

Dr. Christian Scheier, Dirk Held

Was Marken erfolgreich macht.

Neuropsychologie in der Markenführung.

© 2007 Rudolf Haufe Verlag, Planegg/München

233 Seiten

ISBN: 978-3-448-08610-2

Euro 29,80

Das Geheimnis erfolgreicher Marken

Neuropsychologie stellt Markenführung auf ein neues Fundament

Hamburg, 19. September 2007 - Mit *Wie Werbung wirkt* gelang Christian Scheier und Dirk Held ein viel beachteter Bestseller. Jetzt haben die beiden Experten eines der spannendsten Marketing-Rätsel gelöst: Mit Hilfe der neuesten Erkenntnisse der Neuropsychologie sind sie dem Geheimnis erfolgreicher Marken auf die Spur gekommen. **Was Marken erfolgreich macht. Neuropsychologie in der Markenführung** liefert ein neues, solides Fundament für die Markenführung im konkreten Marketing-Alltag - von der Positionierung und Implementierung, über das Innovativ-Management bis hin zur Frage, wie die Kultur eines Unternehmens in die Markenführung hineinspielt. Anhand zahlreicher verblüffender Beispiele zeigen die Autoren, wie das Wissen der Neuropsychologie für erfolgreiche Markenführung genutzt werden kann. Gängige Markenmodelle beschränken sich auf das „Was“, also darauf, die Marke bekannt und sympathisch zu machen. Scheier und Held gehen den entscheidenden Schritt weiter und erklären das „Wie“ und das „Warum“ von Erfolg, Anziehungskraft und Vitalität starker Marken.

- Für das Kaufverhalten ist das implizite System – der so genannte Autopilot – verantwortlich:

Der Schlüssel für das Verständnis erfolgreicher Marken liegt im Gehirn, dessen implizites System für intuitive Entscheidungen, etwa für die Wahl unseres Partners, aber auch für unser Kaufverhalten verantwortlich ist. Dieser Autopilot entscheidet, welche Produkte in den Einkaufskorb fallen. In der impliziten Wirkung von Marken liegt die größte Chance für erfolgreiche Markenführung.

decode

MARKETINGBERATUNG GmbH i.G.

Graumannsweg 19
D-22087 Hamburg
Geschäftsführer:
Dr. Christian Scheier, Dirk Held

FON: +49 (0)40 / 86 68 93-00
FAX: +49 (0)40 / 86 68 93-90
MAIL: info@decode-online.de
WEB: www.decode-online.de

Steuernummer: 02/322/WVL
Hamburger Sparkasse
KONTO 1238153298
BLZ 200 505 50

- Die Anziehungskraft von Marken entsteht durch ihre implizite Belohnung:

An jedem Markenkontaktpunkt fragt der Autopilot, ob die Bedeutung und der Belohnungswert einer Marke für ihn relevant sind. Nur in diesem Fall entscheidet er „Haben wollen“. Ohne Belohnung entsteht kein Kaufverhalten. Starke Marken vermitteln fiktive Belohnungen. So liegt die implizite Belohnung von Dove in einer Art Erleichterung - nicht jedoch in der Produkteigenschaft der Lotion.

- Frühe Prägungen und Rituale bestimmen Bedeutung und Belohnungswert von Marken:

Die für eine Marke anschlussfähigen Bedeutungen und Belohnungen werden durch die Nutzung des Produkts (Rituale) vorgegeben. So bedeutet die Dusche am Abend „Neustart“ oder „Beruhigung“, die Dusche nach dem Sport „Reinigung“. Auch frühe Prägungen (Imprints) und Produktbewertungen werden vom Autopiloten abgespeichert und beeinflussen unser Verhalten ein Leben lang. Ein Imprint für Kaffee z.B. ist „zu Hause sein“. Marken, die mit unseren Imprints kollidieren, haben keinen Erfolg. Starke Marken knüpfen an bestehende Imprints an.

- Starke Marken wirken indirekt als Hintergrund und üben einen Framing-Effekt auf Produkte aus:

Ein grundlegendes Prinzip im Gehirn beschreibt, wie die indirekte Wirkung eines Hintergrunds die subjektive Wahrnehmung der Figur verändert. Im so genannten Framing-Effekt liegt ein mächtiges Wirkprinzip starker Marken. Denn starke Marken wirken als Referenz- und Bedeutungsrahmen für das Produkt. Starke Marken lassen Produkte „heller“ wirken. Beim VW Sharan etwa ist es also nicht das Auto selbst, das ihn gegenüber dem baugleichen Ford Galaxy 2.000 Euro wertvoller macht, sondern der Hintergrund – die Marke VW. Die Frage nach dem Frame einer Marke bietet klare Leitlinien für deren Inszenierung und Weiterentwicklung.

- In der Implementierung die richtigen Signale setzen

Um die implizite Wirkung zielgerichtet einsetzen zu können, beschreiben die Autoren den Ansatz des Brand Code Management – ein instruktiver Leitfaden, Marken künftig hingerecht zu führen, Marken erfolgreich zu positionieren, in den Kontaktpunkten (Verpackung, Werbung, Webseiten, Filialen usw.) umzusetzen und zu evaluieren. Wie das konkret funktioniert, zeigen, wie bereits im gesamten Buch, zahlreiche Beispiele, Übungen und Anleitungen. Flankierende Unterstützung bieten die Autoren ihren Lesern zudem auf ihrer Website: www.decode-online.de/markenbuch/

Die Autoren

Dr. Christian Scheier und Dirk Held sind gemeinsame Gründer und Geschäftsführer der decode Marketingberatung GmbH und Autoren des Buches *Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse des Neuromarketing* (Haufe 2006).

Dr. Christian Scheier ist weltweit einer der wenigen Neuropsychologen, der Forschungs- und Praxiskompetenz in der Marketingberatung kombiniert. Nach einer wissenschaftlichen Karriere am renommierten California Institute of Technology, und dem erfolgreichen Aufbau einer Agentur für Marketingforschung gründete er zusammen mit Dirk Held die decode Marketingberatung GmbH. Er ist Autor des Standardwerks der neuen Künstlichen Intelligenz (MIT Press) und zahlreicher wissenschaftlicher Publikationen. Dr. Scheier ist gefragter Referent im In- und Ausland und wurde mit dem "Best Speaker"- und "Best Presentation"-Award an der ESOMAR Technovate Konferenz ausgezeichnet.

Dirk Held ist Diplom-Psychologe und absolvierte einen Master of Business Administration an der renommierten Business School der Universität Bradford (England). Dirk Held ist ausgewiesener Experte für psychologische Marketingforschung mit jahrelanger Erfahrung in der praktischen Arbeit. Daneben ist er Dozent an der Psychologischen Fakultät der Johannes Gutenberg Universität und an der Steinbeis Hochschule in Berlin.

Kontaktdaten:

decode Marketingberatung GmbH

Graumannsweg 19
D-22087 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 227 59 208
Fax: +49 (0)40 / 226 95 065

Ansprechpartner für die Presse:

Cornelia Bruns
Tel.: 040 / 227 59 208
Mail: bruns@decode-online.de

decode

MARKETINGBERATUNG GmbH i.G.

Graumannsweg 19
D-22087 Hamburg
Geschäftsführer:
Dr. Christian Scheier, Dirk Held

FON: +49 (0)40 / 86 68 93-00
FAX: +49 (0)40 / 86 68 93-90
MAIL: info@decode-online.de
WEB: www.decode-online.de

Steuernummer: 02/322/WVL
Hamburger Sparkasse
KONTO 1238153298
BLZ 200 505 50