

Zusammenfassung aus Buch „Werbe- und Konsumentenpsychologie“

Kapitel 12 – Bewerten und die Konstruktion der menschlichen Zufriedenheit

1. Die Aufwertung nicht erreichbarer Optionen ist ein vorübergehender Zustand, der entweder in die Wiederherstellung der ursprünglichen Wahlfreiheit oder in den Saure-Trauben-Effekt mündet.
2. Menschen sind nicht in der Lage, zukünftige Affekte und Präferenzen korrekt vorherzusagen. Insbesondere überschätzen sie die Dauer und die Intensität ihrer Affekte und stellen die allgemeine menschliche Anpassungsneigung nicht in Rechnung. Dies hat auch zur Folge, dass wir positive Effekte der Gewöhnung oder den Mere-Exposure-Effekt an uns selbst nicht vorhersagen und daher als Entscheider unser Bedürfnis nach Variation im Vorhinein stark überschätzen.
3. Wir bewerten unsere Situation oft im Vergleich mit nicht realisierten Alternativen. Das Nachdenken über bessere Versionen der Realität kann Gefühle des Bereuens nach sich ziehen. Vor Konsumententscheidungen spielt vorweggenommenes Bereuen eine zentrale Rolle und kann entweder die Konsumhandlung hemmen oder befördern.
4. Marketingstrategien, die den Konsumenten hohe Freiheiten einräumen, erscheinen zwar vordergründig attraktiv, führen aber nicht unbedingt zu einer höheren Zufriedenheit bei den Kunden. Ein Grund hierfür kann darin liegen, dass bei hohen Freiheiten auch die nicht realisierten Alternativen zur eigenen Entscheidung lange mental präsent bleiben.
5. In die Bewertung eines Erlebnisses fließt nur ein, wie es in seinem intensivsten Moment und an seinem Ende empfunden wurde. Dauer und durchschnittliche Empfindung werden ignoriert. Die stärkste positive bzw. negative Bewertung ist zu erwarten, wenn die intensivste Empfindung auch gleichzeitig den Schluss bildet. Man sollte also zur Maximierung seiner Zufriedenheit in der Tat „aufhören, wenn’s am schönsten ist“.
6. Konsumerlebnisse kann man länger „frisch“ erhalten und einer nachlassenden Freude durch Gewöhnung vorbeugen, wenn man die Art des Konsums nur unwesentlich variiert.