

TITEL

Der Einfluss der geschlechtsspezifischen Gestaltung von Direct Mailings auf die Einstellung zu einem Unternehmen



THEMENBEREICHE

Direct Mailings | Gender-Marketing | Gestaltung | Einstellungsänderung



LEITFRAGE

Welchen Einfluss hat die geschlechtsspezifische Gestaltung von Direct Mailings auf die Einstellung gegenüber einem Unternehmen?



STUDIENDESIGN

Grundgesamtheit

18 bis 29-jährige OberösterreicherInnen

Stichprobe n = 280 Personen

(2 Gruppen á 140 Personen)

Erhebungsmethode

Quantitative Befragung (CASI) mit experimentellem Design



KERNERGEBNISSE

Männer und Frauen bevorzugen Direct Mailings, bei welchen bei der Gestaltung auf das Geschlecht geachtet wurde.



Die Einstellung zur Gestaltung eines Direct Mailings fällt signifikant besser aus, wenn es sich bei jenem um ein geschlechtsspezifisch gestaltetes handelt.



Die geschlechtsspezifische Gestaltung eines Direct Mailings hat einen signifikanten positiven Einfluss auf die Einstellung gegenüber einem Unternehmen.



Es gibt keinen signifikanten Unterschied bei der Verbesserung der Einstellung zu einem Unternehmen zwischen Frauen und Männern.



Sarah Forsthuber, BA



Marketing & Kommunikation
(FH St. Pölten)



mk191512@fhstp.ac.at

