

# WARUM MARKEN GEWINNEN

Welche Rolle also spielt die Marke im Entscheidungsprozess?

Hans-Georg Häusel beweist in seinem Buch »Brain Script«, dass Marken Objekte mit positiven Emotionen aufladen.

Wie funktioniert das?

Das Gehirn des Menschen arbeitet nach einem relativ einfachen Lernprinzip, das sich im Laufe der Evolution bewährt hat. Wenn Reize von außen (Bilder, Töne, Ereignisse, etc.) und Signale aus dem Körperinneren (Gefühle) immer wieder zusammen auftreten, werden sie miteinander verknüpft und abgespeichert. Bei erneutem Auftreten eines solchen Schlüsselreizes wird dann äußerst schnell und effizient automatisch das gesamte dazugehörige Emotionsprogramm aufgerufen.

Ein Beispiel:

Sie gehen durch die Reihen eines Supermarktes und sehen in einiger Entfernung eine lila Farbfläche. Bevor Sie das in Ihrem Bewusstsein überhaupt registrieren, wurde im Gehirn bereits das Milka-Emotionssystem aktiviert. Wenn Sie schon vorher etwas hungrig waren, taucht nun in Ihrem Bewusstsein der Wunsch nach Schokolade auf. Wenn die Kaufentscheidung keine Konflikte im Kopf erzeugt, wenn sie nicht begründet werden muss bzw. mit keinem Risiko verbunden ist, wählt unser Gehirn automatisch die bekanntere und sympathischere Marke. Die Marke wird damit zum wichtigsten Wert eines Unternehmens. Die eigentliche Wertschöpfung findet nämlich nicht (nur) in den Produktionsanlagen und Büros statt, sondern im Kopf des Kunden.

Weiteres Interesse zum Thema Marke? Wir zeigen Ihnen gerne die Mittel und Wege auf, mit denen auch Sie Ihr Unternehmen zur Marke aufbauen können. Nehmen Sie unverbindlich Kontakt mit uns auf!

agent-ci | Telefon: (02 21) 6 08 79 84 | E-Mail: info@agent-ci.de