

# Die Marketing-Trommler

Der Marketing Club Österreich feierte am 5. März 2007 seine ersten 50. Jahre

Am 5. März schenkte sich der Marketing Club Österreich (MCÖ) anlässlich seines 50. Geburtstages einen Abend in eigener Sache. Das Jubiläum wurde im Kreise der Mitglieder in den Wiener Börsensälen begangen. MCÖ-Präsident Erich Mayer widmete das Fest „den Marken und deren Marketern“. Die Feier war dann auch kein historischer Rückblick. Mayer: „Wir wollen nicht zurückblicken sondern nach vorne schauen und gemeinsam in die nächsten 50 Jahre MCÖ aufbrechen.“ Welche Rolle das Hirn des Menschen nicht nur beim Aufbrechen, sondern am POS spielt, stellte Key-Note-Speaker Hans-Georg Häusel, Vorstand der Gruppe Nymphenburg, dar. Er lud die Gäste „ins



Marken Reaktion auslösen. Häusel befreit die Gäste von der Vorstellung, dass Kaufentscheidungen rational erfolgen. Sie seien nahezu emotionale Angelegenheit. Dafür kennt die Hirnforschung drei Programme, die ziemlich komplex Konsum-

**Hans-Georg Häusel von der Gruppe Nymphenburg verriet nach eingehendem Studium des menschlichen Gehirns, das „gute Marken emotionale Kernwert aufweisen“ müssen, um beim Konsumenten anzukommen.**

entscheidungen steuern. Häusel: „Das Gehirn ist aber voller Widersprüche.“ Und ohne Emotion entscheidet man gar nichts. Die Konklusion: „Gute Marken haben emotionale Kernwerte.“ In einer Gesprächsrunde diskutierten unter anderem die Universitätsprofessoren Ernest Kulhavy und Günther Schwaiger die Effektivität der Kommunikationsplattform MCÖ. Nach dem interaktiven „Marken- und Marketinggewinnspiel 1, 2 oder 3“ wurde, wie bei jeder MCÖ-Veranstaltung eifrig, genetzt.

TL

**„Wir wollen nicht zurück sondern nach vorne blicken und in die nächsten 50 Jahre Marketing Club Österreich aufbrechen“, erklärte MCÖ-Präsident Erich Mayer**

© JIMENEZ (2)

Oberstübchen ein“ und veranschaulichte, was Marketing von der Hirnforschung lernen kann. Häusel versuchte die Frage zu beantworten, „ob es einen Knopf im Kopf von Menschen gibt, der zu drücken sei, um einen Kaufrausch auszulösen“. Es gibt ihn nicht. Aber es gibt im Gehirn Areale, insbesondere das limbische System mit dem Sitz der Gefühle, die angesichts der Wahrnehmung vertrauter und nicht vertrauter

