



Wie Werbung wirkt

Gudrun von der Ohe, Ärztin, IBCLC

Niflandring 8, D-22559 Hamburg
postfach@stillberatung.info
Tel: +49 (0) 40 81 56 42

Kurzbiographie

Freiberuflich als Still- und Laktationsberaterin IBCLC in eigener Praxis,
Referentin für Schulungen des medizinischen Personals in Krankenhäusern,
Mitarbeiterin des Europäischen Institutes für Stillen und Laktation des VELB,
Gutachterin der WHO/ BFHI-Initiative Babyfreundliches Krankenhaus in Deutschland,
Autorentätigkeit für verschiedene Publikationen

Ziele

Der Vortrag soll aufzeigen, wie Werbung uns tagtäglich beeinflusst, welche Forschungen es gibt, dass die Werbung noch besser bei dem Verbraucher landet. Es soll verdeutlicht werden, warum deshalb die Einhaltung des Kodexes zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukte so wichtig ist. Im Vortrag werden Anregungen gegeben, wie wir als Still- und Laktationsberaterinnen IBCLC damit umgehen können, um optimal Mutter und Kind zu unterstützen, wie es laut Ethik für Still- und Laktationsberaterinnen IBCLC unsere Aufgabe ist.

Abstract

Werbung ist wichtig – für diejenigen, die etwas verkaufen möchten. Deshalb findet viel Forschung zum Thema Werbung statt, auch wie sie wirkt. Im Gegensatz zum Sport – wo es drei Medaillen gibt – gibt es im Verkauf und beim Suchen nach der Lieblingsmarke nur einen Gewinner. Selbst auf Platz zwei ist man als Anbieter Verlierer! Neuromarketing zeigt auf, wie Werbung wirkt. Hirnscanner werden dazu eingesetzt – vielleicht demnächst auch mobile Mikroskope, die ins Gehirn blicken? Forscher haben ein mobiles Mikroskop entwickelt, das so klein ist, dass es auf dem Kopf einer Ratte befestigt werden kann. Auf diese Weise können die Forscher zum ersten Mal verfolgen, wie sich die Gehirnzellen bei einem seine Umgebung erkundenden Tier verhalten – so beschreibt es eine Studie vom November 2009.

Was bewegt uns beim Einkauf, bei der Auswahl – bewusste Entscheidungen oder Intuition? Ist der Käufer zufriedener bei größerem Angebot? Ökonomen erforschen, unter welchen Bedingungen Menschen am meisten kaufen.

Was spielt das in unserem Berufsalltag für eine Rolle? Was müssen wir wissen, um dem zu begegnen und die jungen Familien gut beraten zu können?