

0.0%

PlagScan by Ouriginal **Resultate der Plagiatanalyse vom 2021-03-16 12:07 UTC**
5_FINALfertig test 1 320 064 1.odt

Datum: 2021-03-16 12:03 UTC

* Alle Quellen 0

1 Seiten, 219 Wörter

PlagLevel: 0.0% ausgewählt / 0.0% insgesamt

0 Treffer von 0 Quellen, von denen 0 Online-Quellen sind.

Einstellungen

Datenrichtlinie: *Mit Webquellen abgleichen*

Sensitivität: *Mittel*

Literaturverzeichnis: *Text berücksichtigen*

Zitaterkennung: *PlagLevel reduzieren*

Weiße Liste: --

Die Rolle der Psychologie in der Werbung

Einflüsse auf die Kaufentscheidung

Einleitung

Dass Psychologie eine große Rolle in der Werbung spielt und oft entscheidende Einflüsse auf die Kaufentscheidung hat, ist heute unbestritten.

In den Überflussgesellschaften dienen Waren schon lange nicht mehr nur der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung, sondern auch dazu, die Lebensstile zu kultivieren oder die eigene Individualität auszudrücken. Sie verraten nicht nur, wie reich und sozial angesehen jemand ist, sondern auch das Temperament und die politische Einstellung des Konsumenten. Der Umfang der wissenschaftlichen Literatur in diesem Bereich ist praktisch unüberschaubar. Um den Überblick nicht zu verlieren und gleichfalls eine ausreichende Darstellung zu gewährleisten, werden hier nur die grundlegenden Theorien betrachtet.

Früher galt Psychologie als Leitwissenschaft der Marktforschung. Heutzutage hat die Gehirnforschung das Feld des Konsums mit Neuromarketing erobert. Es geht nicht nur darum, wie man Produkte dank neurobiologischer Erkenntnisse besser präsentieren kann. Vielmehr möchten die Gehirnforscher die Reaktionen auf Formensprachen oder Materialeigenschaften untersuchen. Im Folgenden werden einige der neuen Ergebnisse der neurobiologischen Forschung dargestellt, wie z.B. die sogenannte "Limbic Map" von der Gruppe Nymphenburg. Anschließend werden einige Beispiele von der sich an den "Limbic Types" orientierenden Werbung angeführt.

Im Abschluss werden die wichtigsten Grundlagen der psychologischen Werbung zusammengefasst.

Im praktischen Teil werden einige Beispiele aus der deutschen Werbung analysiert und ein Werbeslogan für eine Ware mithilfe von "Limbic Type"-Marketing entworfen.