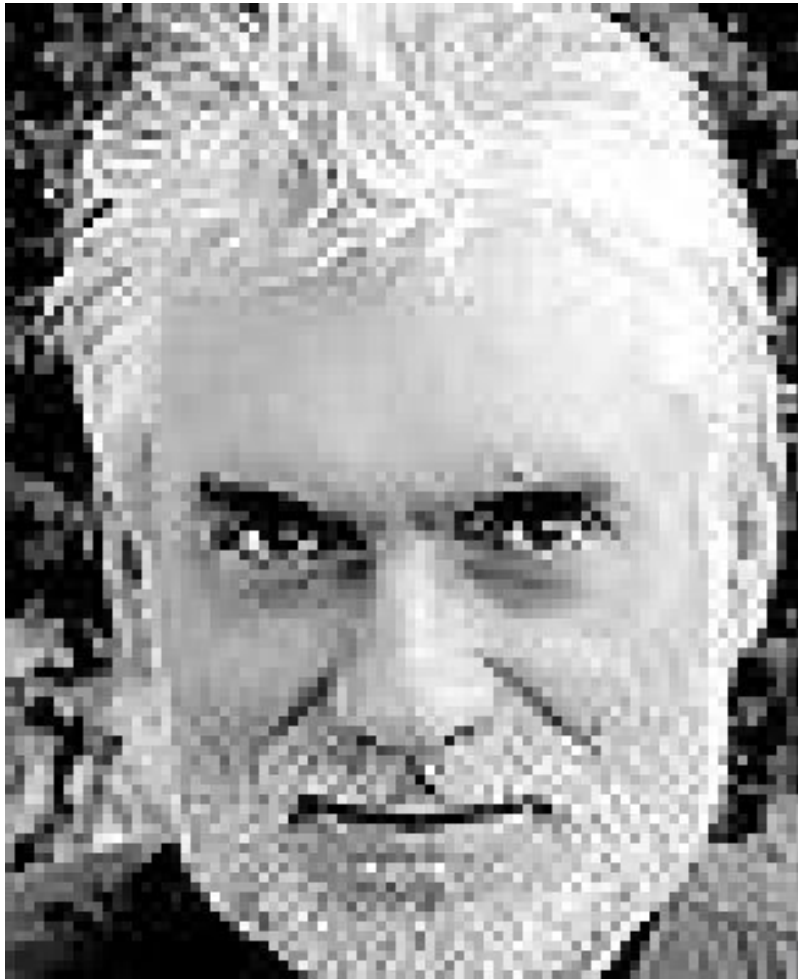


## Emotionale Käuferansprache - warum sie so wirkt

10.08.2007, 10:12 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Eisenberg - Marken am POS*

---



Wolfgang Eisenberg - Gründer und Inhaber von "Eisenberg - Marken am POS"

Die Macht der Gefühle ist unbestritten. Sie sind tief vergraben in unserer Seele, aber bei jedem "gelernten" Signal sofort wieder aktiv - sei es Angst, sei es Glücksgefühl. So liegen wir wieder am Urlaubs-Strand, wenn wir das Rauschen der Wellen hören; so kommt die Jugend zurück beim Genuß gebrannter Mandeln vom Rummel; so entspannen wir auf der Stelle beim Betreten eines sommerlichen Biergartens. Ohne unsere Gefühle sind wir nichts, unsere Emotionen leiten uns und unsere Entscheidungen. "Aus diesem Grund", so Wolfgang Eisenberg von EISENBERG - Marken am POS, "entwickeln & realisieren wir besonders emotional ansprechende Präsentations-Ideen - und genau deshalb so erfolgreiche - für die Produkte der Markenartikel-Industrie am POS." "Die beste Werbung ist verschenkt, wenn im Geschäft kein Mensch dran denkt." Hier, wo sie gekauft werden soll, muß die Marke besser "flirten", um die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, denn hier entscheidet sich ihr Schicksal. Am POS liefern sich derzeit zahlreiche Marken einen Wettlauf zu mehr Uniformität im POS-Auftritt gegenüber ihren Käufern. Kostendruck und fehlende Manpower auch im Handel forcieren diesen Weg zusätzlich. Der Käufer sieht den Mehrwert der Marke nicht mehr und kauft alternativ - billig. Marken unwiderstehlich zu machen am PoS, dort, wo immer noch rund 70 % aller Kaufentscheidungen fallen, das ist Aufgabe des zielgruppenumfassenden Eisenberg-Kreativ-Teams - 2 Frauen, 2 Männer, 2 Generationen. Mit der Display-Kompetenz aus 25 erfolgreichen Jahren und der Sensitivität für die Emotionen der Käufer. Und - mittlerweile werden

mehr als 80 % aller Kaufentscheidungen von FRAUEN getroffen, und SIE kauft - e m o t i o n a l.

Eisenberg Marken am POS  
Poststrasse 5  
50389 Wesseling / Köln  
Telefon: 02236-841308  
Telefax: 02236-841338  
transfer@eisenberg-info.de  
www.marken-am-pos.de  
Geschäftsführer: Wolfgang Eisenberg

Eisenberg - Marken am POS.  
Die Agentur für POS-Marketing.

Unser POS-Consulting verschafft den Marken unserer Kunden mehr emotionale Beachtung an dem Ort, wo die Kaufentscheidungen fallen. Faszinierende POS-Präsentation, ein Marken-Auftritt z.B. in wirklich die Sinne ansprechenden Displays, rückt die Marke in den Fokus der Käufer.

Egal, ob man es Verkaufsförderung, Sales-Promotion, below-the-line oder Trade-Marketing nennt, eines gilt für alle gleichermaßen:

Emotionale Käuferansprache ist es, was Marken zu Objekten der Begierde macht und den POS zum Point-of-SHOPPING ! Und so lassen sich von den 70 % der Unentschlossenen am POS so manche durch die richtige POS-Konzeption doch noch begeistern und gewinnen - auch und besonders bei "knapperem Geld" in der Brieftasche. Eine Investition in gute POS-Ideen ist also eine Investition in Neukunden, Marktanteile und Mehrumsatz - eine Investition, die sich rechnet - für Marke & Unternehmen. Immer !

Agentur:

gegründet 2001  
Kompetenzaufbau seit 1981

unser Kern-Kompetenz-Team:

2 Frauen - 2 Männer - 2 Generationen  
= breite Zielgruppenaffinität

## **Portrait**

Bayer - Bewital - Energizer - Gehring Bunte - Henkel - JVC - Krombacher - Maggi - Nestlé Purina - Nikon - Oase - PrimaGas - Schleich - Sigma Photo - REWE toom - Ültje - etc.

---

News-ID: 151413 • Views: 2173 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/151413/Emotionale-Kaeuferansprache-warum-sie-so-wirkt.html>