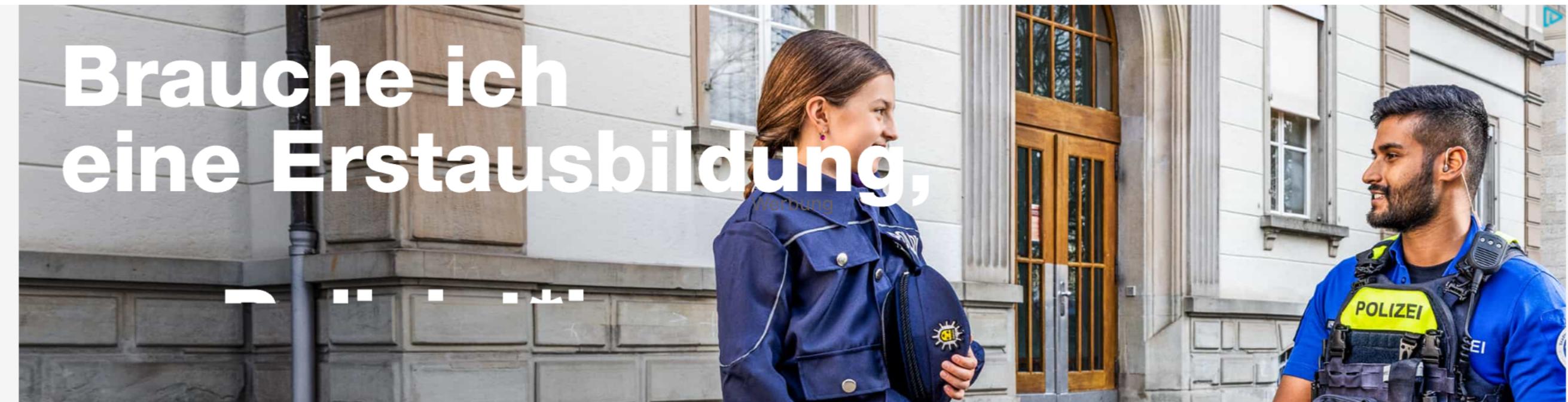


Home > Leben > Wissen > Wissenspodcast > Das passiert in unserem Gehirn am Black Friday

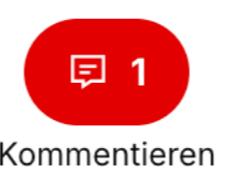
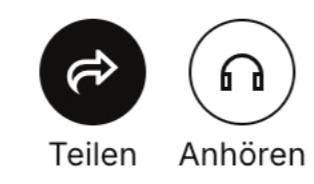


Neuromarketing-Experte über Black Friday

Deshalb sind wir süchtig nach «Schnäppli»

Warum bringt der Black Friday unser Gehirn in Alarmbereitschaft? Neuromarketing-Experte Philipp Zutt zeigt, wie clever gesetzte Trigger uns zu schnellen, oft unlogischen Käufen verleiten. Und er erklärt, wie wir morgen trotz Rabattregen rational bleiben.

Publiziert: 27.11.2025 um 14:14 Uhr | Aktualisiert: 27.11.2025 um 17:58 Uhr



 **Fabio Schmid**
Creative Videoproducer

Blick
Die Wissenschaft hinter der Schlagzeile



Deshalb sind wir süchtig nach «Schnäppli» am Black Friday
Durchblick – der tägliche Wissenspodcast

▶ Play episode 19:37

•••

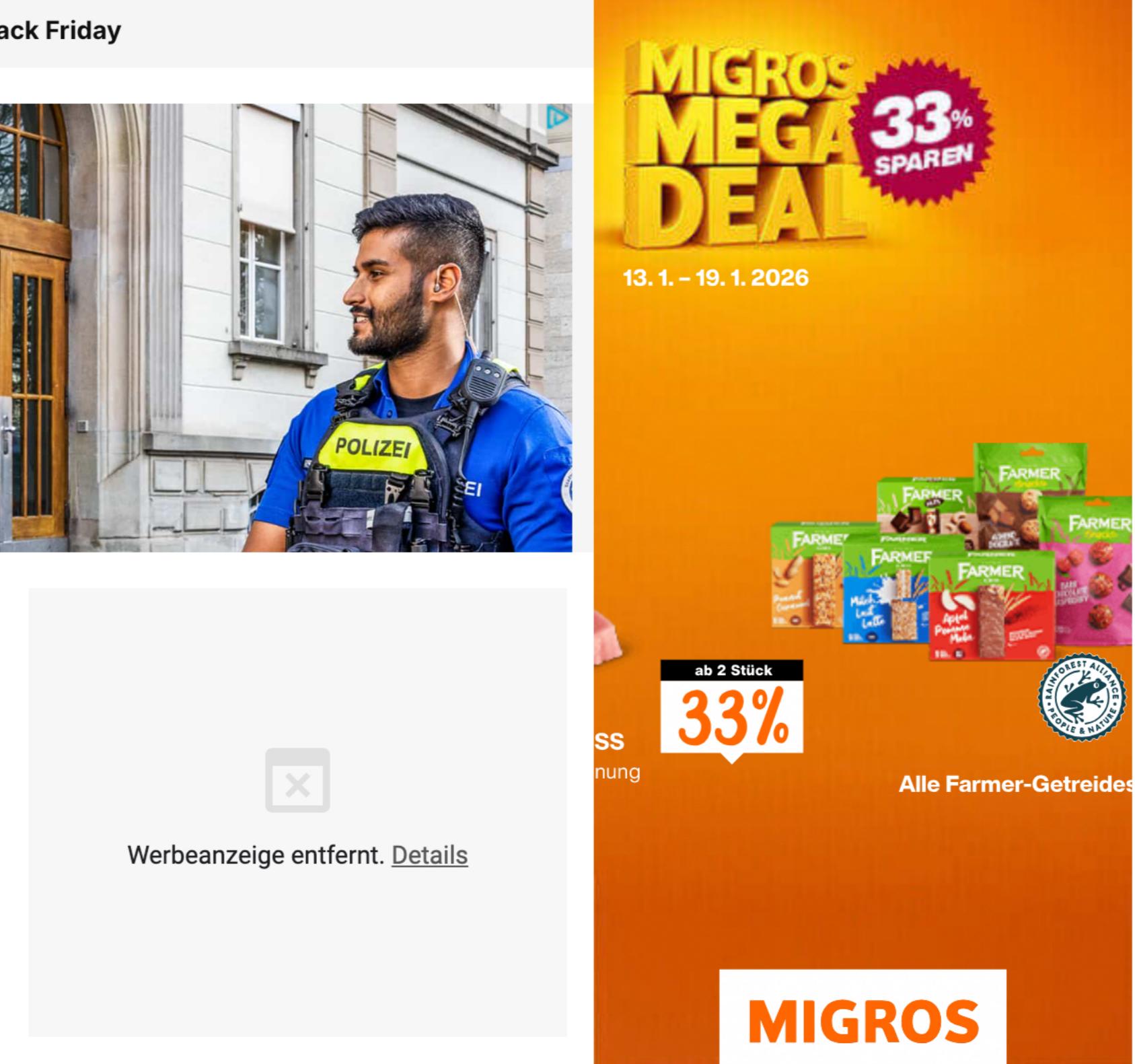
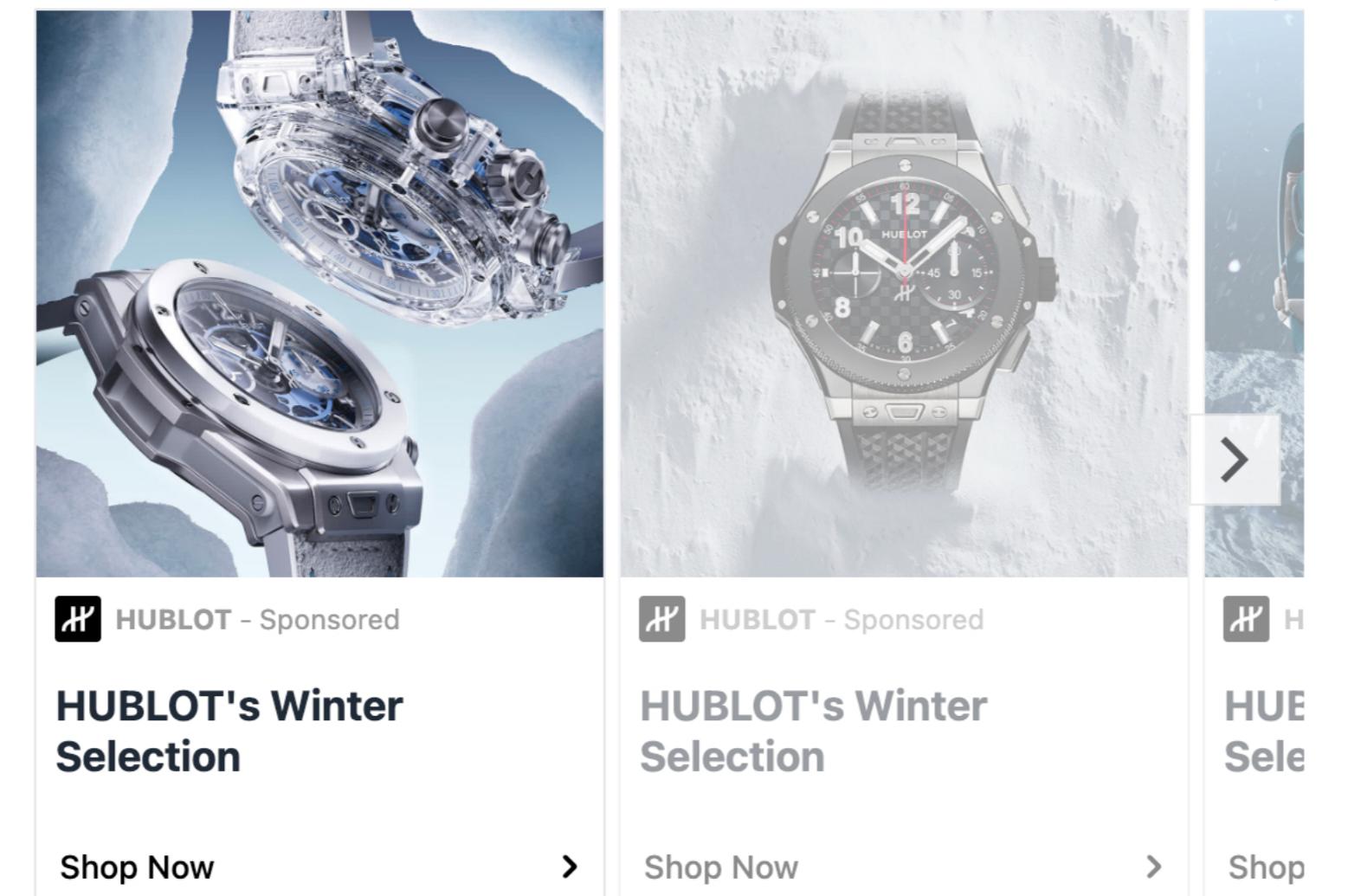
Subscribe Share

•••

•••

Neuromarketing-Experte Philipp Zutt erklärt, wie unsere älteren Hirnsysteme an Aktionstagen die Kontrolle übernehmen, warum Rabattschilder wie psychologische Nadelstiche wirken und wie wir trotzdem einen kühlen Kopf bewahren können. Dazu verrät er, welche Marketingtricks unsere Schwächen gezielt ausnutzen und wie wir uns davor schützen.

Dreimal wöchentlich eine neue Folge «Durchblick» – jetzt hören und abonnieren auf allen gängigen [Podcast-Plattformen](#).



Werbearbeite entfernt. Details

- MEISTGELESEN**
- 1 **Er streitet alles ab**
Schweizer (65) soll Tochter missbraucht haben – jetzt...
 - 2 **Video löst Shitstorm aus**
Moderatorin steckt sich vor laufender Kamera Finger in...
 - 3 **Die Welt schaut aufs Wallis**
Das sind die Gesichter der Tragödie von Crans-Montana



«Durchblick» wird unterstützt durch die Gebert Rüf Stiftung

Wissenschaft geht uns alle an, sie erreicht aber nur einen Teil der Öffentlichkeit. Darum setzt sich die Gebert Rüf Stiftung dafür ein, Wissenschaft mit Unterhaltung zu verknüpfen und für ein breites Publikum zugänglich zu machen. Mit dem Programm «Scientainment» fördert sie neue Erzählformate, denen es gelingt, für das Alltagsleben der Menschen relevante Themen möglichst niederschwellig, attraktiv und wirkungsvoll zu kommunizieren – so, wie das der «Durchblick» macht.

Mehr zu «Scientainment»

