

Emotionen in der Werbung – Analyse eines Werbespots der Marke Levi's und dem Onlinehändler About You

Autor: Bastian Hergenröder

Veranstaltung: Bachelorthesis, Bachelor WP

Betreuerin: Prof. Dr. Huber

Welche Emotionen können durch welche Gestaltungselemente bei der Betrachtung eines Werbespots ausgelöst werden? Welchen Marken werden diese zugeordnet und welche Auswirkungen hat dies auf Markenbewertung und Kaufabsicht? Um dies zu untersuchen, schätzten die Probanden zunächst vor der Spotbetrachtung die Markenbewertung und Kaufabsicht der beiden Unternehmen ein. Anschließend wurden die empfundenen Emotionen anhand des Face-Readers gemessen und die Probanden im Rahmen des Interviews näher zum Werbespot befragt. Indem Marken und Produkte nah an emotionalen Reizen platziert, Aktivierungen geschaffen und Emotionen authentisch dargestellt werden, wird die Markenbewertung und Kaufabsicht erhöht.