

# Menschen und Emotionen

Studie der ISM: Unterschiede der Werbewirkung bei Mann und Frau

**MÜNCHEN** (dpa/ots) ■ Frauen und Männer reagieren ganz unterschiedlich auf Reize in der Werbung. Das haben Studenten der International School Of Management herausgefunden.

Frauen und Männer unterscheiden sich in Fühlen, Denken und Verhalten. Und Männer reagieren in der Werbung auf ganz andere Reize als Frauen, so die Erkenntnis einer Untersuchung von Studierenden der International School of Management (ISM).

Studenten des ISM-Bachelor-Programms Psychology & Management analysierten den aktuellen Stand der Wissenschaft im Bereich Werbewirkung. Ein zentrales Er-



*Claudia Schiffer vor einem großen Poster mit ihrem Gesicht. Bei Frauen kommt Werbung mit den Schwerpunkten Kinder, Menschen, Familien, Tiere oder Vorbilder – wie Models – am besten an.*

gebnis der Untersuchung: Frauen und Männer reagieren auf völlig unterschiedli-

che Werbeinhalte. So kommen bei Männern Werbeclips gut an, wenn laute,

schnelle Musik, Wettbewerbssituationen, actionreichen Handlungen, Führungspersönlichkeiten oder Erotik im Mittelpunkt stehen.

Bei Frauen dagegen führen andere Inhalte zu positiven Reaktionen: Bei ihnen sind es dargestellte Emotionen, Kinder, Menschen, Familien, Tiere oder Vorbilder – wie Models, Geschäftsfrauen oder Mütter – die die größte Wirkung erzielen. „Beachten Unternehmen und Werbeagenturen diese Unterschiede, lassen sich Werbemaßnahmen effektiver und individueller auf die Zielgruppen ausrichten und so das beste Werbepotenzial optimal entfalten“, erläutert ISM-Professor Dr. Florian Becker die Unterschiede.