



Zu Ansehen durch Ansehen!

Unter den Menschen herrscht seit jeher Konkurrenz bezüglich hinsichtlich **Aufmerksamkeit** und **Wertschätzung**. Dies basiert auf einfachen biologischen Strukturen, die wir alle in uns tragen: **Maximierung** des Potenzials zur **Reproduktion**. Ja, wir wollen Aufmerksamkeit, um mehr Chancen im Leben zu haben. Paul Gilbert spricht dabei vom "**social attention-holding potential**" (SAHP). Wir sind dabei immer im Vergleich der eigenen Stärken mit denen der anderen. Erhält ein Gruppenmitglied viel ungeteilte Aufmerksamkeit, steigt das Ansehen des Individuums. Einzelpersonen, die ignoriert werden, sind zu einem niedrigeren **Status** verurteilt. Das altruistische Element: Wer anderen Vorteile verschafft, erhält mehr Aufmerksamkeit und erzielt höhere SAHP-Werte. Aber auch, wer viel Aufmerksamkeit erhält, hat einen größeren Nutzen für die Gruppe.



Ansehen wird tagtäglich **künstlich generiert**: durch **Medienberichterstattung** oder **Werbung**. Oftmalige Penetration erzwingt das "Ansehen" und löst damit den alten, **evolutionären Reflex** in uns aus: Das muss wichtig sein! **An-sehen generiert Ansehen**.

Ein weiterer Effekt kommt dabei hinzu: Oftmaliges Wahrnehmen schafft **Vertrauen** und **Sympathie**. Wenn man etwas oft sieht, dann hat es hohe **Relevanz**. Der dadurch entstehende Impact führt zu hoher Aktivierung und steigert wiederum die Relevanz. Wiederholungen von Botschaften und das Sichtbar-Sein sind notwendig, um in doppeltem Sinne "angesehen" zu werden.

Doch **Vorsicht**: Oftmaliges Wiederholen der immer gleichen Botschaft führt zum **Wear-out**, also der Langeweile, da keine neue relevante Information mehr geboten wird. Noch schlimmer, wenn die Schwelle überschritten und **Reaktanz** ausgelöst wird - Ablehnung der Botschaft und mitunter des Unternehmens, der Marke.

Nicht wenige Unternehmen erzielen hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte bei **Imageanalysen**, jedoch entwickelt sich die Marke nicht weiter, der Absatz nimmt nicht zu. Dies liegt eben diesem Modell zugrunde: Das Ansehen ist vorhanden, aber die zusätzliche Information fehlt. Die Botschaft trägt nicht die richtige **Bedeutung**.

Neugierig geworden? Mit unseren neo.semiotischen Analysen gelangen wir an den Kern Ihrer Botschaft, damit Sie weiterhin "attraktiv" bleiben. Kontakt

Termine

Betriebsferien

Von 2. bis 17.7.10
begeben wir uns in einen wohlverdienten Urlaub.

Digitale Reputation

comrecon^o wird am 19.10.10 auf der ersten [Buzz-Marketing-Konferenz](#) von [ambuzzador](#) vortragen. Anmeldung ab sofort.

Aktuelles

Zu Ansehen durch Ansehen

Den Beitrag mit Beispielen und weiteren Links können Sie auch im [ZeichenBlog](#) nachlesen und kommentieren.

Facebook

Werden Sie [Fan](#) von comrecon^o.

Projekte

Waschmittel Crowd-Research

comrecon^o deckt mit [Crowd-Research](#) ritualisiertes Verhalten in Sachen Waschen auf.

Semiotische Positionierung

Im Bereich FMCG erstellt comrecon^o ein semiotisches Mapping von Joghurtverpackungen. Vergleich der Ist- und Soll-Positionierung im Wettbewerbsumfeld.

