

Eigentlich bedeutet es "Strahlenkranz" oder "Heiligenschein" und beschreibt den Strahlenkranz, der sich um die Sonne bildet.

Im Marketing ist hier der Einfluss der allgemeinen Einstellung zu einem Produkt und auf die Wahrnehmung einzelner Produktattribute gemeint.

Für das Produkt und dessen Wahrnehmung bedeutet dieser Effekt, dass man bei Produkten, die man mag und schätzt, auch alle Eigenschaften dieses Produktes für gut hält. Grundsätzlich positiv unterstellte Eigenschaften überstrahlen also andere Eigenschaften.