

## **Umfrage: Schnäppchen shoppen macht nur jeden Dritten glücklich** **Neuromarketing-Experte Dr. Hans-Georg Häusel erklärt, was mit uns passiert,** **wenn wir zum Schnäppchenjäger werden.**

**Deutschland ist das Land der Schnäppchenjäger. Das zeigt eine aktuelle forsa-Umfrage<sup>1</sup> im Auftrag der InterContinental Hotels Group<sup>®</sup> (IHG<sup>®</sup>). Vier von fünf Befragten sind zufrieden, wenn sie ein besonders günstiges Angebot ergatterten konnten. Glücksgefühle hat dabei jedoch nur jeder Dritte. Welche Mechanismen in unserem Gehirn greifen, wenn wir auf der Jagd nach einem günstigen Produkt sind, erläutert der Neuromarketing-Experte Dr. Hans-Georg Häusel.**

**Berlin, 21. Juni 2017.** Gerade noch das letzte Paar Schuhe im Regal zum halben Preis gekauft? Oder online ein besonders schönes Hotelzimmer gefunden? Wer gerne Shoppen geht, kennt das Hochgefühl beim Einkaufen. Laut repräsentativer forsa-Umfrage freut es 79 Prozent der Deutschen besonders, wenn sie beim Shoppen Geld sparen können. Ist es gelungen, ein Schnäppchen zu machen, sind 82 Prozent zufrieden. Dass ein Billigkauf sie richtig glücklich macht, sagen jedoch nur 34 Prozent.



*Dr. Hans-Georg Häusel  
Neuromarketing-Experte*

„Schnell zuschlagen, wenn etwas günstig erscheint, das ist ein Verhalten, das tief in unserem Gehirn verankert ist“, sagt Dr. Hans-Georg Häusel, Psychologe und führender Experte für Neuromarketing. „Da werden wir zum Jäger, der nicht lange darüber nachdenkt, ob er ein Produkt braucht oder nicht. Wir schlagen schnell zu – ohne großes Zögern. Bei bestimmten „Angeboten“ setzt unser rationales Denken einfach aus.“ Ein Mechanismus, den laut Häusel viele Käufer im Nachhinein bereuen: Schon wieder eine blaue Hose gekauft, die nur im Kleiderschrank rumliegen wird oder ein vermeintliches Super-Schnäppchen ergattert, das bei einem anderen Anbieter dann doch günstiger gewesen wäre.

### **Tipps für Shopping-Fans**

Wie kann ich mich vor unüberlegten Anschaffungen schützen? Einen kühlen Kopf beim Einkaufen zu bewahren, ist nach Ansicht des Experten tatsächlich nicht so einfach, aber möglich: „Vorm Shoppen sollte man genau überlegen, was man eigentlich braucht und eine Liste erstellen. Und wer seine Kreditkarte zu Hause lässt, kommt gar nicht erst in Versuchung, mehr in den Einkaufskorb zu packen, als er möchte.“

Schwieriger wird die Sache beim Online-Shopping. „Wichtig ist es, bestimmte Verkaufsstrategien im Internet zu kennen. Kaufanreize wie ‚nur noch ein Zimmer verfügbar‘ oder schwankende Preise

---

<sup>1</sup> Repräsentative forsa-Internetumfrage im Auftrag der InterContinental Hotels Group unter 1.007 Bürgern ab 18 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland, die vom 31. Mai bis zum 5. Juni 2017 durchgeführt wurde.

wollen uns zum schnellen Zugreifen motivieren.“ Shoppinghungrige sollten deshalb genau hinschauen – und sich nicht unter Druck setzen lassen. Geduld lohnt sich: Wer zum Beispiel ein Produkt in seinen Warenkorb legt, ohne gleich zu bestellen, muss oft nur einige Tage warten, bis er ein günstigeres Angebot zugeschickt bekommt. Und Verbraucher, die sich die Zeit nehmen, selbst Preise zu vergleichen, sparen ebenfalls. Birte Carstens, Lead Marketing Managerin bei IHG, rät: „Statt sich bei der Recherche für den richtigen Urlaub nur auf eine Quelle zu verlassen – wie zum Beispiel ein großes Reiseportal – ist es ratsam, verschiedene Angebote zu vergleichen. Mitglieder von Hotel-Treueprogrammen wie dem kostenfreien IHG Rewards Club bekommen oft günstigere Preise, wenn sie direkt über die Hotelwebseite buchen, da diese Angebote nicht überall gelistet werden.“

#### **Angebote nicht angesagt**

Ein weiteres Ergebnis der forsa-Umfrage: Vor allem bei größeren Anschaffungen achten die Befragten auf reduzierte Angebote (73 Prozent). Mit ihren Einkäufen angeben möchten die meisten Deutschen jedoch nicht: Nur 16 Prozent freut es, wenn sie Freunden oder Bekannten hinterher die neuen Dinge zeigen können – unter den jüngeren Verbrauchern zwischen 18 und 29 Jahre sind es dagegen 28 Prozent.

*Dieses und weiteres Bildmaterial vom Experten Dr. Hans-Georg Häusel in hoher Auflösung erhalten Sie unter: [https://wfm.fischerappelt.de/\\_72W9eop6Wjw63R](https://wfm.fischerappelt.de/_72W9eop6Wjw63R)*

#### **Pressekontakt:**

Luise Lück

fischerAppelt, relations

Tel. +49 (0)30-726 146-714

E-Mail: [ihg-presse@fischerappelt.de](mailto:ihg-presse@fischerappelt.de)

#### **Sommer Flash Sale – Bis zu 25 Prozent Rabatt mit dem IHG Rewards Club:**

Mitglieder des IHG Rewards Clubs können sich im Sommer auf ein ganz besonderes Angebot der IHG freuen: Zwischen dem 27. Juni und 1. Juli erhalten sie bis zu 25 Prozent Preisnachlass, wenn sie direkt buchen. An den ersten beiden Aktionstagen steht dafür exklusiv die IHG App zur Verfügung, ab dem 29. Juni auch die Website [ihg.com](https://ihg.com). Die Aktion gilt für über 600 IHG Häuser in Europa.

Weitere Informationen und Buchung unter

[ihg.com/hotels/de/de/global/offers/hotel/summerlto\\_app](https://ihg.com/hotels/de/de/global/offers/hotel/summerlto_app)

#### **Über die InterContinental Hotels Group (IHG):**

Die InterContinental Hotels Group (IHG) ist ein weltweit agierendes Unternehmen mit einem breiten Portfolio an Hotelmarken: InterContinental® Hotels & Resorts, Kimpton® Hotels & Restaurants, Hotel Indigo®, EVEN™ Hotels, HUALUXE® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts, Holiday Inn®, Holiday Inn Express®, Holiday Inn Club Vacations®, Holiday Inn Resort®, Staybridge Suites® und Candlewood Suites®.

IHG konzessioniert (Franchise), verpachtet, managt oder besitzt nahezu 5.200 Hotels und mehr als 770.000 Gästezimmer in beinahe 100 Ländern. Zurzeit befinden sich nahezu 1.500 Hotels im Entwicklungsstadium. Darüber hinaus betreibt die InterContinental Hotels Group den IHG<sup>®</sup> Rewards Club, unser globales Treueprogramm, welches mehr als 100 Millionen Mitglieder hat.

Die InterContinental Hotels Group PLC ist die Holdinggesellschaft der Gruppe, gegründet (incorporated) in Großbritannien und eingetragen (registered) in England und Wales. Weltweit arbeiten über 350.000 Menschen in den IHG Hotels und Unternehmensniederlassungen.

Auf der Website [www.ihg.com](http://www.ihg.com) können Sie sich über die Hotels informieren und Reservierungen vornehmen. Unter [www.ihgrewardsclub.com](http://www.ihgrewardsclub.com) erfahren Sie mehr über den IHG<sup>®</sup> Rewards Club. Aktuelle Meldungen finden Sie unter [www.ihg-presse.de](http://www.ihg-presse.de) oder auf unseren Social-Media-Kanälen unter [www.twitter.com/ihg](https://www.twitter.com/ihg), [www.facebook.com/ihg](https://www.facebook.com/ihg) oder [www.youtube.com/ihgplc](https://www.youtube.com/ihgplc).