennen zu müssen, tut weh. Wie Neurowissenschaftler herausgefunden haben, aktiviert der Verlust von Geld ein Hirnareal, das auch für die Schmerzverarbeitung zuständig ist: die Insula. Da wäre es doch gut zu wissen, wie dieser Effekt neutralisiert werden kann – über die reine Freude am Essen und Trinken hinaus. Mehrere Wege führen dabei zum Ziel. So stimuliert die Aussicht, durch ein Schnäppchen Geld einzusparen, unser zerebrales Belohnungssystem. Rabattaktionen rufen demnach Verlangen hervor. Und mehr noch: Bei Erwartung einer Vergünstigung werden hirnhinterne Kontrollmechanismen zurückgeschaltet. Man will so eine Sache dann unbedingt haben. Die Jagd nach Schnäppchen beginnt. Kann darüber hinaus die Rechnung mit einer Kreditkarte beglichen werden, reduziert sich der Schmerz noch einmal erheblich. Er wird quasi in die Zukunft verlagert.

Auch die Preisoptik kann eine erhebliche Rolle spielen. So wurden Studienteilnehmern in Restaurants drei verschiedene Preisversionen angeboten: solche mit Währungszeichen und Nachkommastellen, also zum Beispiel 12,00 €, solche mit ausbuchstabierten Ziffern, also zwölf Euro, und simple numerische Zahlen wie etwa eine 12. Gruppen, denen man die simplen numerischen Zahlen präsentierte, waren bereit, sehr viel mehr Geld auszugeben. Schließlich spielt auch die Anzahl der Preisvarianten eine Rolle. Wurden zum Beispiel mittlere und niedrige Preise angeboten, neigten die meisten Versuchspersonen zu den niedrigeren Preisen. Wurde zusätzlich eine hohe Preisvariante angeboten und stand diese an erster Stelle, so entschieden sich die meisten für mittlere Preise. Schon allein hierdurch lässt sich womöglich ein Bon beträchtlich erhöhen.

Das Buch zum Thema von Anne M. Schüller: „Erfolgreich verhandeln – erfolgreich verkaufen.“ Infos unter: www.touchpoint-management.de

www.anneschueller.de



neu eröffnet

HAM YARD HOTEL, LONDON

Das Haus im Herzen Sohos ist das achte Londoner Projekt von Tim und Kit Kemp. Die Besitzer der Firdale Hotels verwandelten ein 3000 Quadratmeter großes Areal in einen urbanen Treffpunkt mit vielfältigem Angebot. Der Neubau umfasst das Hotel, ein Restaurant, eine Bar sowie 13 ausgewählte Shops und liegt nur wenige Minuten von der Regent Street, Covent Garden und Mayfair entfernt.

General Manager: Laura Sharpe

Zimmer: 91 Zimmer, 24 Wohnungen

Restaurantkonzept: Robin Read, Küchenchef von Ham Yard Bar und Restaurant, serviert leichte Gerichte aus britischen Top-Produkten.

Special Facts: Salon, Bibliothek, Theater mit 188 Plätzen, Bowlingbahn aus den 1950ern, grüner Dachgarten, Spa, mitten in Soho

Karriereinfos unter:

corporate.designhotels.com/career

Service des Monats

MICHAEL STEINBACHER

Der 25-Jährige aus der Mayday Bar im Hangar-7, Salzburg, wurde von Gault Millau Österreich und Schlumberger/Top Spirit zum Barmann des Jahres gekürt.



Mit wem würden Sie gerne einen Monat lang tauschen?

Robinson Crusoe, der auf seiner Insel ganz auf sich allein gestellt war. Ich fände es spannend zu sehen, wozu ich in so einer Extremsituation imstande wäre, ohne dabei jemandem Rechenschaft ablegen zu müssen.

Ihr Lieblingszitat?

When you stop doing things for fun you might as well be dead. (Ernest Hemingway)

Ihr emotionalstes kulinarisches Erlebnis?

Das selbstgemachte Garnelen-Kokos-Curry meiner Freundin. Ich war so überrascht, dass das Gemenge im Wok so verdammt gut geschmeckt hat.

Was war Ihr schönster Lustkauf?

Mein kleines Heimkino, das ich mir Stück für Stück selbst gebaut habe.