



„Traditionelle Handwerkskunst“ von Perry und Semrad.

Traditionelle Handwerkskunst

Das Buch „Traditionelle Handwerkskunst in Österreich – Wertvolles – Erlesenes – Besonderes“ von Mark Perry und Gregor Semrad ist im Stocker Verlag erschienen. Auch viele oberösterreichische Betriebe und deren edle traditionelle Handwerksprodukte werden im Werk vorgestellt.

► www.stocker-verlag.com

6. Attergauer Waffenradl-Trophy

Morgen, Samstag, findet ab 14 Uhr die 6. Attergauer Waffenradl-Trophy in St. Georgen im Attergau statt. Neben Handwerkskunst und Chören aus ganz OÖ veranstalten ortsansässige Betriebe wie sisterly, Gabis Jeansboutique, Sturm Optik und Trachtenmode Wienerroither um 18.30 Uhr eine Modenschau.

► www.waffenradlrennen.at

Programmierfabrik hat neue Prokuristen

Die Programmierfabrik GmbH hat Michael Ecker, Brigitte Feigl, Norbert Moser und Josef Pretzl zu Prokuristen bestellt. Das IT-Unternehmen mit Geschäftsstellen in Linz, Wien sowie im Softwarepark Hagenberg beschäftigt 130 Mitarbeiter und betreut vorwiegend Finanzdienstleister, Industriebetriebe, Softwarehäuser und öffentliche Institutionen.

Wenn das Unterbewu

Kaffeepulver oder Kapsel? Kaufentscheidungen fallen im Unterbewusstsein. Die emotionalen Systeme bewerten ein Produkt nach unseren individuellen Grundbedürfnissen und gute Marken gehen genau darauf ein.

Auf eine Reise in den Kopf der Kunden nahm Hans-Georg Häusel von der Gruppe Nymphenburg Consult AG in München seine Zuhörer kürzlich im Linzer Wissensturm mit. Die Werbeagentur Strobl Kriegner Group (S)KG hatte den



© cityfoto

„Wenn Sie einen Sportwagen kaufen, um Ihrem Nachbarn zu zeigen, was für ein Looser er ist: Herzliche Grüße aus dem Dominanzsystem ihres Unterbewusstseins.“

Hans-Georg Häusel

Psychologen zum Business Breakfast eingeladen. „Unser Unterbewusstsein wird von drei großen emotionalen Systemen geprägt. Das Stabilitätssystem strebt nach Sicherheit und vermeidet Risiko und das Dominanzsystem ist für Konkurrenzdenken, Verdrängung des Gegners und das Streben nach oben verantwortlich. Schließlich gibt es das Stimulanzsystem, das für Abenteuer und das Streben nach Neuem zuständig ist“, erklärt Häusel. Alles, was wir tun, hat in diesen drei emotionalen Systemen, die natürlich bei jedem unterschiedlich stark ausgeprägt sind, seinen Ursprung.

Durch die Brille der Emotionen bewertet

Und so werden auch Produkte oder Dienstleistungen durch diese „Brille der Emotionen“ betrachtet und bewertet, also bringt mir das Produkt z.B. Sicherheit, Status oder einen neuen Reiz. Erst dann gelangt die Entscheidung ins Bewusstsein. „Alles, was keine Emo-

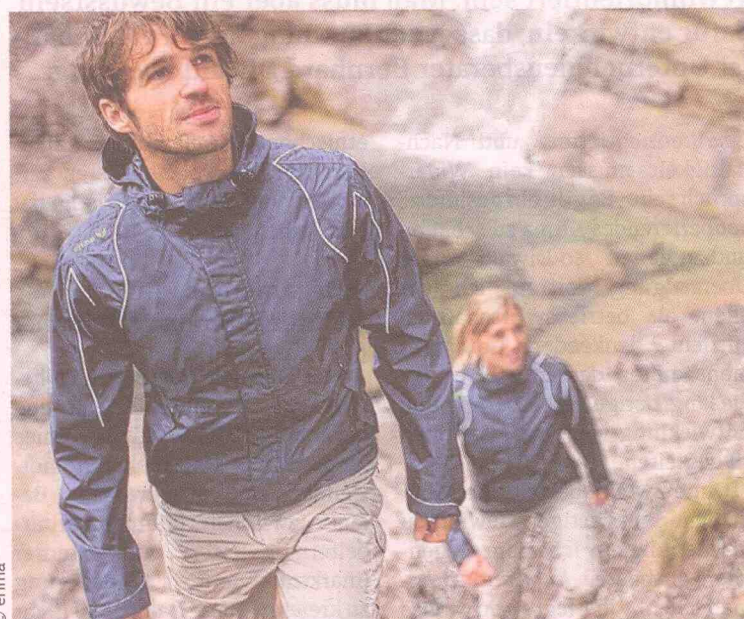
tionen auslöst, ist für das Gehirn sinn-, wert- und bedeutungslos“, so Häusel.

Gute Marken haben eine klare emotionale Heimat

Gute Marken sind genau darauf ausgerichtet und haben eine klare emotionale Heimat, wie beispielsweise das Statusversprechen, das mit einer bestimmten Automarke verbunden ist oder der Nimbus des Abenteurers, der rund um einen Energydrink aufgebaut wurde. Auch Kaffee bringt Häusel als weiteres Beispiel. Kaffee wird als reiner Rohstoff relativ günstig verkauft. Wenn man das Produkt emotionalisiert, eine Marke aufbaut und ein Vorstellungsbild kreiert, ist das Produkt dem Kunden mehr wert. Wenn man das Produkt zusätzlich gut inszeniert und eine Geschichte dazu erzählt, man denke an die bekannte Kapsel, kann der Preis den Wert des Rohstoffs um ein Vielfaches übersteigen. „Im Hirn des Kunden gibt es allerdings nicht nur einen Kaufknopf“, so Häusel. „Bei jedem Berührungspunkt mit dem Kunden muss ich als Verkäufer dafür sorgen, dass negative Emotionen ausgeschaltet werden und positive Emotionen angesprochen werden.“

Outdoor-Kleidung

Der öö. Sportartikelhandel bietet spezielle Bekleidung für alle Outdooraktivitäten, um einerseits dem Bedürfnis nach Wärme und Schutz Rechnung zu tragen, andererseits die Bewegungsfreiheit und den Tragekomfort zu gewährleisten. Sogenannte Funktionsfasern bestimmen die Produktrends bei hoch funktioneller Unterwäsche, T-Shirts, Polos und Rollis bis hin zu Oberbekleidung und Jacken. „Der Fachhandel gibt den Kunden eine umfassende Beratung“, sagt der Sprecher des öö. Sportfachhandels in der WKOÖ, Lutz Eybl.



© erima