

Die unsichtbaren Hebel der Konsumentenpsychologie

Swiss Loyalty Forum 2025

Michael Bietenhader

MILES
ΔHEAD

Konsumentenpsychologie

Untersucht das **Verhalten und die Entscheidungsprozesse** von Menschen als **Konsumenten**, insbesondere im Hinblick auf den Kauf von Produkten und Dienstleistungen.

Analysiert, **wie und warum** Konsumenten Entscheidungen treffen, welche **emotionalen und kognitiven Prozesse** dabei eine Rolle spielen und wie diese **von Marketingmassnahmen beeinflusst** werden können.

OH ALL-KNOWING FOCUS
GROUP, TELL ME YOUR UNMET
CONSUMER NEEDS, SO THAT
WE CAN CREATE DISRUPTIVE
INNOVATIONS FOR YOU.

MORE PROMOTIONS

YEAH, MAKE
EVERYTHING
CHEAPER

"We must learn what customers really want, not what they say they want or what we think they should want."

Eric Ries

TOM
FISH
BURNE



«The real currency of any loyalty program lies in its ability to drive changes in consumer behavior.»

David Feldmann, Global Loyalty Strategist, 2016

Konsumentenpsychologie als wichtige Grundlage für die Ausgestaltung von Loyalitätsprogrammen



Operant Conditioning

Endowed Progress Effect

Goal Gradient Effect

Norm of Reciprocity

Social Identity Theory

Expectancy-Value Theory

Customer Delight and
Decision Affect Theory

Cognitive Dissonance Theory

Behavioural and Attitudinal
Commitment Theory

Representativeness heuristic

Loss Aversion bias

Sunk Cost Effect bias

Scarcity bias

Social proof bias

Moral Self-Licensing bias

Time Hyperbolic Discounting bias

Priming bias



Spontane Antwort auf diese Fragen_

1. Ein Baseballschläger und ein Baseball kosten zusammen CHF 1.10. Der Schläger kostet CHF 1 mehr als der Ball. Wie viel kostet der Ball?
2. Sie sind einer von drei Teilnehmenden an einem Wettlauf. Am Ende überholen Sie den Läufer, der bis dahin auf dem zweiten Platz lag. Auf welchem Rang landen Sie am Ende?
3. Marys Mutter hatte vier Kinder. Die jüngeren drei heissen Frühling, Sommer und Herbst. Wie heisst das älteste Kind?

Quelle: Thinking, Fast and Slow, D.Kahneman

Spontane Antwort auf diese Fragen_

1. Ein Baseballschläger und ein Baseball kosten zusammen CHF 1.10. Der Schläger kostet CHF 1 mehr als der Ball. Wie viel kostet der Ball? -> 5 Rappen
2. Sie sind einer von drei Teilnehmenden an einem Wettlauf. Am Ende überholen Sie den Läufer, der bis dahin auf dem zweiten Platz lag. Auf welchem Rang landen Sie am Ende? -> zweiter Platz
3. Marys Mutter hatte vier Kinder. Die jüngeren drei heissen Frühling, Sommer und Herbst. Wie heisst das älteste Kind? -> Mary

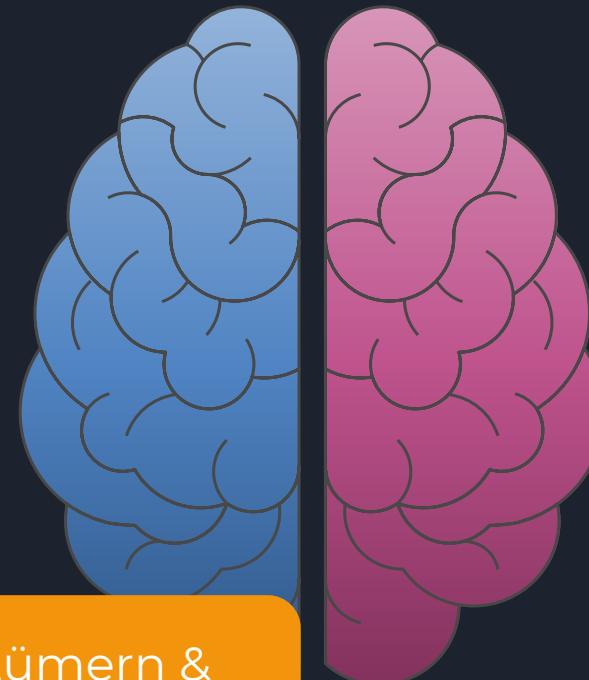
Quelle: Thinking, Fast and Slow, D.Kahneman

Zwei kognitive Systeme

Schnelles Denken

System 1 „Autopilot“

- Unkontrolliert
- Mühelos
- Assoziativ
- Schnell
- Unbewusst
- Erlernt



Quelle von Irrtümern & kognitiven Verzerrungen

System 2 „Reflexiv“

- Kontrolliert
- Bemüht
- Deduktiv
- Langsam
- Bewusst
- Regelkonform

Langsames Denken

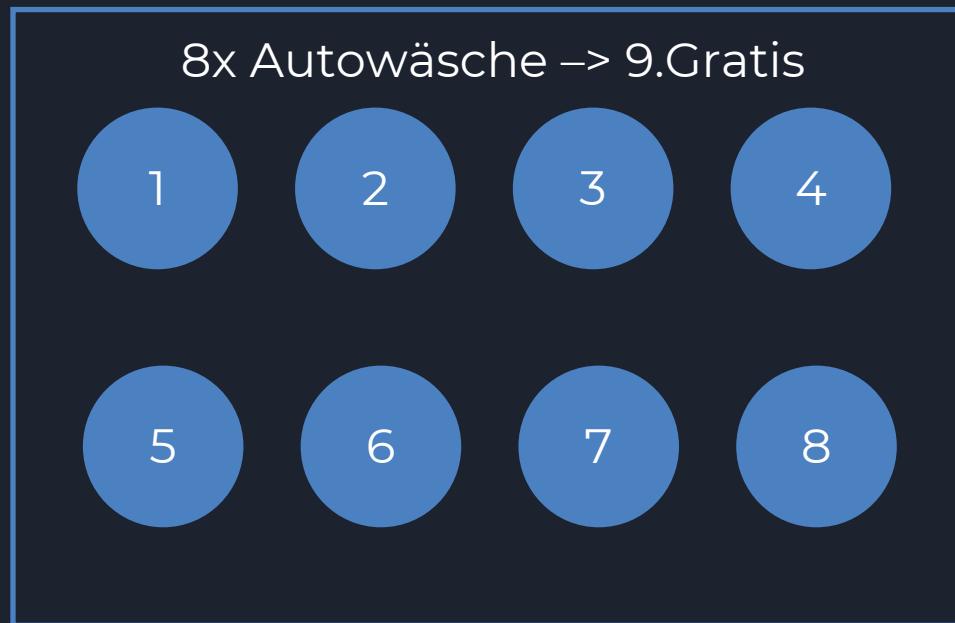
Quelle: Nudge, R.Thaler & C.Sunstein

Endowed Progress Effect

Wenn Menschen durch einen **künstlich geschaffenen Fortschritt** näher ans Ziel gebracht werden, **steigt** ihre **Motivation**, das Ziel zu erreichen.

Quelle: J.Nunes & X. Drèze, 2006

Endowed Progress Effect



vs.



Quelle: J.Nunes & X. Drèze, 2006

Thomas

Dinner TROPHY

Vom 27.3. bis 27.8.2025

Bis zu
71%
Treuerabatt

Mit 1 vollen Sammelkarte
z. B. Besteckset, 3-teilig
9.95 statt 34.95
71% Treuerabatt



Informieren und Prämien auch online
bestellen unter coop.ch/trophy

LIVIQUE

JUMBO

coop city

coop

13-34725

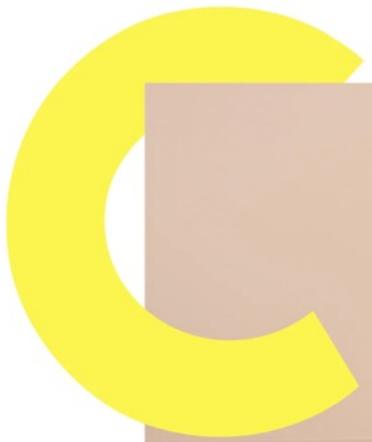
Nur gültig solange Vorrat.



Sammelkarten erhalten Sie auch
unter coop.ch/trophy



Sammelkarten erhalten Sie auch
unter coop.ch/trophy



Wir schenken dir 500 Willkommenspunkte!

Bereit für das exklusivste Einkaufserlebnis rund um die bequemste Wäsche? Willkommen im CALIDA CLUB! Hier erwarten dich versandkostenfreie Lieferungen, vereinfachte Retouren, persönlicher Service und vieles mehr. Als Dankeschön für deine Treue erhältst du 5 Punkte pro 1 CHF/EUR bei jedem Einkauf in unserem Onlineshop sowie in allen CALIDA-Stores und Outlets weltweit.

Für je 1000 Punkte schenken wir dir eine Treueprämie im Wert von 10 CHF/EUR, die du überall bei CALIDA einlösen kannst.

**Member werden.
Punkte sammeln.
Vorteile geniessen.**

Und das Beste: Für deine Anmeldung schenken wir dir 500 Willkommenspunkte!

Willkommenspunkte:

Jetzt anmelden

Vorteile entdecken

Goal Gradient Effect

Phänomen, bei dem von einer Person **mehr Anstrengung** ausgeübt wird, um ein Ziel zu erreichen, je **näher** sich diese Person diesem **Ziel** befindet.

Quelle: C.L. Hull, 1934 & R.Kivetz et al, 2006

CUMULUS



Haushaltsmitglied einladen und gemeinsam sammeln.

233

0.- in Bons

267 Cumulus-Punkte bis zum nächsten 5.- Bon

Sammelperiode Aug - Sep 2025

Abrechnung

Cumulus-Abrechnungen >

 Cumulus-Abrechnung per E-Mail erhalten An

Karte

Karte/Etiketten bestellen >

Karte drucken >

Hilfe & Feedback

Alle

Übersicht

Profil

Einkäufe



Cumulus

... Mehr





Cheeseburger geschenkt

250 Punkte

58 weitere Punkte sind erforderlich, um diese Belohnung freizuschalten.

Prämie ab 250 Punkten verfügbar.
Aktiviere das Angebot und scanne es bei deiner Bestellung!

Regeln

⌚ 10:00 - 05:59

Einlösen



Home



Angebote



Order&Pay



FanShop

...

Mehr



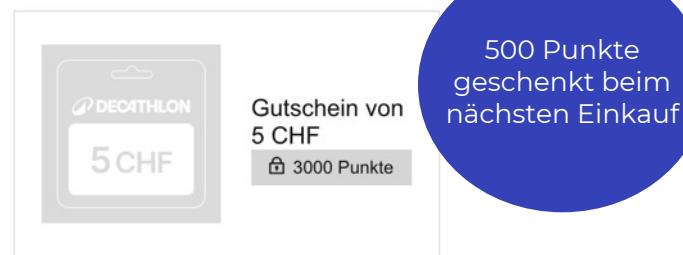
🏆 Fast geschafft! Dein Gutschein ist bald verfügbar!

Jede Anstrengung zählt! Sammle Treuepunkte mit deinen Einkäufen und sportlichen Aktivitäten.

👉 Mit dem Treueprogramm kannst du deine Punkte in Einkaufsgutscheine im Wert von 5 CHF, 10 CHF, 20 CHF oder 40 CHF umwandeln.

Sammle Treuepunkte

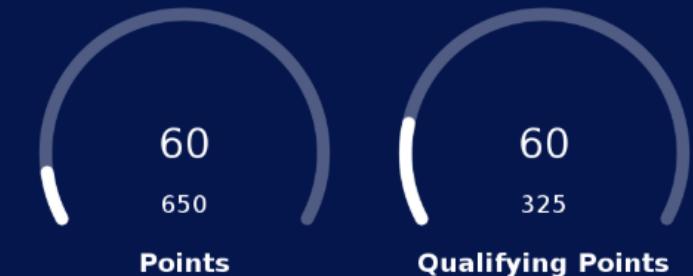
Decathlon belohnt dich für jeden Einkauf, jede absolvierte Sporteinheit, nachhaltige Aktionen und verfasste Produktbewertungen. Sammle Punkte und sichere dir Belohnungen mit MyDecathlon.



[MEINEN GUTSCHEIN ERHALTEN](#)

Miles & More | 

Teilnehmer:in



Meilen 6.840

Meilenkonto

Kontostand vom: 11.09.25

 Qualifikation zum Frequent Traveller

Sie benötigen in diesem Kalenderjahr noch **590 Points und 265 Qualifying Points**, um den Frequent Traveller Status zu erreichen. Bitte beachten Sie, dass nur max. 160 Qualifying Points, die Sie auf Zugfahrten gesammelt haben, für die Statusqualifikation angerechnet werden.



SWISS und Synhelion setzen ein Zeichen für die Zukunft der Luftfahrt mit Solartreibstoff

Als erste Fluggesellschaft weltweit setzen wir solares Kerosin des Schweizer Cleantech-Pioniers Synhelion im Flugbetrieb ein.

[Mehr erfahren](#)





BRAVO – IHRE ERSTE PUNKTEEINLÖSUNG



[Mit Punkten zahlen](#)

Sehr geehrte Frau

Sie haben kürzlich zum ersten Mal Superpunkte eingelöst – klasse! Sammeln Sie auch weiter fleissig Punkte und kommen Sie in den Genuss zahlreicher Vorteile.

Es gibt wöchentlich wechselnde Aktionen, bei denen Sie Einkäufe bei verschiedenen Supercard Partnern mit Superpunkten bezahlen können. Es lohnt sich, regelmäßig nachzuschauen und so bares Geld sparen zu können!

[Zu den aktuellen Aktionen](#)



Customer Delight and Decision Affect Theory

Werden **Kunden unerwartet begeistert**, stellt sich eine sehr hohe Zufriedenheit ein – ein Effekt, der als 'surprise & delight' bekannt ist.

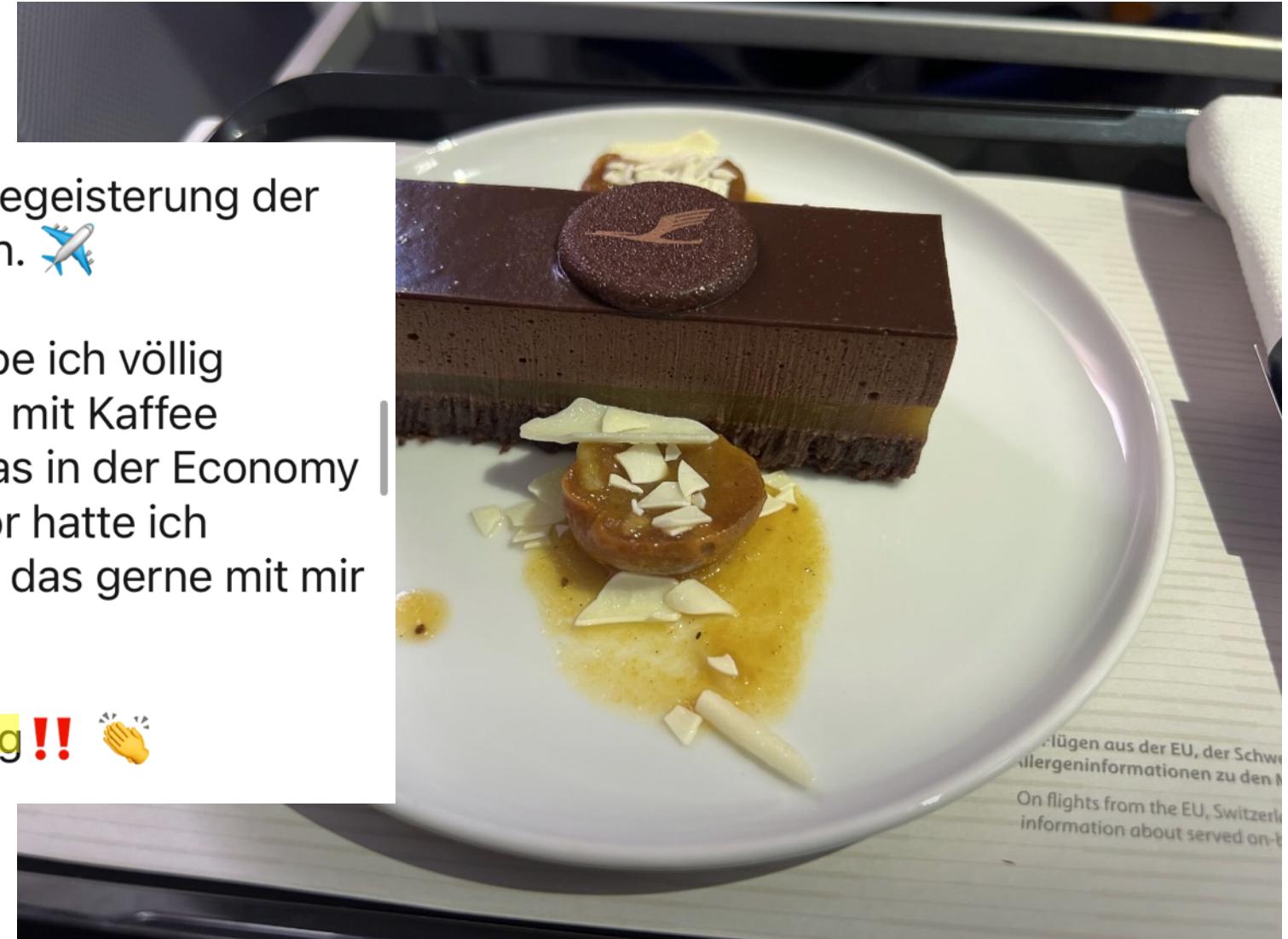
Begeisterte Kunden zeigen nachweislich eine **höhere Loyalität** gegenüber einem Unternehmen als zufriedene Kunden.

Quelle: R.L. Oliver et al, 1997 & B.A. Mellers et al, 1997 & B.Berman, 2005

OK **Lufthansa** das mit der Begeisterung der Kunden funktioniert bei euch. ✈️

Auf meinem letzten Flug habe ich völlig **überraschend** einen Kuchen mit Kaffee serviert bekommen – und das in der Economy Class. Der Grund: Tags zuvor hatte ich Geburtstag. Die Crew wollte das gerne mit mir feiern! 🎉

So geht **Kundenbegeisterung** !! 🙌



Danke für Ihr Vertrauen.

Zur Websicht 

 swisscom



**Guten Tag Michael Bietenhader,
ist denn heute schon Weihnachten?**

Besuchen Sie uns noch heute auf Swisscom Benefits und wählen Sie Ihr Treuegeschenk aus. **Selbstverständlich kostenlos und unverbindlich** – als kleines Zeichen unserer Wertschätzung. Einfach auf My Swisscom einloggen und zugreifen.

[Jetzt entdecken](#)



Ihre Treuegeschenk-Auswahl:



Mako 65W Power-Ladegerät
geschenkt statt 49.90

Wir bedanken uns mit einem Geschenk

Es freut uns sehr, dass Sie uns auch letztes Jahr die Treue gehalten haben und wir Sie mit unseren vielfältigen Angeboten überzeugen konnten. Unsere Mitarbeiter, Lieferanten und Partner wissen Ihre Loyalität zu schätzen. Gemeinsam haben wir für Sie ein tolles Geschenkpaket als Dankeschön geschnürt.

Nutzen Sie vom 25. Dezember 2016 bis zum 06. Januar 2017 Ihre Chance, eins der täglich 3 000 verlosten Pakete mit attraktiven Schweizer Produkten zu gewinnen.

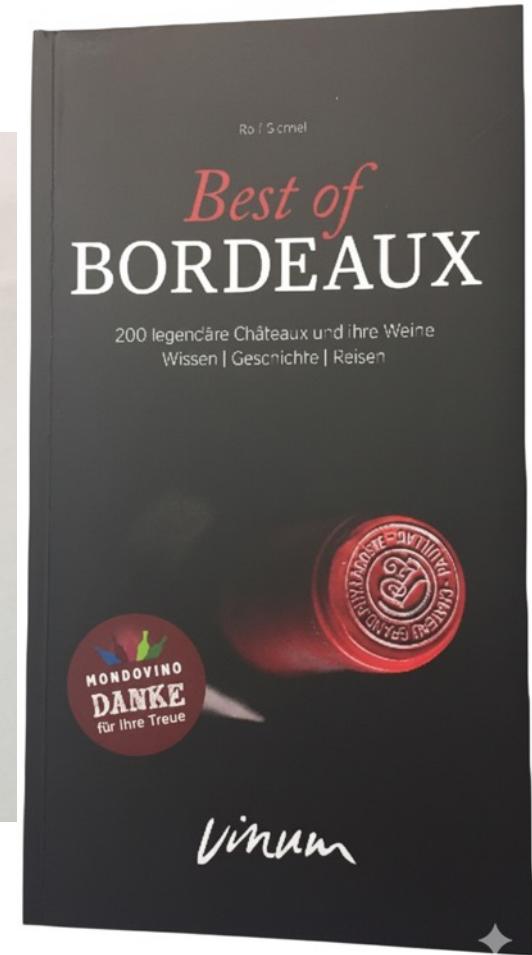
Jetzt mitmachen >

MONDOVINO

Basel, November 2016

Herzlichen Dank für Ihre Treue

Liebes Mondovino-Mitglied



Representativeness heuristic

Menschen haben die Tendenz, Objekte auf Grundlage einer **begrenzten Anzahl von Ähnlichkeiten zu vergleichen und einzuordnen**, anstatt sich auf fundierte Statistiken oder Fakten zu stützen.

Quelle: D.Kahneman & A.Tversky



100
Punkte

=

CHF 1



1%
Rabatt

=

CHF 1

TAKKO ♥ FRIENDS

UNSER BONUSPROGRAMM[®]

ÜBER 5 MIO TAKKO FRIENDS! MACH AUCH MIT!

EXKLUSIVE TAKKO FRIENDS VORTEILE
KOMPLETT KOSTENLOS



Shopping-Punkte für individuelle Spar-Coupons

(1€ Einkaufswert = 100 Friends-Punkte)

Bleibe immer up-to-date mit unserem Newsletter



Foot Locker[®]

SO FUNKTIONIERT FLX





Loss Aversion bias_

Der **Schmerz, etwas zu verlieren, fühlt sich doppelt so stark an**
wie die Freude, das Gleiche zu gewinnen.

Quelle: D.Kahneman & A.Tversky, 1979



Entdecken Sie alle **Vorteile eines Vielfliegerstatus**



Frequent Traveller

Mit **Ihrem Einstieg** in die Welt der Vielflieger:innen machen Sie es sich beim Fliegen bequem.

- ✓ Business Lounges
- ✓ Priority Check-in
- ✓ Unbegrenzte Meilengültigkeit

→ [Alle Frequent Traveller Vorteile](#)

Senator

Erreichen Sie den zweiten Vielfliegerstatus fürs Reisen mit **höchstem Komfort**.

- ✓ Senator / Star Alliance Gold Lounges
- ✓ First Class Check-in
- ✓ Priority Boarding

→ [Alle Senator Vorteile](#)

HON Circle Member

In diesem **exklusiven Kreis** genießen Sie besondere Privilegien mit einzigartigem Komfort.

- ✓ First Class Lounges
- ✓ First Class Check-in
- ✓ Persönlicher HON Circle Service
- ✓ Exklusiver Limousinen- und Transferservice

→ [Alle HON Circle Vorteile](#)

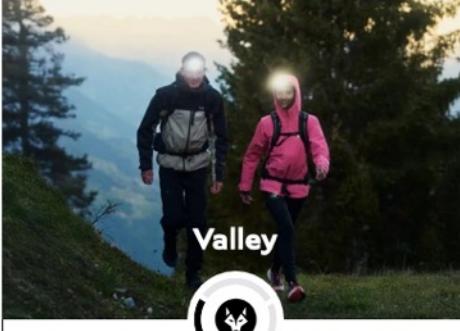


⌚ 26. Januar 2025 · Mark · 79 · Miles & More Tutorial, Must Reads, Status

12 Ideen für einen Miles & More Statuspunkte Run (2025)



Jack Wolfskin



Valley

0 - 2.499 Levelpunkte

- ✓ 10 % Startgutschein
- ✓ Geburtstagsgeschenk: 500 Punkte
- ✓ Kostenloser Versand im Online-Shop
- ✓ Exklusive Sale-Aktionen
- ✓ Einladung zu exklusiven Events
- ✓ Gewährleistungs-Verlängerung auf 3 Jahre
- ✓ Persönliche Beratungstermine im Store



Mountain

2.500 – 4.999 Levelpunkte

- ✓ 15 % Startgutschein
- ✓ Geburtstagsgeschenk: 1.000 Punkte
- ✓ Kostenloser Versand im Online-Shop
- ✓ Exklusive Sale-Aktionen
- ✓ Einladung zu exklusiven Events
- ✓ Gewährleistungs-Verlängerung auf 3 Jahre
- ✓ Persönliche Beratungstermine im Store
- ✓ Bevorzugter Zugang zu Produktneuheiten





Diese Vorteile warten auf dich



Willkommensgeschenk

Auf dich wartet ab der 5. Bestellung im Jahr ein Willkommensgutschein im Wert von CHF 10.–.



Exklusiver Vorabzugang

Greife früher als alle anderen auf besondere Sales Events (z.B. Black Week) von Brack zu.



Spezialangebote & Aktionstage

Profitiere von exklusiven Spezialangeboten und Aktionstagen mit tollen Überraschungen.



Gewinnspiel & Produkttests

Erhalte Zugang zu spannenden Gewinnspielen und regelmässigen Produkttests.



3x Geschenkverpackung geschenkt

Wir übernehmen dreimal im Jahr die Kosten für eine Geschenkverpackung bei einem Produkt deiner Wahl.



3x Versandkosten geschenkt

Wir übernehmen für dich dreimal im Jahr die Versandkosten für von dir ausgesuchte Bestellungen.



Verlängertes Rückgaberecht

Du hast 100 statt nur 30 Tage Zeit, Ware zurückzugeben. Für Rückgaben gelten weiterhin unsere [AGBs](#).



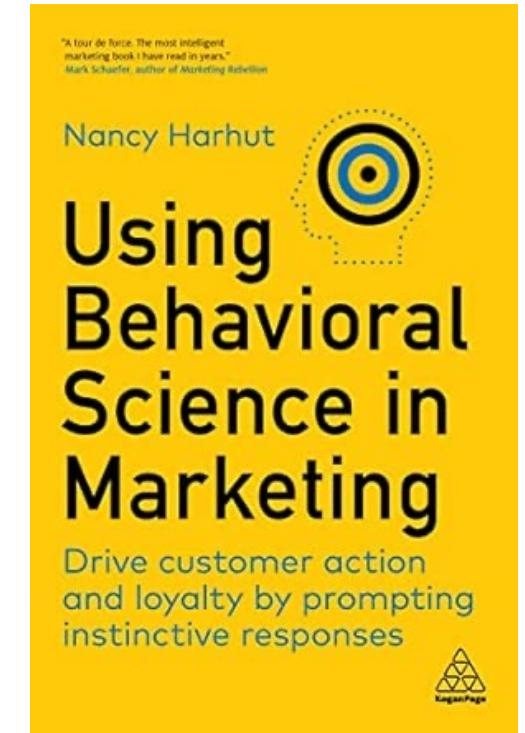
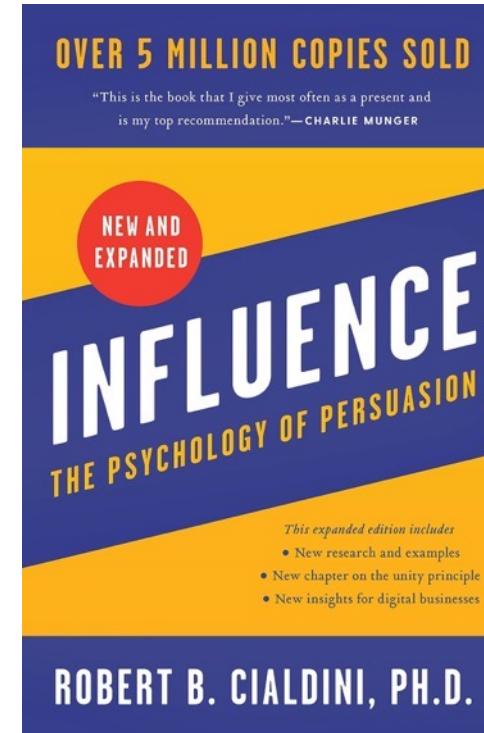
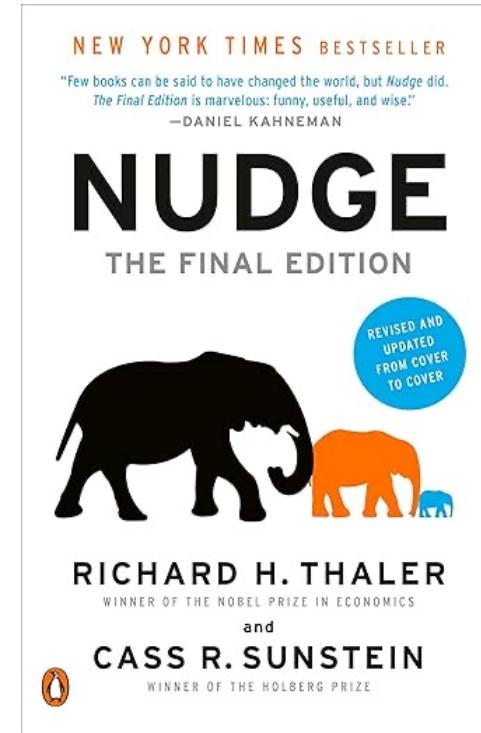
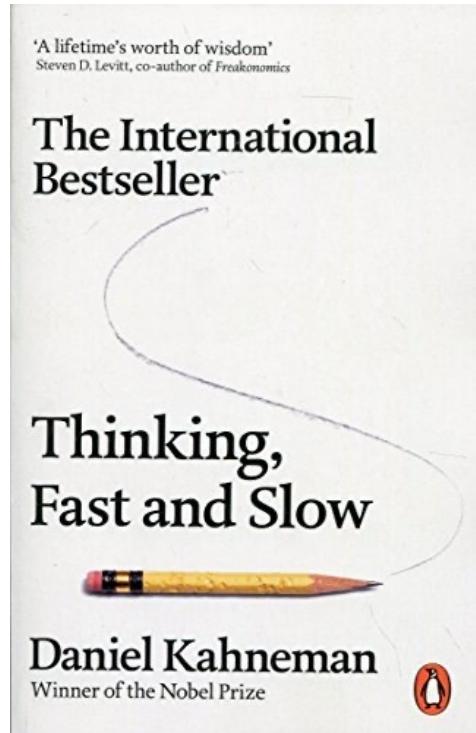
Weitere Vorteile

Wir sind laufend dabei exklusive Vorteile für unsere Brack Plus Mitglieder zu organisieren. Lass dich überraschen.

TAKE AWAY_

- Loyalitätsprogramme zielen darauf ab, das **Kundenverhalten zu beeinflussen**.
- Die **Konsumentenpsychologie** bietet eine fundierte, forschungsbasierte Grundlage, um Loyalitätsprogramme so zu gestalten, dass die Chancen für eine **erfolgreiche Beeinflussung der gewünschten Verhaltensänderungen maximiert** werden.
- Zahlreiche Theorien der Konsumentenpsychologie finden **praktische Anwendung bei Loyalitätsprogrammen**.
- Die **Wirkung** dieser Theorien auf Einstellung und Verhalten von Kunden wurde **in vielen praktischen Studien und Tests nachgewiesen**.

Buchempfehlungen





LOYALTY TALK

PODCAST

www.loyaltytalk.com

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



Michael Bietenhader
Marketing, Digital, CRM & Loyalty
Consulting | Supervisory Board Membe...

