

Schluss mit Werbung auf Verdacht

25.06.2014, 12:37 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *FUCHS Werbepsychologie*

Presseagentur: *FUCHS Werbepsychologie*

Vorbei ist die Zeit, in der Unternehmen ausschließlich auf Qualität und Preis achten müssen. In der heutigen Überflussgesellschaft können Produkte und Dienstleistungen problemlos ausgetauscht werden – die Werbung nimmt somit eine immer wichtigere Rolle für einen langfristigen Unternehmenserfolg ein. Zudem wird der Kunde kritischer und selbstbewusster. Er glaubt nicht mehr alles was ihm die Werbung verspricht, er hinterfragt, googelt, chattet, teilt seine Meinung in sozialen Netzwerken. Noch nie zuvor prasselte ein solches Überangebot an Werbung auf allen Kanälen auf den Konsumenten ein. Doch was macht der informations- und reizgeplagte Mensch – er ignoriert und selektiert und entscheidet innerhalb Millisekunden darüber, ob er die Werbung weiter verfolgt oder ob sie ihn nicht anspricht. Zu keiner Zeit haben Menschen so viele Werbung übersehen wie heute. Die Werbepsychologie setzt genau hier an.

Stefanie Fuchs ist Diplom Wirtschaftspsychologin aus München und hat sich auf Markt- und Werbepsychologie spezialisiert. Im Januar 2014 machte sie sich mit FUCHS Werbepsychologie selbständig und unterstützt als externer Partner Unternehmen im Marketing. Sie sagt: „Wenn ein Unternehmen effektiv werben möchte, muss es sich mit der Psyche seines Kunden auseinandersetzen.“ Nur dann könne eine Marke ihre Zielgruppe mit den entsprechenden Schlüsselreizen ansprechen und die beabsichtigte Werbewirkung erreichen. Im Interview mit Frau Fuchs erfahren wir mehr über Werbepsychologie, einen Teilbereich der Psychologie.

Was kann man sich unter Werbepsychologie vorstellen?

„Werbepsychologie untersucht die Wirkung von Werbung auf das Erleben und Verhalten von Konsumenten. Durch sie wird eine Zielgruppe mit ihren speziellen Motiven und Bedürfnissen genau definiert. Daraufhin kann ein Werbekonzept entwickelt werden, das entsprechende Reize enthält um bei der Zielgruppe den erwünschten Erfolg zu erreichen.“

„Erfolg ist kein Zufall!“

Was genau machen Werbepsychologen?

„Werbepsychologen entwickeln Konzepte nicht auf Grund von persönlichem Geschmack, sondern rein auf Grundlage von werbepsychologischem Fachwissen. Das heißt, wir analysieren, was sich im Gehirn der Zielgruppe abspielt, wenn sie Werbung sieht bzw. was sich abspielen muss, damit die Werbung auch den Werbeerfolg erzielt und welche Reize dafür von Nöten sind. Dabei werden alle Sinnesorgane berücksichtigt. Große, erfolgreiche Konzerne nutzen schon lange Erkenntnisse der Werbepsychologie. Wussten Sie, dass der angenehme „Neuwagenduft“ aus der Sprühdose kommt? Oder, dass Kellogg's den perfekten „Crunch“ der Cornflakes in einem Soundlabor entwickeln ließ?

Die großen Konzerne... Aber was ist mit kleinen, mittelständischen Unternehmen?

Gerade diese sollten Werbepsychologen hinzuziehen. Ich zum Beispiel unterstütze Unternehmen und übernehme als externer Partner einzelne Projekte oder ganze Aufgabenbereiche. Dies reicht von der psychologischen Zielgruppenanalyse über eine zielgruppenspezifische, crossmediale Werbekonzeptentwicklung bis hin zu Beratung bzw. Schulung werbepsychologischer Themen. Dabei ist es mir wichtig, nichts dem Zufall zu überlassen. Denn Erfolg ergibt sich für mich nicht aus Zufällen oder persönlichen Vorlieben, sondern aus einer fundierten werbepsychologischen Strategie und Konzeption.

„90% der Werbung wird nicht wahrgenommen.“

Warum wird die Werbepsychologie immer wichtiger für Unternehmen?

„Unternehmen, die sich nicht von der Masse abheben, gehen unter. Die Herausforderung, Kunden zu gewinnen und dauerhaft zu binden, ist schwieriger denn je. Untersuchungen zeigen, dass mehr als 90% der Werbebotschaften untergehen, ungehört und ungesehen bleiben und damit unwirksam sind. Ich finde das sehr schade. Werbung sollte das bewirken, was sie bewirken will – z.B. Kunden dazu bringen, genau mein Produkt zu kaufen und es dauerhaft zu „lieben“. Werbepsychologische Expertise kann vor diesem Hintergrund sehr hilfreich sein.“

Portrait

FUCHS Werbepsychologie

- Stefanie Fuchs, Diplom Wirtschaftspsychologin, absolvierte ihr Studium an der Fachhochschule für angewandtes Management in Erding
- Als freie Werbepsychologin berät sie Unternehmen in allen Belangen der Werbung und des Marketings. Sie konzipiert werbepsychologische Strategien und setzt diese auch um

News-ID: 802409 • Views: 1156 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/802409/Schluss-mit-Werbung-auf-Verdacht.html>