

Consumer Behavior & Health

Sommersemester 2024

Impacting health behavior through sensory marketing

Themenvorschläge mit Einstiegsliteratur

Stand 05.02.2024

1. Ansatz, Ziele und Wirkungsmöglichkeiten von Sensory Marketing

Krishna, Aradhna (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behaviour. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 332-351.

2. Der Einfluss von Düften auf den Kauf von Lebensmitteln

Biswas, Dipayan and Szocs, Courtney (2019). The smell of healthy choices: Cross-modal sensory compensation effects of ambient scent on food purchases. *Journal of Marketing Research*, 56(1), 123-141.

3. Zur Wirkung von Düften auf die Geschmackswahrnehmung

Koubaa, Yamen (2017). Odour-induced taste enhancement and consumption of low-sugar-pastry. *International Journal of Market Research*, 59(6), 749-765.

4. Der Einfluss von Hintergrundmusik auf die Lebensmittelwahl

Peng-Li, Danni, Matthiesen, Signe L., Chan, Raymond C.K., Byrne, Derek V. and Wang, Quian J. (2021). Sounds healthy: Modelling sound-evoked consumer food choice through visual attention. *Appetite*, 164 (September 2021), 105264, 1-17.

5. Geschmack nach Musik? Analyse des Zusammenhangs von Musik und Nahrungsmittelpräferenzen

Motoki, Kosuke, Takahashi, Nozomi, Velasco, Carlos and Spence, Charles (2022).

Prof. Dr. Ingrid Gottschalk, Universität Hohenheim, ingrid.gottschalk@uni-hohenheim.de

Is classical music sweeter than jazz? Crossmodal influences of background music and taste/flavour on healthy and indulgent food preferences. *Food Quality and Preference*, 96 (March 2022), 104380, 1-11.

6. Analyse der Einkaufsatmosphäre als gesundheitsrelevantes Tool

Biswas, Dipayan, Szocs, Courne, Chacko, Roger and Wansink, Brian (2017). Shining light on atmospherics: How ambient light influences food choices. *Journal of Marketing Research*, 54(1), 111-123.

7. Die Wirkung von Farbe auf Wahrnehmung und Kauf von Nahrungsmitteln

Spence, Charles (2018). Background colour & its impact on food perception and behavior. *Food Quality and Preference*, 68 (September 2018), 156-166.

8. Sensorische Strategien zur Reduzierung von kulinarischen Versuchungen

Pomirleanu, Nadia, Gustafson, Brandon M and Sheng, Bi (2020). Ooh, that's sour: An investigation of the role of sour taste and colour saturation in consumer temptation avoidance. *Psychology & Marketing*, 37(8), 1068-1081.

9. Geschmacksdifferenzierung durch Haptik? Einfluss der Berührung auf den Geschmack

Van Rompay, Thomas J.L. and Groothedde, Sara (2019). The taste of touch: Enhancing saltiness impressions through surface texture. *Food Quality and Preference*, 73 (April 2019), 248-254.

10. Macht gesundes Essen arm? Eine kritische Analyse

Haws, Kelly L., Walker Reczek, Rebecca and Sample, Kevin L. (2017). Healthy diets make empty wallets: The healthy=expensive intuition. *Journal of Consumer Research*, 43(6), 992-1007.