

Was Frauen und was Männer bei Werbung reizt

München (red). Frauen und Männer unterscheiden sich im Fühlen, Denken und Verhalten. Was im Alltag zu Missverständnissen und Konflikten führen kann, lässt sich in der Werbung nutzen, um die gewünschte Zielgruppe gezielt anzusprechen. Denn Männer reagieren in der Werbung auf ganz andere Reize als Frauen, so die Erkenntnis einer Gruppe von Studierenden der International School of Management (ISM) um Dr. Florian Becker. Sie analysierten den aktuellen Stand der Wissenschaft im Bereich Werbewirkung. Beide Geschlechter reagieren demnach auf völlig unterschiedliche Werbeinhalte. So kommen bei Männern Werbeclips vor allem dann gut an, wenn laute, schnelle Musik, Wettbewerbssituationen, actionreiche Handlungen, Führungspersönlichkeiten als Protagonisten 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.