

Beachtung von Haarfarben

In Kooperation mit

VIDAL SASSOON



MediaAnalyzer

Werbewirkung gezielt maximieren

Die Studie

- Haare und Haarfarben haben eine unbestrittene Wirkung.
- Die Sprache der Haare ist eloquent, selbst Menschen, die versuchen sich dieses Codes zu entziehen, sagen unbewusst etwas damit aus.
- Aber die Mehrheit der Gesellschaft lässt die Haare wachsen, schneiden und färben.
- Aber welche Haarfarbe ist überhaupt sinnvoll, passt zu welchem Typ, ist für welches Ziel einsetzbar?
- Es gibt viele Studien über die Klischees der einzelnen Haarfarbentypen: die erotischen Rothaarigen, die naiven Blonden, die kühlen Braunhaarigen und die schwülen Schwarzhaarigen.

Die Studie

- Diese Studie geht den Fragen nach, welche Anziehungskraft bzw. Aufmerksamkeit die einzelnen Haarfarben generieren können, in welchem Zusammenhang sie am besten wirken und welche Empfehlungen für die Gestaltung von Werbung getroffen werden können.
- Neben der tiefenpsychologischen Wirkung von Haarfarben gibt es auch die offensichtliche und bisher noch nicht erforschte Wirkung.
 - Welche Eigenschaften werden den Haarfarben zugeordnet und in welchem Zusammenhang stehen sie mit der potentiellen Aufmerksamkeit?
 - Gibt es Produkte, die nur von bestimmten Haarfarbentypen beworben werden können?

Attention | Rangfolge



Braune Haare sind mit 19% sehr aufmerksamkeitsstark.



Rote Haare generieren genauso viel Aufmerksamkeit (19%).



Die schwarzen Haare folgen mit 16%.

Die Modelle wurden von Vidal Sassoon gefärbt.

Attention | Rangfolge



Die Graduation mit 12% liegt bei der Aufmerksamkeit im mittleren Bereich.



Gleich auf liegen die naturblonden Haare mit ebenfalls 12%.



Am wenigsten beachtet werden die hellblonden Haare.

Die Modelle wurden von Vidal Sassoon gefärbt.

Produktzuordnung | Geeignet

Welche Haarfarbe für welches Produkt?

- Braune Haare eignen sich am besten für Kosmetikprodukte, Schokolade und Autos.
- Blonde Haare sind gute Werbeträger für Waschmittel, Milchprodukte und Zeitschriften.
- Rote Haare sind in den Bereichen der Haarpflege einzusetzen wie z.B. bei Shampoo – und Haarfärbeprodukten.
- Zu letzterem eignen sich auch schwarze Haare.

Produktzuordnung | Ungeeignet

Welche Haarfarbe eignet sich nicht für welches Produkt?

- Braune Haare eignen sich nicht für Haarfärbemittel und Elektrogeräte.
- Blonde Haare sind keine guten Werbeträger für Shampoo, Schokolade und Kosmetik.
- Rothaarige sollten keinesfalls für Milchprodukte werben.
- Besonders bei schwarzen Haaren werden viele Bereiche angegeben, bei denen sie nicht eingesetzt werden sollten: Wein, Zeitschriften, Waschmittel, Autowerbung und Zeitschriften sollten Schwarzhaarige nicht bewerben.

Eigenschaften

- Haarfarben werden häufig mit Klischees besetzt, die Volksgut darstellen.
- Diese Klischees treffen im Großen und Ganzen auch noch zu, werden aber viel positiver besetzt als erwartet.
- Braunhaarige beispielsweise werden als intelligent (wie zu erwarten) eingestuft, bekommen aber gleichzeitig das Merkmal erotisch mit dem höchsten Wert zugeordnet.
- In diesen Eigenschaftsverflechtungen und Aufmerksamkeitswerten liegen noch ungenutzte Potentiale der Werbegestaltung.
- Wenn z.B. Rothaarige als besonders trendy erlebt werden, können Sie als Meinungsmacher und Zugpferde gut eingesetzt werden.

Eigenschaften

- Den Haarfarben werden unterschiedliche Eigenschaften zugeordnet.
- Braunhaarige haben im Durchschnitt die besten Werte zu verzeichnen, sie werden als intelligent, genussfreudig und besonders glaubwürdig erlebt.
- Schwarze Haare haben fast den gleichen Effekt wie die braunen Haare, wobei die Braunhaarigen als noch erotischer empfunden werden.
- Rote Haare liegen in der gleichen Gruppe wie schwarze und braune Haare, haben aber insgesamt nicht so gute Werte wie diese.

Eigenschaften

- Die Blondhaarigen können wiederum in einer Gruppe zusammen gefasst werden: Sie liegen eindeutig hinter den Schwarz-, Braun- und Rothaarigen.
- Die graduierten hellblonden Haare werden sogar als ziemlich negativ eingestuft. Sie werden als kühl, nicht sehr intelligent und am wenigsten lebenslustig erlebt.
- Die naturblonden Haare schneiden in dieser Gruppe noch am besten ab und überholen teilweise sogar die Haarfarben aus der ersten Gruppe. Außerdem werden dieser Farbe andere Eigenschaften wie z.B. mütterlich zugeordnet.
- Auch das alte Klischee der Naivität scheint bei den Blonden noch zu gelten.

Summary

- Haarfarben sind ein wichtiger Aspekt bei der Auswahl eines geeigneten Modells für ein bestimmtes Produkt.
- Es gibt klare Präferenzen für oder gegen bestimmte Haarfarben, so dass die Anmutung einer Anzeige auch darüber gelenkt werden kann.
- Einige Haarfarben generieren mehr Aufmerksamkeit als andere, so dass Models, die als Eye-Catcher fungieren, auf diese Haarfarben hin ausgesucht werden sollten.
- Da Haarfarben auch bestimmte Eigenschaften auf sich vereinigen, ist es wichtig, diese zu kennen und einsetzen zu können.
- Haare sind in unserer Kultur ein wichtiger Schlüsselreiz und besitzen ein Potential, das genutzt werden sollte.

Über uns

Als einer der führenden **Spezialisten für Werbewirkung** ermöglichen wir unseren Kunden seit 2002 Werbemittel und Marketingunterlagen effizient und zielgruppengenau zu optimieren. Unsere Tests und Empfehlungen helfen, Investitionen in Werbung und Marketing verlässlich abzusichern.

Mit Sitz in Hamburg und in New York und über Repräsentanzen in UK, Belgien, der Schweiz und Südostasien sind wir **weltweit am Markt aktiv**. Durch die Kooperationen mit Universitäten sichern wir unseren Know-how-Vorsprung laufend ab.



Mitglied des BVM

Ausgewählte Referenzen

L'ORÉAL

GfK

Johnson+Johnson



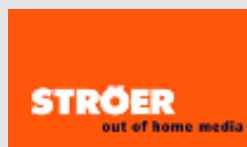
citibank

The New York Times



VATTENFALL

FUJITSU COMPUTERS
SIEMENS



Kontakt

Haben Sie Fragen zur Studie, oder möchten Sie die Studie in voller Länge beziehen?

Davina Bringewat
Marketing & PR

MediaAnalyzer Software & Research GmbH

Glockengießerwall 2
20095 Hamburg

Tel.: +49 40 866893-00

Fax: +49 40 866893-90

E-Mail: makontakt@mediaanalyzer.com

Web: www.mediaanalyzer.com