

Werbewirkung: Was Frauen anspricht und Männer reizt / ISM-Studenten untersuchen Unterschiede bei der Wirkung von Werbung

München (ots) - Frauen und Männer unterscheiden sich in Fühlen, Denken und Verhalten. Was im alltäglichen Leben zu Missverständnissen 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 Untersuchung von Studierenden der International School of Management (ISM).

Studenten des ISM-Bachelor-Programms Psychology & Management analysierten dazu mit Studiengangsleiter Dr. Florian Becker den aktuellen Stand der Wissenschaft im Bereich Werbewirkung. Ein zentrales Ergebnis der Untersuchung: Frauen und Männer reagieren auf völlig unterschiedliche Werbeinhalte. So kommen bei Männern Werbeclips vor allem dann gut an, wenn laute, schnelle Musik, Wettbewerbssituationen, actionreichen 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. "Beachten Unternehmen und Werbeagenturen diese Unterschiede, lassen sich Werbemaßnahmen effektiver und individueller auf die Zielgruppen ausrichten und so das bestehende Werbepotenzial optimal entfalten", erläutert ISM-Professor Becker die Bedeutung der geschlechtsspezifischen Unterschiede.

http://www.marktplatz-zeitarbeit.de/de/news/?news_action_type=detail&news_id=98994