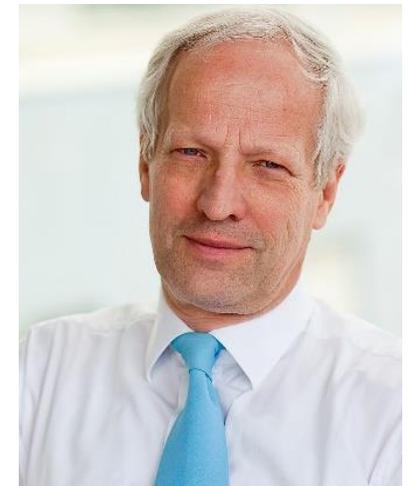


Herzliche Einladung zum Vortrag von Herrn Prof. Dr. Udo Wagner, Universität Wien
»**Empirical investigations in retailing on emotional targeting and shelf spacing by means of eye tracking**«
am 17. Mai 2022, 8:15-9:45 Uhr im H 21

*Alle Interessierten
sind herzlich willkommen!*

Neue Technologien bieten Einzelhändlern neue Möglichkeiten für personalisierte Werbebotschaften am Point-of-Sale. **Digital Signage-Systeme**, die **Gesichtserkennungssoftware** verwenden, ermöglichen nicht nur die Identifizierung von Alter und Geschlecht der Kunden sondern auch ihre Stimmungslage. Im Vortrag wird die **Wirksamkeit von emotionalem Targeting** (d. h. Abgleich von Digital Signage-Inhalten mit dem aktuellen Kundenverhalten und Stimmungszustand) mittels **Labor- und Online-Experiment** untersucht. Es zeigt sich, dass Targeting die Kaufabsicht, die Wahrnehmung der Produktqualität und die Zahlungsbereitschaft beeinflusst. Passende Inhalte zusätzlich zur Produktkategorie verstärken diese positiven Effekte.

Prof. Dr. Udo Wagner hat an der TU Wien studiert und promoviert, an der WU Wien sich habilitiert. Er war bei IBM und als Professor an der Purdue Universität (USA) tätig. Neben seiner langjährigen Professur an der Universität Wien ist er als Gastprofessor an den Universitäten Karlsruhe, Paris (ESSEC) und Aix-en-Provence tätig. Er erhielt 2009 den Best-Paper Award des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft und ist Autor von über 250 Veröffentlichungen, u.a. in Marketing Science, OR Spectrum, Journal of Retailing and Consumer Services und Marketing ZFP.



Prof. Dr. Udo Wagner,
Universität Wien