



# WERBEPSYCHOLOGIE: KUND:INNEN VERSTEHEN

**Wie Werbung Menschen beeinflusst, nach welchen Kriterien Käufe tatsächlich getätigt werden und wie Psychologie die Wirkung von Werbung verstärken kann.**

Eine Kaufentscheidung ist weniger rational, als wir denken. Viele glauben, sie sei vernunftgesteuert, doch im Alltag treffen Menschen viele Entscheidungen aus dem Bauch heraus. „Wir kaufen in Wahrheit nicht Produkte und Dienstleistungen, sondern Emotionen“, sagt Univ.-Lekt. Mag. Dr. Josef Sawetz, Kommunikations- und Marketingpsychologe an der Universität Wien. „Wir wollen glücklich sein und uns in unserem Leben wohlfühlen. Das ist reine Emotion. Unsere Vernunft ist hier lediglich ein Werkzeug, das uns die Wege zeigt, unsere Wünsche erfüllt zu bekommen.“ Es sind also Wünsche oder Ängste, die uns zu einem bestimmten Konsumverhalten motivieren. Wem es gelingt, mit Werbung gezielt das Bauchgefühl seiner Zielgruppe anzusprechen, der kann einen direkten Einfluss auf die Kaufentscheidung nehmen. „Das versucht die Werbung zum Beispiel über ästhetische Bilder, attraktive Models und Humor. Diese Methoden haben eines gemeinsam: sie erzeugen eine gute Stimmung“, so Dr. Sawetz. Damit werde unserem Gehirn signalisiert, alles sei in Ordnung und man müsse sich keine Sorgen machen. „Das Resultat ist, dass wir durch eine gute Stimmung weniger

kritisch, weniger skeptisch und leichter beeinflussbar werden. Gleichzeitig werden die beworbenen Produkte mit den so erzeugten positiven Gefühlen aufgeladen und verbunden. Diese positive emotionale Aufladung wiederum gibt unserem Bauchgefühl die Richtung der Entscheidung vor.“

## Mach es einfach

In der Werbung werden psychologische Tricks oft verwendet, da sie alle auf den kollektiven Kernprinzipien unserer Gehirnfunktionen basieren, so der Psychologe. „Das sind unsere Basic-Survival-Tools für das Überleben und das Fortbestehen unserer Art. Ein Beispiel für ein kollektives Kernprinzip in unserem Gehirn ist, es sich möglichst einfach zu machen, um Energie zu sparen. So sucht sich der Mensch ganz unbewusst und automatisch immer den kürzesten und einfachsten Weg. Erfolgreiche Werbung nützt dieses Prinzip und stellt seine Produkte und Dienstleistungen als ganz einfache und bequeme Möglichkeit zur Wunsch-erfüllung dar.“ Online-Shopping, schnelle Lieferung, einfache Rückgabemöglichkeiten: Die Bequemlichkeit des Kaufprozesses und die Verfügbarkeit eines



**Univ.-Lekt. Mag. Dr. Josef Sawetz**  
ist Kommunikations- und Marketingpsychologe und Lehrgangsleiter am WIFI Wien

Produkts können somit kaufentscheidend werden. Dr. Sawetz: „Je besser die Werbetreibenden durch neueste Profiling-Techniken ihre Zielgruppen verstehen, desto gezielter können sie deren emotionale Bedürfnisse ansprechen. Forschung und Datenanalyse können dabei helfen, die Bedürfnisse und Vorlieben der Kund:innen beinahe noch besser zu erkennen als diese selbst.“

**WERBEPSYCHOLOGIE  
KOMPAKT**

**ONLINE- UND/ODER  
PRÄSENZKURS (48 LE)**



Detailinformationen unter  
[wifwien.at/81610x](http://wifwien.at/81610x)