Psychologie-Spickzettel

25 Prinzipien, die in guten Anzeigen stecken. Mit Beispiel für Online-Shops und der Grenze, die du nicht überschreiten solltest.

SO NUTZT DU DIE LISTE

- [ ] Pro Anzeige 1 Hauptprinzip, höchstens 2
- [ ] In jedem Anzeigen-Set 1–2 bewusste Ausreißer (Nr. 8)
- [ ] Nur echte Zahlen, echte Bewertungen, echte Knappheit. Alles andere verstößt gegen Metas Regeln und kostet Vertrauen

	Prinzip	Beispiel	Grenze
1	**Sozialer Beweis** Menschen folgen dem, was andere gut finden	„4,8 ★ aus 1.200 Bewertungen“	Nur echte Zahlen und Bewertungen
2	**Autorität** Experten und Siegel senken Zweifel	„Vom Hersteller seit 1998“, Testsieger-Siegel	Keine falschen Titel, keine Heilversprechen
3	**Knappheit (echt)** Begrenztes wirkt wertvoller	„Nur 200 Stück in dieser Farbe“	Nur, wenn es wirklich begrenzt ist
4	**Verlustangst** Verluste wiegen etwa doppelt so schwer wie Gewinne	„Das verpasst du: 20 % nur bis heute“	Keine Angstmache
5	**Anker-Preis** Die erste Zahl prägt die Bewertung	„Statt 89 € jetzt 59 €“	Der Anker muss realistisch sein
6	**Framing** Gleiche Info, andere Wirkung	„1,60 € pro Tag“ statt „49 € im Monat“	Zahlen müssen stimmen
7	**Neugier-Lücke** Eine offene Frage zwingt zum Weiterschauen	„Der Fehler, den fast alle beim Waschen machen …“	Auflösung muss kommen, kein Clickbait
8	**Der Ausreißer** Was anders aussieht, fällt auf und bleibt hängen	Notizzettel-Optik, Screenshot, knallige Kontrastfarbe	Nur ein betontes Element
9	**Geben und Nehmen** Wer zuerst etwas bekommt, gibt eher zurück	Gratis-Guide, Probe, kostenlose Beratung	Das Geschenk muss echten Wert haben

	Prinzip	Beispiel	Grenze
10	**Fuß in der Tür** Kleiner erster Schritt, dann folgt der größere	„3 Fragen beantworten“ statt sofort kaufen	Keine versteckten Kosten
11	**Konkrete Zahlen** Genaue Zahlen wirken glaubwürdiger als runde	„In 48 Std. bei dir“, „7 Inhaltsstoffe“	Nur belegbare Zahlen
12	**Direkte Ansprache** Wer sich erkennt, schaut weiter	„Für alle, die morgens keine Zeit haben …“	Situation ansprechen, nicht persönliche Merkmale
13	**Einfachheit** Leicht Verständliches wirkt wahrer	1 Botschaft, große Schrift, 1 Button	–
14	**Mitläufer-Effekt** „Jetzt“ und „alle machen es“ ziehen mit	„Unser meistverkauftes Set diese Woche“	Nicht übertreiben
15	**Köder-Angebot** Eine schwächere Option lässt die Wunsch-Option glänzen	1 Stück 29 € · 3 Stück 59 € · 6 Stück 99 €	Alle Optionen müssen echt kaufbar sein
16	**Weniger Auswahl** Zu viele Optionen lähmen	1 Produkt pro Anzeige, 1 Angebot	–
17	**Kleine Schwäche zugeben** Eine ehrliche Schwäche schafft Vertrauen	„Nicht der Günstigste, aber hält 10 Jahre“	Darf das Kernversprechen nicht beschädigen
18	**Selbst gestalten** Mitgestaltetes wird höher geschätzt	Quiz „Finde dein passendes Produkt in 3 Fragen“	Das Ergebnis muss stimmen

	Prinzip	Beispiel	Grenze
19	**Offene Schleife** Unerledigtes bleibt im Kopf	„Teil 1 von 3“, Auflösung auf der letzten Karussell-Karte	Serie wirklich fortsetzen
20	**Wiedererkennung** Was man öfter sieht, wirkt vertrauter	Retargeting mit 3–5 verschiedenen Anzeigen	Nicht nerven, Häufigkeit im Blick
21	**Kleines Ja** Wer klein Ja sagt, bleibt eher dabei	Newsletter-Rabatt, dann Erstkauf, dann Abo	–
22	**Wir-Gefühl** Zugehörigkeit bindet	„Für alle, die Kaffee ernst nehmen“	Nicht ausgrenzend
23	**Starkes Ende** Erinnert werden Höhepunkt und Schluss	Starker letzter Satz im Video, schöne Verpackung	–
24	**Heiligenschein-Effekt** Hochwertige Optik lässt das Produkt hochwertig wirken	Saubere Produktfotos, ruhiges Design	Muss halten, was es verspricht
25	**Geschichten** Geschichten werden gemerkt und geglaubt	Kundin erzählt: Problem, Wendepunkt, Ergebnis	Nur echte Geschichten

Welche Prinzipien fehlen in deinen Anzeigen?

Ich schaue mir deine aktuellen Anzeigen an und zeige dir, welche 3 Hebel am meisten bringen. Kostenlos und ohne Verkaufsdruck.

Kostenlosen Shop-Check buchen