

15.09.2021 – 09:02 Uhr

Cognitive Biases in der Marketingkommunikation



Sehr geehrte Medienschaffende

Nächste Woche beginnt an der HSG das Herbstsemester 2021. Dank dem «Availability Bias» wissen wir: Wer der Professorin oder dem Professor positiv in Erinnerung bleiben will, sollte sich mit regen Wortbeiträgen an der Vorlesung beteiligen. Das heisst aber nicht, dass dies auch der beste Student bzw. die beste Studentin ist. Denn genau hier schlägt der Availability Bias zu.

Derweil greifen wir im Supermarkt intuitiv ein Produkt aus einer grossen Auswahl heraus, ohne rational die Vor- und Nachteile abzuwägen. Dabei werden wir oft von unbewussten Entscheidungsheuristiken angeleitet.

Wie genau der Availability Bias funktioniert und wie uns solche Cognitive Biases tagtäglich beeinflussen, erklären Prof. Dr. Johanna Gollnhofer und Matthias Fuchs vom Institut für Marketing und Customer Insight im folgenden [Video](#).

Kontakt für Fragen:

Prof. Dr. Johanna Gollnhofer, Institut für Marketing und Customer Insight ([IMC-HSG](#))

+41 71 224 21 40, johannafranziska.gollnhofer@unisg.ch

Mit besten Grüssen
Ihre HSG-Kommunikation

Universität St.Gallen (HSG)
Kommunikation
Dufourstrasse 48
CH-9000 St.Gallen
Tel.: +41 71 224 22 25
kommunikation@unisg.ch
www.unisg.ch

www.youtube.com/HSGUniStGallen
<https://twitter.com/HSGStGallen>
www.facebook.com/HSGUniStGallen/
www.instagram.com/unistgallen/

HSG Focus - Das Unimagazin für Tablets und Smartphones.
Gratis im App Store und auf Google Play. www.hsgfocus.ch

Newsletter abbestellen, E-Mail-Adresse ändern per E-Mail an kommunikation@unisg.ch

Datenschutzhinweis:

Ihre Mail-Adressen werden ausschliesslich zum Versand dieses Newsletters verwendet und keinen Drittpersonen zur Verfügung

gestellt.

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003729/100877588> abgerufen werden.