

Presseinformation

„Was Sie machen können, wenn Ihre Kunden irrational sind“ - Behavioral Economics und Marketing

Prof. Dr. Markus Thomas Münter - Mittwoch, 21. Juni 2017,
Mercure Hotel Saarbrücken Süd

Saarbrücken, 26. Juni 2017

Markus Thomas Münter ist seit 2014 Professor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Mikroökonomie, an der htw saar. Anfang 2017 wurde er vom bundesweiten Magazin Unicum zum „Professor des Jahres“ im Bereich Wirtschaft und Jura gekürt.

Selbstredend, dass mit einer solchen Auszeichnung spannende Lehrveranstaltungen einhergehen. Und dies stellte Professor Münter bei seinem Vortrag zu „Behavioral Economics“ eindrucksvoll unter Beweis.

Der Kunde entscheidet nur begrenzt rational, war der Tenor der sehr anschaulichen Ausführungen, die mit zahlreichen aktuellen wie aufschlussreichen Beispielen unterlegt wurden.

Sei es der Sunk-Costs-Effekt, der uns vom Verlassen des Kinos abhält, obwohl uns der Film nicht gefällt, oder die so genannten Repräsentativ-Heuristiken, die wir für Schätzungen jedweder Art heranziehen: Menschen entscheiden in nahezu allen Situationen des Lebens nach relativ präzise vorhersagbaren Mustern und nur „begrenzt vernünftig“. So genannte Gut-genug-Lösungen prägen unseren Alltag.

Selbstverständlich nutzt das Marketing diese Verhaltensmuster seit jeher, doch mit dem zeitgemäßen und optimierten Einsatz von „Behavioral Economics“ ließe sich der Erfolg von Unternehmensstrategien noch deutlich steigern.

Professor Münter beleuchtete entsprechend, weshalb und wie Marketing hier neu gedacht werden sollte und gab einen umfangreichen, anschaulichen und humorreichen Überblick über typische „begrenzt rationale“ Entscheidungsmuster von Konsumenten.

Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de

Presseinformation

Sein Fazit: Marketing sollte sich verstärkt als „Choice Architect“ verstehen, also Entscheidungssituationen konstruieren und dort die für das Unternehmen gewinnbringenden Lösungen anbieten.

Ein gleichermaßen informativer wie unterhaltsamer Veranstaltungsabend, an dessen Ende sich Präsidentin Anja Persch beim Mercure Hotel Saarbrücken Süd für die Realisierung inklusive Einladung zum Imbiss und Umtrunk bedankte.

[ms, Zeichen ~ ca. 1.651]

Über den Marketingclub Saar e.V.

Der Marketingclub Saar (MCS) ist einer der aktivsten Marketingclubs Deutschlands. Er ist ein Netzwerk an Führungskräften in der Saar-Lor-Lux Region und der kompetente Partner rund um die Themen Marketing und Vertrieb. Seinen derzeit über 400 Mitgliedern bietet der MCS ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm mit Vorträgen angesehener Experten zu aktuellen und grundlegenden Themen des Marketings sowie Best Practice Exkursionen zu etablierten Unternehmern und Start-ups mit zukunftsweisenden Geschäftsideen. Darüber hinaus ist der MCS eine Plattform für den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch und gibt trendorientierte, kreative Anregungen für die eigene berufliche Praxis.



Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de