



## Presse-Information

### **Der Blick ins Gehirn! Vorteil Marketing Ja oder Nein?**

Marketing-Club Schwarzwald-Baar setzt sich mit Neuromarketing auseinander. Hilft uns der Blick ins Gehirn des Kunden oder nicht?

**Donaueschingen, 28. April 2011. Prof. Alexander Doderer, Präsident des Marketing-Clubs Schwarzwald-Baar, begrüßte am 11. April im Hotel Carlton in Donaueschingen rund 50 Club-Mitglieder und Gäste zum Vortrag „Neuromarketing: Was bringt uns der Blick ins Gehirn?“. Referentin des Abends war Frau Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein, Leiterin des Lehrstuhls für Marketing an der Universität Siegen. Sie lieferte den Gästen einen interessanten Einblick in den aktuellen Stand der Forschung und eine Einschätzung wie sie die Chancen für eine Nutzung in der Praxis sieht.**

Wir wissen bereits sehr viel darüber, wie Marketing auf Menschen wirkt bzw. wirken kann. Doch zeigen alle Menschen die gleichen Reaktionen? Gibt es den Kaufknopf im Gehirn eines Menschen, den die Marketingfachleute nur finden müssen? Einmal gereizt und schon kann jeder dazu gebracht werden, etwas Bestimmtes zu kaufen? Eher nicht, bis jetzt hat die Neuromarketing-Forschung viel über die Reaktionen im Gehirn des Menschen gelernt. Doch den Kaufknopf sucht sie noch vergeblich. Allerdings hat die Forschung durchaus sehr interessante Erkenntnisse zu Tage gefördert. Wer kennt sie nicht, Aussprüche wie: „Dieser Preis kann einem richtig Schmerzen verursachen.“ oder „Dieser Preis macht mich jetzt richtig glücklich.“. Es sind nicht einfach nur lose Worte. Wie die Ausführungen von Frau Prof. Dr. Schramm-Klein zeigten, haben sie einen realen „medizinischen“ bzw. organischen Ursprung. Die „Preisschmerzen“ entstehen in der Gehirnregion „Insula“. Sieht ein Kunde also einen für ihn sehr hohen Preis bei einem Produkt das ihn interessiert, wird die Schmerzregion aktiviert. Ein teures Produkt kann uns also wirklich richtig quälen und echte Schmerzen verursachen.

#### **Gutes Marketing – einfach nur das „Lustzentrum“ ansprechen?**

Ein guter Preis hingegen tut uns gut. Er freut uns und spricht den sogenannten „Nucleus accumbens“ in unserem Gehirn an. Dieser Bereich ist in der Öffentlichkeit eher unter dem Begriff „Lustzentrum“ bekannt. Alleine der niedrige Preis oder ein angepreisener Rabatt für ein Produkt kann uns ein gutes Gefühl vermitteln und das Belohnungszentrum des Gehirns ansprechen. Der Mensch reagiert im Gehirn: „Das will ich haben.“ Diese Reaktion stellt aber nicht sicher, dass der Kunde wirklich kaufen wird. Denn die letzte Entscheidung beruht auf vielen sehr verschiedenen Einflüssen und



## **Presse-Information**

eben nicht nur auf den Gehirn-Reflexen im „Lustzentrum“. Eine Erkenntnis, die Marketing-Fachleuten auch bereits vor den Forschungen des Neuromarketings bekannt war.

### **Neuromarketing bestätigt bereits Bekanntes**

Untersuchungen im Kernspintomographen bestätigten die „Vermutungen“ das niedrige Preise positiv auf den Menschen wirken auf wissenschaftliche Weise. Doch ob und wie können diese verschiedenen Einsichten für neue Marketingstrategien umgesetzt werden? Darüber sind sich die Forschung sowie die Personen in der Praxis nicht einig. Nur so viel: „Auch in naher Zukunft ist den meisten Menschen der Blick auf hübsche Köpfe ob in der Realität oder in der Werbung lieber, als in diese Köpfe zu sehen“, so Prof. Dr. Schramm-Klein.

Im Anschluss an den Vortrag diskutierten die Mitglieder noch sehr rege ob ihnen Neuromarketing wirklich helfen kann. Sollten wir dem Menschen wirklich so genau in sein Gehirn blicken? Oder ist nicht auch das Bewusstsein nicht alles zu wissen gut, um weiter kreatives und gutes Marketing für interessante Produkte zu betreiben?

## **Pressefotos – Bildunterschriften**

### **Bild 1:**

**Frau Prof Dr. Hanna Schramm-Klein, Leiterin des Lehrstuhls für Marketing an der Universität Siegen, sprach über den aktuellen Stand der Forschung im Bereich Neuromarketing**

### **Bild 2:**

**Die rund 50 Mitglieder und Gäste des Marketing-Club Schwarzwald-Baar verfolgten den anregenden Vortrag der Referentin Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein sehr interessiert.**

Bilder frei zur Veröffentlichung

Fotos:

Antje Häcker

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.



## Presse-Information

### Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar ([www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.

### Kontakt:

Carolin Doderer  
Geschäftsstellenleiterin  
Marketing-Club Schwarzwald-Baar  
Robert-Bosch-Straße 9  
D - 78048 VS-Villingen  
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27  
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33  
[info@mc-sb.de](mailto:info@mc-sb.de)  
[www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)

Antje Häcker  
Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit  
Marketing-Club Schwarzwald-Baar  
Robert-Bosch-Straße 9  
D - 78048 VS-Villingen  
Tel: +49 (0) 7721-50 23 27  
Fax: +49 (0) 7721-84 21 33  
[info@mc-sb.de](mailto:info@mc-sb.de)  
[www.mc-sb.de](http://www.mc-sb.de)