

# Werbepsychologie Karteikarten

## Knappheit

Knappheit: Die Vorstellung, dass etwas begrenzt oder knapp ist, erhöht den Wert und die Attraktivität eines Produkts. Beispielsweise können begrenzte Stückzahlen, zeitlich begrenzte Angebote oder "nur solange der Vorrat reicht" verwendet werden, um den Drang zum Kauf zu erhöhen.

Dies wirkt sich auf das Emotionssystem (Limbisches System) aus und schickt Reize aus, die uns das Gefühl geben, dass wir etwas (gewisse Emotionen nicht ausleben) verpassen könnten.

Beispiel: In einigen Städten war in den Tagen vor den ersten Corona-Lockdowns ein regelrechter Ansturm auf Klopapier.