

Emotionen bewirken viel im Marketing und sind daher fester Bestandteil des überwiegenden Teils aller Werbebotschaften.

Durch den Appell der Werbebotschaft an einen bestimmten emotionalen Reiz, kann der Verbraucher das beworbene Produkt später mit dem kommunizierten Gefühl assoziieren. Spricht es ihn an, wird er das Produkt kaufen.

Gängige Emotionen sind Bedürfnisse nach Sicherheit (Volvo, Versicherungen), Coolness (Ray-Ban-Brillen) oder Prestige (BMW, Mercedes, Porsche, Jaguar usw.).

Die am häufigsten verwendete emotionelle Komponente dürfte jedoch die Erotik sein. Egal, ob Dessous, Joghurt oder feuchtes Toilettenpapier verkauft werden soll, wirkt ein Stück nackte Haut immer wieder anziehend auf die Blicke der Betrachter.

Durch das Beladen des Produktes mit bestimmten Emotionen wird der Konsum dieses Gutes zu einer Belohnung für den Verbraucher. Man gönnt sich ja sonst nicht.