

Prof Reichling's Digital Media Marketing

DER BEHAVIORISMUS

Ein Fall der Ihnen an einem praktischen Beispiel aus Ihrem täglichen Erleben die Reiz/Reaktion-Mechanismen verdeutlichen soll, die die Grundlage des behavioristischen Ansatzes der empirischen Verhaltensforschung bilden.



DIE „FOLLOWER“ BEI FACEBOOK UND INSTAGRAM

Die meisten Studierenden haben einen eigenen Auftritt bei Facebook oder Instagram. Vielleicht sogar beides zugleich. Falls Sie nicht persönlich in den sozialen Netzwerken unterwegs sind, sollten Sie sich jedoch wegen der Bedeutung dieser digitalen Medien für das Marketing eingehend damit vertraut machen.

Sie haben auf ihren Seiten neben persönlichen Informationen auch Bilder und Texte. (Selfies, Foodporn, Skyporn usw.)

Das was Sie in den sozialen Netzwerken posten sind im Sinne des Behaviorismus „Reize“ die Sie bewusst für die Besucher Ihres Internetauftrittes setzen.

Natürlich freuen Sie sich, wenn jemand Ihre Seite besucht und Sie freuen sich ganz besonders, wenn ein Bild oder ein Bild/ Testbeitrag „gelikt“ wird, das heißt, wenn jemand den „gefällt mir“ Button drückt.

Das Drücken des Button ist in diesem Fall die Reaktion im Sinne der behavioristischen Verhaltensforschung.

Ihre Aufgabe besteht darin, einen Zusammenhang zwischen dem Bildreiz und der Betrachter-Reaktion festzustellen.

ZUM SELBSTSTUDIUM:

„Behavioral Approach“

„Die verhaltensorientierte bzw. Verhaltenswissenschaftliche Absatztheorie dient dazu, das Zustandekommen der Wirkung der absatzpolitischen Maßnahmen von Unternehmen mit Hilfe verhaltenswissenschaftlicher Kategorien zu erklären. (Vgl. Kröber-Riel: Konsumentenverhalten, 1974, Sp. 159). Insofern verfolgt die verhaltensorientierte Absatztheorie (behavioral approach) eine explikative Zielsetzung.“

Zentes, J.: Grundbegriffe des Marketing, S.5

„Behaviorismus“

(abgeleitet vom amerikanischen-englischen Wort *behavior*, „Verhalten“) benennt das wissenschaftstheoretische Konzept, Verhalten von Menschen und Tieren mit naturwissenschaftlichen Methoden – also ohne Introspektion oder Einführung – zu untersuchen und zu erklären.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Behaviorismus>

Hinweis

Dies ist ein frei erfundenes Fallbeispiel zum Unterricht an der Hochschule Kaiserslautern, Campus Zweibrücken. Ähnlichkeiten mit lebenden Personen oder real existierenden Organisationen und Produkten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt. Normabweichungen bei der Rechtschreibung oder Kommasetzung sind beabsichtigt und dienen der graphischen Gestaltung.

Alle Rechte an dieser Fallstudie, insbesondere die Rechte auf Veröffentlichung und Verfilmung liegen beim Verfasser. Für Unterrichtszwecke an staatlichen Hochschulen, sowie an vergleichbaren Bildungseinrichtungen darf diese Fallstudie jederzeit kopiert und eingesetzt werden..

Welche Bildreize führen zu mehr Reaktionen, welche bleiben unbeachtet?

Analysieren Sie im Sinne des Behaviorismus nicht das „innere Verhalten“, sondern beschränken Sie sich auf das äußere Verhalten.

Aufgabe

Erstellen Sie in den jeweiligen Arbeitsgruppen eine Analyse der Bildreize in den sozialen Netzwerken, die nach Ihrer Meinung zu den deutlichsten messbaren Reaktionen führen.

Stellen Sie in einer Präsentation das Ergebnis Ihrer Analyse vor und erklären Sie in geeigneter Weise die Reiz-Reaktions Schemata.

Erläutern Sie Ihr Vorgehen bei der Analyse.

Vermeiden Sie Interpretationen dessen was der Betrachter des Bildreizes gedacht oder gefühlt haben könnte.

Präsentieren Sie Ihre Fall-Lösung im Team.

Achten Sie dabei auch auf die Wirkung Ihrer Präsentation.

Prof. Dr. H. Reichling

Hochschule Kaiserslautern
Campus Zweibrücken
66482 Zweibrücken
Amerikastr. 1

reichling@mittelstand-marketing.de
annalydia.Faust@fh-kl.de



AKTUELL

Freitag 4. November 2016

Die lange Nacht der Zweibrücker Bibliotheken

Thema: **Zweibrücker Bibliotheken greifen nach den Sternen**

18:30 Hochschulbibliothek: Dr. Hubert Zitt (Startrek)
Die Bibliothek als Holodeck

20:30 Bibliotheca Bipontina: Prof. Dr. Helmut Reichling (Starwars)
Faszination Sternbilder— Geschichte und Geschichten

22:30 Stadtbücherei: Cha Lounge-Acoustic Duo
Wo die Fenster offen sind. Musikalischer Ausklang

Eintritt frei—kostenloser Bustransfer zwischen den Bibliotheken