

► von Wolfgang J. Koschnick

■ Werbung ist wie Fußball: Jeder ist ein Experte und weiß genau, wann, wie und wo sie wirkt. Oder auch, wann sie absolut unwirksam ist: nämlich bei einem selbst. Werbung wirkt immer nur bei den anderen, bei den Doofen. Man selbst ist absolut unbeeinflussbar. Glaubt man wenigstens. Dabei wissen selbst Experten viel weniger darüber, wie Werbung wirkt oder – schlimmer noch – ob sie überhaupt wirkt. Sie behaupten das nur. In Wahrheit haben sie wenig oder gar keine Ahnung. Die meisten Fragen zur Werbewirkung sind völlig ungeklärt. Doch die Werber in den Agenturen und die Forscher in den Markt- und Mediainstituten erzählen ihren Kunden das Blaue vom Himmel herunter, um ihnen weiszumachen, dass sie alle Werbewirkung bestens im Griff haben. Den Teufel haben sie.

Kenner der Zusammenhänge und ernst zu nehmende Werbeforscher sind sich da ziemlich einig: Wie Werbung wirklich wirkt, weiß man nicht so genau. Im Prinzip läuft alles Wissen über Werbung auf die nicht gerade atemberaubende Feststellung hinaus: Ja, es gibt unglaublich geniale Werbung, die starke Wirkung entfaltet. Man erkennt geniale Werbung auf den ersten Blick, wenn man ihr begegnet. Aber die meiste Werbung ist einfach große Sch...

Das ist für die Forschung nicht unbedingt sehr tröstlich, zumal man solche „Erkenntnisse“ ja auch ganz ohne Forschung im Wege des gesunden Vorurteils gewinnen kann.

Es gibt so gut wie überhaupt keine generellen Regeln über die Wirkung von Werbung. Die einzige allgemeine Regel lautet: Es gibt keine allgemeine Regel. Und wenn es doch mal eine allgemeine Regel zu geben scheint, dann gibt es dazu auch gleich hunderte von Ausnahmen. Eine allgemeine Werbewirkungstheorie kann es gar nicht geben. Werbewirkung hängt von einer unüberschaubaren Vielzahl verschiedener Einflussfaktoren ab, die miteinander interagieren. Die von der Medien- und Werbewirkungsforschung entwickelten Modelle repräsentieren im günstigsten Fall Ausschnitte aus diesem Wirkungsgeflecht, aber nicht den Gesamtzusammenhang.

❖ [weiterlesen](#) [1]

Quell-URL: <https://kritisches-netzwerk.de/content/werbung-wirkt-immer-weniger?page=59#comment-0>

Links

[1] <http://www.kritisches-netzwerk.de/forum/werbung-wirkt-immer-weniger>