

Mario Offenhuber (Hrsg.)

Menschen kaufen Emotionen – keine Produkte

**Wie Banken davon profitieren können, ihre
Kunden emotional anzusprechen**

**Schriftenreihe des
Banken-Symposium Wachau**

mit Beiträgen von

**Johannes Haid
Matthias Horx
Tamara Kunert
Josef Mayerhofer
Mario Offenhuber
Michaela Reifetshammer
Binjamin Sancar
Sebastian Schäfer
Christoph Seiser
Nicole Walzhofer**

**Krems, 2023
Buchschniede**

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	5
Purpose, Emotionen, Megatrends	9
Matthias Horx: Purpose, Emotionen, Megatrends: Wie wir die Zukunft neu entdecken können.....	10
NeuroMarketing	25
Michaela Reifetshammer: NeuroMarketing: Was tatsächlich im Kopf passiert, während wir glauben, rationale Entscheidungen zu treffen	26
Geld oder Liebe	37
Sebastian Schäfer: Geld oder Liebe – Warum Bankmarken menschlicher werden müssen	38
Differenzierungschancen für Regionalbanken	67
Johannes Haid: Filialen und angepasstes Angebot als Differenzierungschance für Regionalbanken	68
Winning Hearts and Minds in Banking	81
Tamara Kunert & Josef Mayerhofer: Winning Hearts and Minds in Banking: Die Macht von User Experience, Gamification und emotionaler Kundenbindung	82
Influencer Marketing.....	105
Nicole Walzhofer: Influencer Marketing: Wie Banken junge Kund:innen erreichen können	106
Sustainable Banking.....	121
Mario Offenhuber: Green Banking als Instrument der emotionalen Kundenbindung	122

Beyond Banking	141
Benjamin Sancar & Christoph Seiser: Quo Vadis Beyond Banking- Zinswende & Relevanz regionaler Beyond Banking Ökosysteme	142
Strategische Ableitungen	161
Abbildungsverzeichnis	169
Literaturverzeichnis	173
Impressum	183