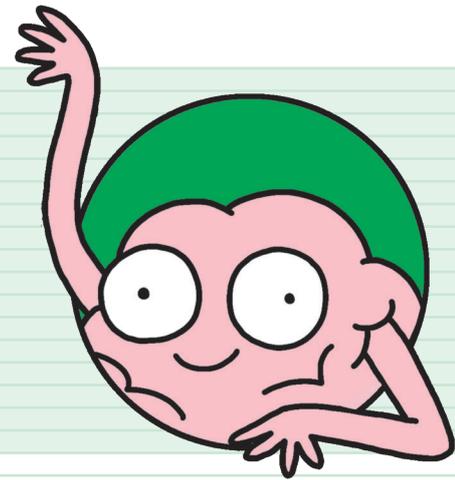


Sarah Weitnauer

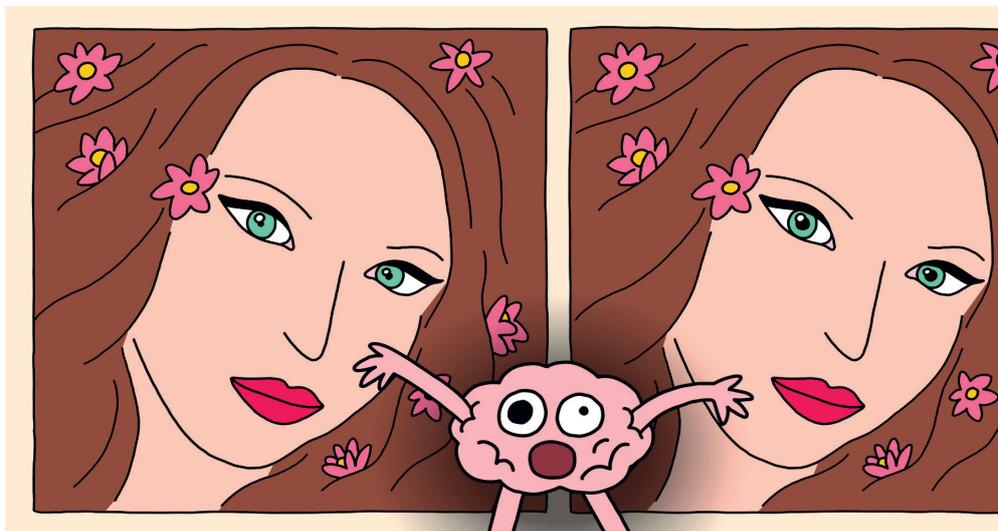
# „Schau mir in die Augen, du wunderbarer Mensch!“

Klingelt es bei „Belladonna-Effekt“ im Oberstübchen?

Man vermutet eine Modeerscheinung, oder? Doch das trifft es nicht. Ich werde es Ihnen gleich erklären. Schauen Sie sich aber vorher einmal die zwei Bilder in der Abbildung an. Welches der beiden spricht Sie mehr an?



Wenn Sie jetzt denken: „Hä, die sehen doch beide identisch aus!“, brauchen Sie keine Bedenken zu haben. So geht es vielen – und das ist gut so! Implizit werden Sie mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit die rechte Frau für attraktiver halten. Haben Sie schon raus, woran es liegt? Beim genauen Vergleich der Bilder wird es klar: Bingo! Es ist die Größe der Pupillen. Auch die meisten Menschen in meinen Seminaren tendieren immer wieder zur rechten Frau – und das Verrückte: Das läuft völlig unterbewusst ab, denn den Größenunterschied der Pupillen nimmt so gut wie niemand aktiv wahr.



## Warum ist das so?

Die erweiterten Pupillen funken unserem Hirn: „Hey, ich bin hier am Start, voller Neugier und Interesse an DIR!“ Wenn uns jemand mit solchen Augen ansieht, fühlen wir uns wie im Rampenlicht – so, als wären wir Hauptdarsteller in deren persönlicher Show oder einfach eine verdammt tolle Persönlichkeit. Das verpasst uns einen Extraschub an guten Vibes und bringt unsere positiven Gefühle in Fahrt. Fazit: Wenn uns jemand mit erweiterten Pupillen anguckt, fühlen wir uns richtig gut. Bei diesem Beispiel mit den „reizenden“ Augen der Dame fühlen wir uns als Rezipient unterbewusst geschmeichelt und stufen nicht nur das Bild positiver ein, sondern bewerten zusätzlich auch das Gesamtpaket (also zum Beispiel das Produkt neben dem Bild) aufgrund der subtil ausgelösten positiven Gefühle positiver. Gut für die Conversion, denn mit guter Laune kauft man lieber. Und das Spannende: Weil das alles völlig unterbewusst abläuft, fühlt sich auch niemand manipuliert.

### DIE AUTORIN



Die Psychologin und Autorin **Sarah Weitnauer** führt die Agentur PSYKETING und befasst sich mit der Wahrnehmungspsychologie im Online-Marketing. Sie berät Kunden, welche psychologischen Methoden bei Bild, Text, Preis und Design zur Conversion führen.

Hier sind wir schon im Bereich der kleinen, sehr subtilen Trigger, weil den wenigsten Personen die Auswirkung der Pupillengröße auf sie selbst bewusst ist.

Auf Fotos kann man schon lange die Pupillen easy-peasy vergrößern. Ein paar Klicks genügen. Und für diese durchgestylten Aufnahmen gibt es mittlerweile Filter-spielereien in Hülle und Fülle. Aber bitte nicht zu wild werden. Gigantische Kulleraugen wie bei Bambi & Co. sind sehr offensichtlich und verlieren die Magie der Subtilität. So etwas funktioniert dann eben doch nur bei Disney.

### Psyketing-Take-aways:

Kein Muss, gleich die ganze Bildkulisse völlig zu ändern – kleine Schlüsselreize wie Pupillengröße können Megaeffekte auslösen.

Auf Fotos wirken große, interessiert schauende Pupillen anziehender im Vergleich zu den kleinen.