

PRESSEINFORMATION

AdPoint misst, ob Werbebotschaften richtig ankommen, gemerkt und verstanden werden

Wien, 7.10.2010. Die beiden Marktforschungsunternehmen [meinungsraum.at](http://www.meinungsraum.at) und [comrecon°](http://www.comrecon.com) **Marktdiagnostik** bringen mit AdPoint ein innovatives Marktforschungs-Tool zur **Werbewirkungsmessung auf den Markt**.

„AdPoint setzt beim Verstehen einer Werbebotschaft an. Die wirksamen Elemente eines Werbesujets werden identifiziert und danach in ihren kulturellen und sozialen Kontexten verortet“, erläutert Charlotte Hager von comrecon Marktdiagnostik die Herangehensweise. Herbert Kling, Geschäftsführer von meinungsraum.at dazu „Unsere Kunden erhalten somit ganz konkrete Informationen, wieweit eine Anzeige verstanden wird und wo Nachbesserungspotenzial ist.“

Die Messung mit AdPoint erfolgt zweistufig. Im Rahmen einer quantitativen Online-Befragung werden Imagewerte, Brand-Fit und Product-Fit erhoben und zusätzlich was gefällt und was nicht gefällt markiert. Danach werden die von den Konsumenten markierten Kernelemente mittels neuro-semiotischer Analyse einzeln und im Gesamtkontext beurteilt. Hier wird vor allem bei den unbewussten Botschaften angesetzt und gezeigt, ob diese sich mit dem Kommunikationsziel decken. Das Ergebnis ist eine präzise Analyse, ob die Story des Sujets verstanden wird und wo der Verständnisprozess abbricht. So erhält man einen Überblick, was tatsächlich vermittelt wird und in welchen Bereichen noch mehr Klarheit geschaffen werden muss. „Verkürzt gesagt zeigt AdPoint auf, ob die intendierte Werbebotschaft beim Konsumenten richtig ankommt“, so Charlotte Hager von comrecon.

Eine Case Study sowie eine genaue Beschreibung von AdPoint findet sich unter: <http://bit.ly/AdPoint>

Für weiterführende Fragen zu AdPoint stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

comrecon° Marktdiagnostik & Strategieberatung
 Mag. Charlotte Hager
 Tel.: +43 1 293 47 25
 Mobil: +43 699 17 22 43 83
 E-Mail: c.hager@comrecon.com
www.comrecon.com

meinungsraum.at Online MarktforschungsgmbH
 Herbert Kling
 Tel.: +43 1 512 890 000
 E-Mail: herbert.kling@meinungsraum.at
www.meinungsraum.at

Über comrecon° Marktdiagnostik & Strategieberatung:

comrecon° - www.comrecon.com - ist das erste Institut für Marktdiagnosen. Neben bewährten Verfahren der klassischen Marktforschung fließen auch semiotische und neuropsychologische Erkenntnisse ein. Diese interdisziplinäre und systemische Sichtweise führt zum Kern von Bedürfnissen und Wünschen der Menschen. comrecon° begleitet seine Kunden während und nach der Untersuchung und unterstützt sie bei der Umsetzung der Analyseerkenntnisse. comrecon° ist Mitglied des VMÖ, BVM, ESOMAR und war unter anderem für folgende Kunden tätig: EVN, Western Union, Volksbank Investments, Wiener Städtische, FH Campus Wien, ZenithOptimedia, Mediahaus Austria, ambuzzador Marketing, Grüne Wirtschaft. Weitere Informationen unter www.comrecon.com bzw. <http://comrecon.wordpress.com>.

Über meinungsraum.at:

meinungsraum.at ist ein Full-Service-Marktforschungsinstitut mit Schwerpunkt Online –Markt- und Meinungsforschung. Klassische Methoden – qualitativ und quantitativ - sind ebenso im Portfolio des 2007 von Herbert Kling gegründeten Institutes. Das Team von meinungsraum.at betreut die Kunden von der Studienkonzeption bis zur Präsentation und Interpretation der Ergebnisse. Die Entwicklung innovativer Befragungslösungen unterstreicht die Kompetenz des Institutes. meinungsraum.at ist Mitglied des VMÖ, des Expertenforum Online Forschung, der WWG der WU Wien sowie von ESOMAR und wurde unter anderem für folgende Kunden tätig: 123people, Allianz, Amnesty International, Bayer, eBay, FHWien, JWT, Medianet, ÖBB, OMD, Pfizer, Raiffeisen, Skills Group, Telekom Austria, Umweltbundesamt, Universität Wien, UPC, Vamed, Wiener Städtische, WU Wien. Weitere Informationen finden Sie unter www.meinungsraum.at bzw. unter innovations.meinungsraum.at.

Bildmaterial

© comrecon° KG; meinungsraum.at GmbH; Abdruck honorarfrei, Credit: Anna Stöcher