

# Design trifft Psychologie

## Neurodesign als Schlüssel zu erfolgreichem Marketing

Neurodesign ist ein innovativer Ansatz, der Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft nutzt, um Designprozesse zu optimieren und die Wirkung visueller Inhalte zu maximieren. Es basiert auf dem Verständnis, dass unsere Entscheidungen und Verhaltensweisen tief im Gehirn verwurzelt und oft durch das Unterbewusstsein gesteuert werden. Durch die Anwendung neurowissenschaftlicher Prinzipien auf das Design können Designer die Wahrnehmung und das Verhalten der Verbraucher gezielt beeinflussen.

Ein zentraler Aspekt des Neurodesigns ist die Verwendung von Farben, Formen und Strukturen, die Emotionen und Aufmerksamkeit steuern. Die Farbpsychologie spielt hierbei eine wichtige Rolle, da verschiedene Farben unterschiedliche Emotionen hervorrufen können. Ebenso beeinflusst die Typografie (gemeint ist die Schrift) die Lesbarkeit und Ästhetik, während die gezielte Bildauswahl emotionale Reaktionen auslöst. Diese Elemente werden häufig unbewusst aufgenommen und verarbeitet, was ihre Wirkung besonders stark macht.

Neurodesign zielt darauf ab, Designs zu schaffen, die nicht nur ästhetisch ansprechend, sondern auch funktional und einprägsam sind. Es berücksichtigt die Art und Weise, wie das menschliche Gehirn Informationen verarbeitet, um eine stärkere Verbindung zum Betrachter herzustellen.

Durch diese Herangehensweise können Produkte und Dienstleistungen effektiver gestaltet und vermarktet werden, indem sie die kognitiven und emotionalen Reaktionen des Publikums ansprechen und das Unterbewusstsein einbeziehen.

## Und ohne guten Text ist alles nichts...

Und diese Kunst und Wissenschaft nennt man heutzutage „Copywriting“. Es ist wichtig für den Report überzeugende Texte zu erstellen, die das Interesse der Leser wecken, sie überzeugen und zu der gewünschten Handlung anregen. Guter Text spricht Emotionen an, baut Vertrauen auf und kommuniziert klar die Botschaft. Effektives Copywriting kann den Unterschied zwischen einem erfolgreichen Verkauf und einer verpassten Gelegenheit ausmachen. Es erfordert sowohl Kreativität als auch strategisches Denken und kann erlernt werden, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

## Bewusstsein

Bewusste & reflektierende Entscheidungen

Berücksichtigt Alternativen & Konsequenzen

Rationale Überlegungen & strategische Planungen

## Unterbewusstsein

trifft die meisten unserer täglichen Entscheidungen

verarbeitet Informationen schnell & effizient

kann durch subtile Reize beeinflusst werden

## Entscheidungen

Studien haben gezeigt, dass das Gehirn Entscheidungen unbewusst vorbereitet, bevor wir uns ihrer bewusst werden.

Diese unbewussten Prozesse können unsere bewussten Entscheidungen maßgeblich beeinflussen.

# Unser Unterbewusstsein trifft 95% unserer Entscheidungen – auch beim Kaufen



Nachdem wir die Prinzipien des Neurodesigns betrachtet haben, wird deutlich, wie wichtig das Unterbewusstsein beim Erfassen von Reports und anderen Werbemaßnahmen ist. Sigmund Freud, der Begründer der Psychoanalyse, stellte das Unterbewusstsein als einen wesentlichen Teil unseres Geistes dar, der unsere bewussten Entscheidungen stark beeinflusst. Sein Eisbergmodell veranschaulicht, dass der größte Teil unserer mentalen Prozesse unbewusst abläuft, ähnlich wie der unsichtbare Teil eines Eisbergs unter Wasser.

Wissenschaftliche Studien haben gezeigt, dass das Unterbewusstsein Informationen schneller und effizienter verarbeitet als das bewusste Denken. Diese unbewussten Prozesse spielen eine entscheidende Rolle bei der Entscheidungsfindung und können

durch gezielte visuelle Reize in Berichten und Werbung beeinflusst werden. Farben, Formen und Bilder werden oft unbewusst wahrgenommen und können Emotionen und Verhaltensweisen auslösen, die das bewusste Denken übergehen.

In der Praxis bedeutet dies, dass ein gut gestalteter Report, der das Unterbewusstsein anspricht, die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die beabsichtigte Botschaft effektiv vermittelt wird. Durch die Anwendung von Neurodesign-Prinzipien können Unternehmen die emotionale und kognitive Reaktion ihrer Zielgruppe gezielt steuern. Diese Herangehensweise ermöglicht es, das Verhalten der Verbraucher positiv zu beeinflussen, was letztlich die Effektivität von Marketingstrategien steigert und die Kundenbindung verbessert.