



Auch Marken haben eine Seele

Angewandte
Psychologie in der
qualitativen
Marktforschung

Überblick:

I. Meinecke & Rosengarten

- Wer sind wir und was tun wir?
- Für wen tun wir das?

II. Fünf Herausforderungen

- Warum ist das Verkaufen schwierig?
- Warum ist das Forschen schwierig?

III. Unsere tägliche Arbeit

- Wie ist ein typischer Projektablauf?
- Welche Methoden werden genutzt?

IV. Ist das was für Sie?

- Vorteile und Glücksgefühle?
- Nachteile und Frustrationsquellen?





I. Meinecke & Rosengarten

Wer sind wir? Das Team.



Was tun wir? Unsere Aufgaben.

Auf Basis von Empirie:

**Grundlegende Studien zu
Menschen, Marken und Markt-Mechaniken**

Produkt- und Innovationsforschung

Packungs- und Werbeforschung

Auf Basis von Expertise:

Strategische Beratung

Für wen?

Einige der von uns betreuten Marken.



Sony Ericsson

PHILIPS



SONY

Gillette®



Bayer



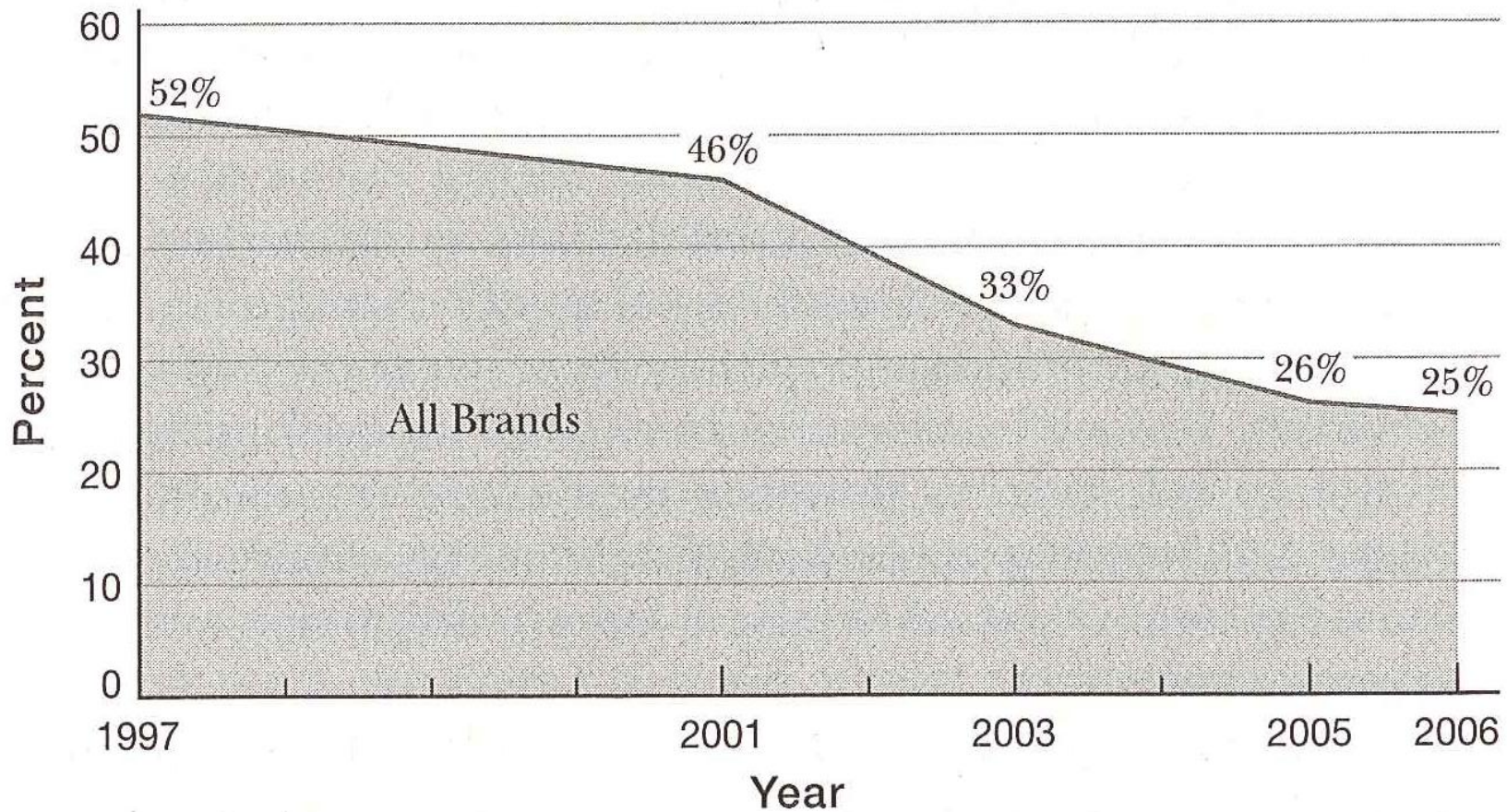
II. Fünf Herausforderungen

1. Herausforderung: Marken haben es schwer.



1. Herausforderung: Marken haben es schwer.

Percentage of Trustworthy Brands Over Time



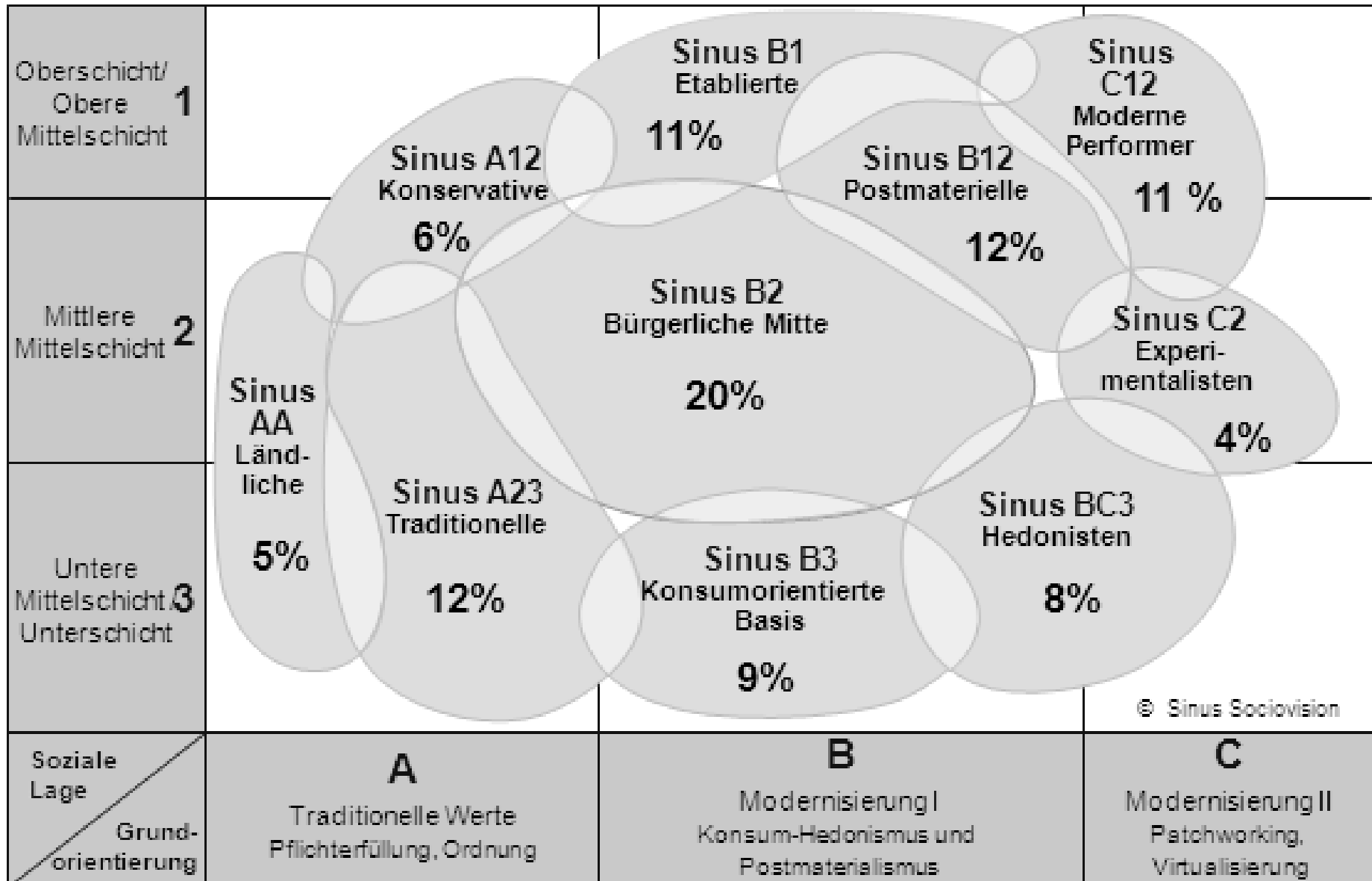
* Defined as brands with >20 percent endorsement on Trustworthy attribute.

Base: BAV 1997, 2001, 2003, 2005, 2006; All Adults.

Quelle: "The Brand Bubble"

2. Herausforderung:

Es gibt nicht *den* Konsumenten.



3. Herausforderung:

Es herrscht der "hybride" Konsument.



Was wir machen, machen wir richtig.



4. Herausforderung:

Trends sind komplex, widersprüchlich, ...



Direktheit
Energy-Boost
Hedonismus



Sanftheit
Gesundheit
Gutmenschentum

4. Herausforderung:

Trends sind komplex, widersprüchlich, ...



Aspiration
Provocation
Drift Off Moment



Attention
Likeability
Identification

5. Herausforderung:

Einfach "Abfragen" funktioniert nicht.



"... weil er so schön aussieht."

5. Herausforderung:

Einfach "Abfragen" funktioniert nicht.

Unten lahmen mir langsam die die Lenden.

Narzisst bin ich trotzdem. Wie wir alle.

Beifahrerinnen haben Porsche gern.

Erhaben und entschlossen wirkt der Porsche –ich dann auch!

Wirksam fühle ich mich drinnen, nicht fügsam.

Unter mir das Gaspedal, über mir nur Gott.

Sehnsucht nach Auflösung spür' ich.

Speed macht dann viel Spaß.

Täuscht euch (nicht) über mein Geld.



5. Herausforderung:

Einfach "Abfragen" funktioniert nicht.

"Wichtige Merkmale erfolgreicher Opernstars?"

92%

Stimme

51%

Bühnenpräsenz

15%

Aussehen



III. Unsere tägliche Arbeit

Unsere tägliche Arbeit:
Forschungsansätze.

Qualitative Forschung

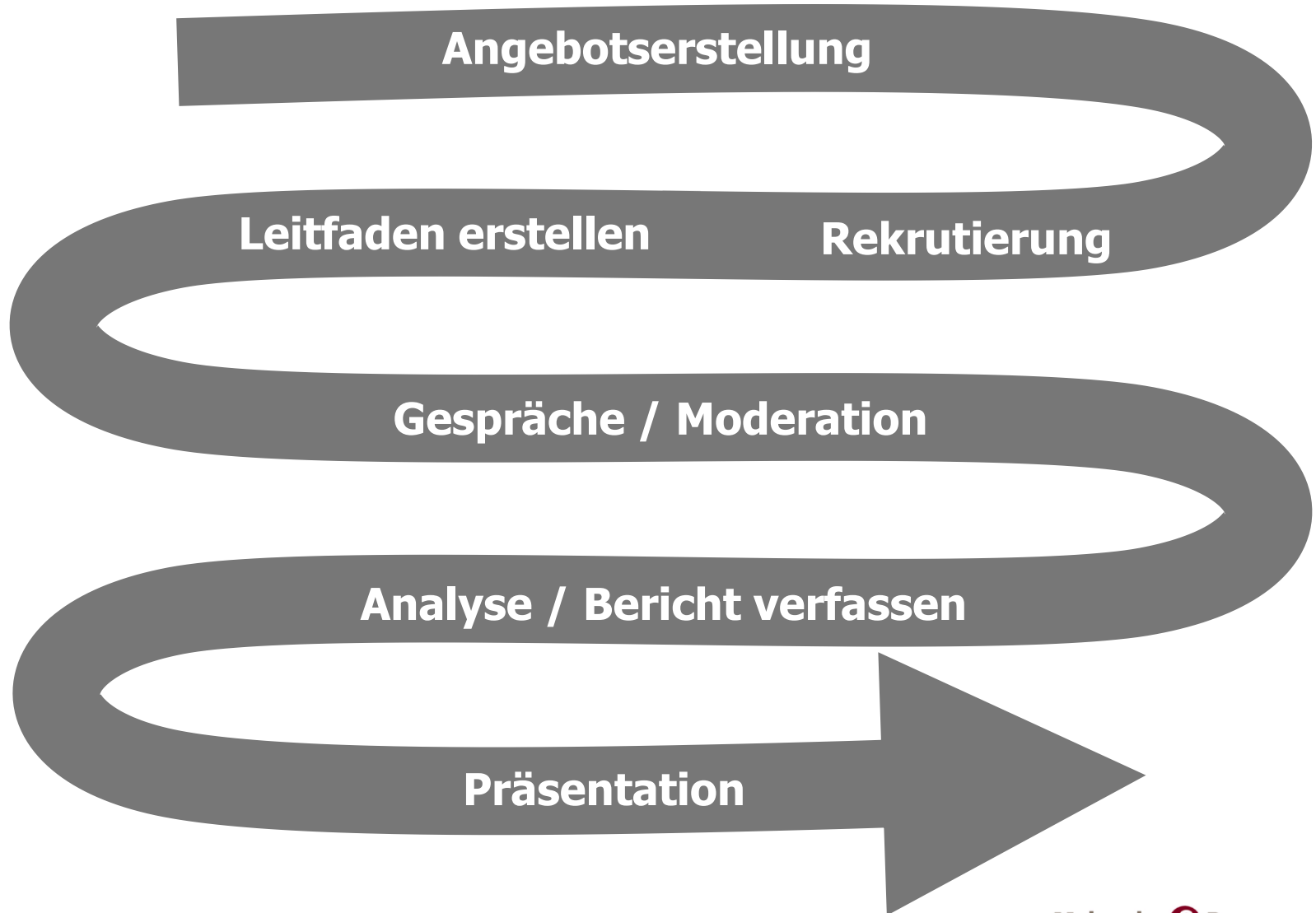
- Gruppendiskussionen
- Einzelinterviews
 - Ethnographie
 - Eye-Tracking
- Online Research
- Experten-Gespräche
- Kreativ-Workshops

Quantitative Forschung

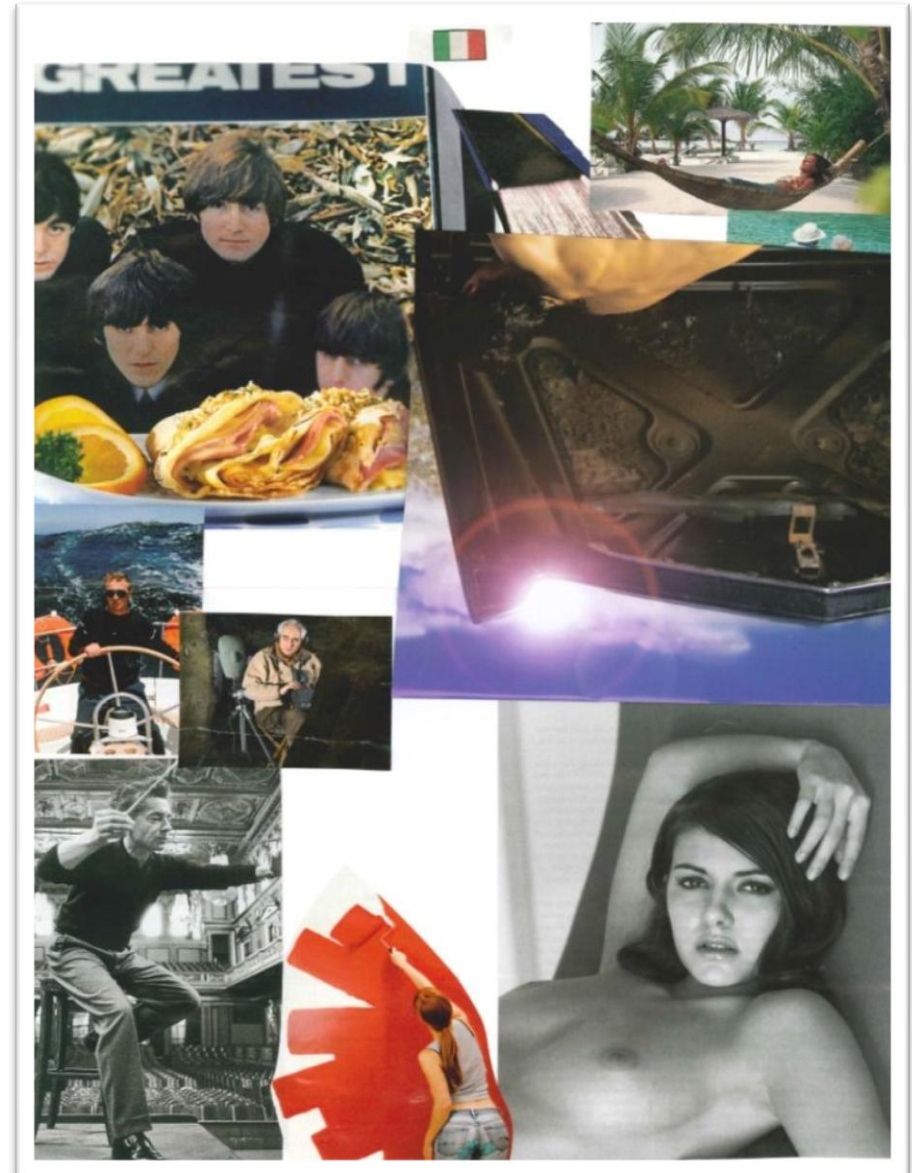
- CAPI
- CATI
 - Onlinepanel
- Conjoint-Analysen
- Cluster-Analysen
- Kundenzufriedenheit
 - Marktmodelle

Unsere tägliche Arbeit:

Ablauf eines qualitativen Projektes

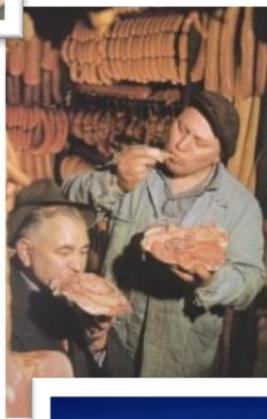


Unsere tägliche Arbeit: Collagen (als Hausaufgaben)



→ Das Markenimage
einer bekannten
Spirituosenmarke.

Unsere tägliche Arbeit: THEMENPHOTOCHOICE



➔ **Empfinden wird
in 100 vieldeutigen
Bildern 'wiederentdeckt'.**

Unsere tägliche Arbeit: FrauenPHOTOCHOICE



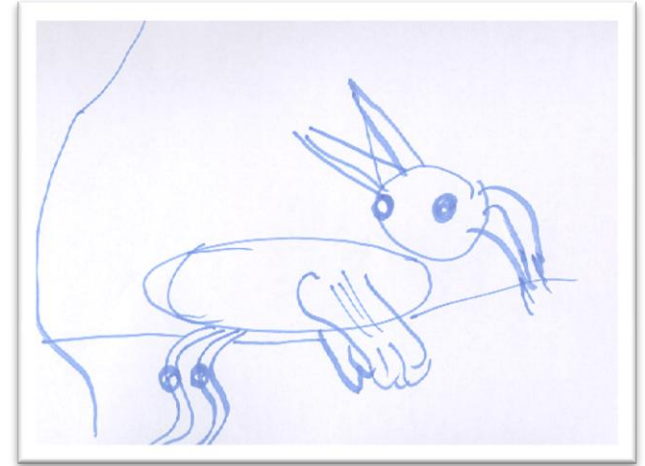
➔ Wer isst Brunch und wer Philadelphia?

Unsere tägliche Arbeit:
TierPHOTOCHOICE (Projektionen)



➔ Z.B. zwecks Exploration von Beziehungen zu Marken.

Unsere tägliche Arbeit:
Fabelwesen malen lassen.



➔ **"Ich kann nicht mehr" (Frauen vs. Männer)**

Unsere tägliche Arbeit:
Handpuppen sprechen lassen.



➔ **"Gib ihm eine Maske, und er sagt die Wahrheit."**

Unsere tägliche Arbeit: Inneres Team.



Die Optimistische



Die Skeptikerin



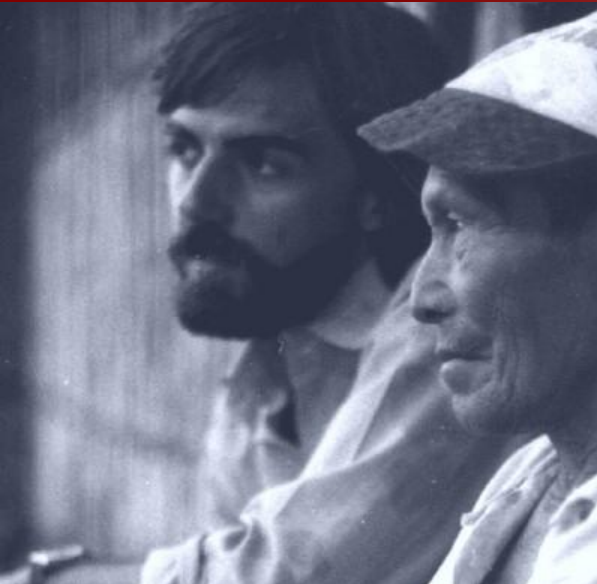
Die Vernünftige



Die Spontane

→ Sensibilisierung für innere Vielfalt, Widersprüche.

Unsere tägliche Arbeit:
Ethnographische Ansätze.

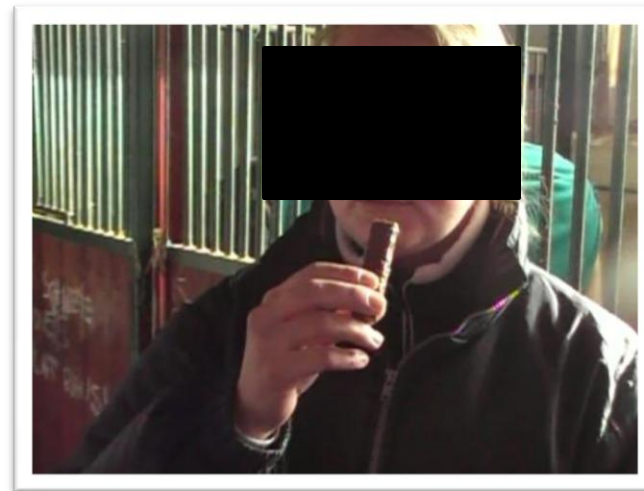
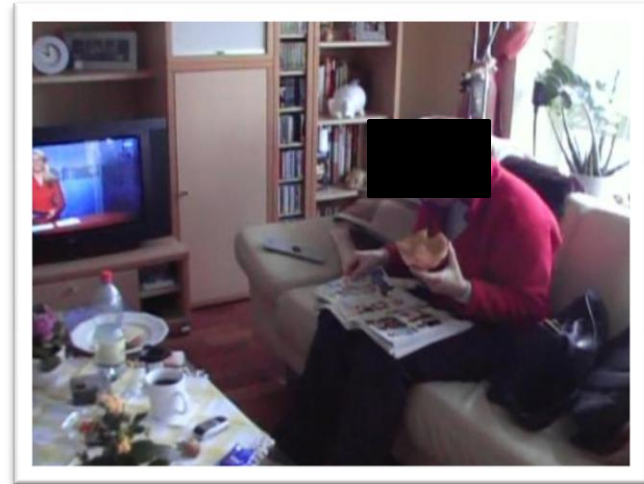


Grundsatz: Dabei sein.



Unsere tägliche Arbeit: Ethnographische Ansätze.

*"Ich achte sehr darauf,
dass ich nicht so viele
Kohlenhydrate esse."*



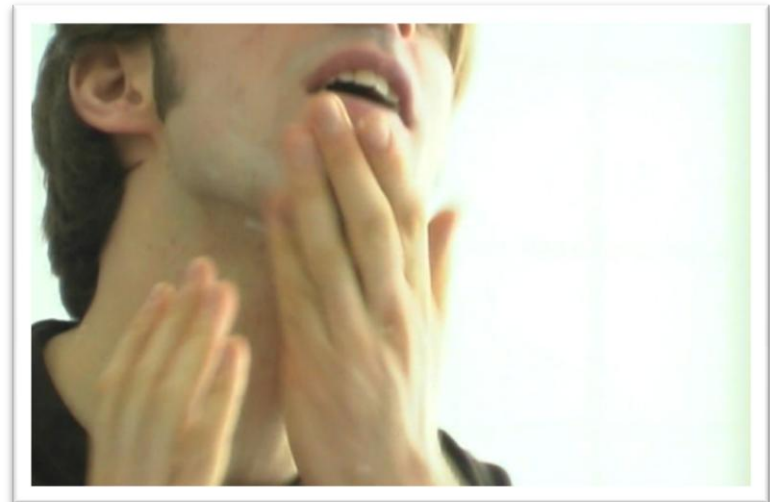
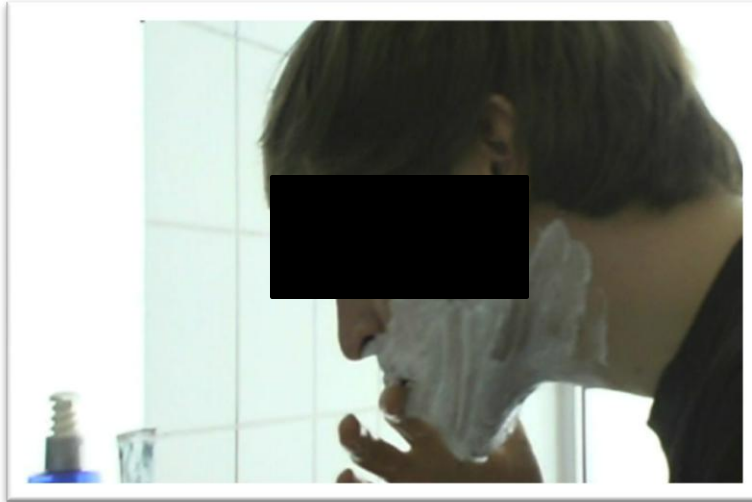
➔ **Aufdeckung von Diskrepanzen.**

Unsere tägliche Arbeit: Ethnographische Ansätze.



➔ **Bestimmung von Needs und Traits.**

Unsere tägliche Arbeit:
Ethnographische Ansätze.



→ ... Habits & Rituale

Unsere tägliche Arbeit: Ethnographische Ansätze.



➔ ... Ästhetische Vorlieben

Unsere tägliche Arbeit: Ethnographische Ansätze.



➔ ... Touchpoints / Receptivity Moments.

Unsere tägliche Arbeit: **Eye-Tracking.**



➔ **Apparative Aufzeichnung von Aufmerksamkeit.**

Unsere tägliche Arbeit:
Und vieles andere mehr

Rollenspiele Trancereisen

Fortsetzungsgeschichten

Grabreden Analogien

Playmobil-Aufstellungen

Tagebücher Satzergänzungen

EmoFocusing Mind-Mapping



**Aber nicht das Tool öffnet Menschen,
sondern der Ton.**

Echte
Empathie



Exakte
Wahrnehmung

**Daher unser Selbstbild:
Teddybären als Spione.**

Echte Empathie

- Wer lernen will muss nett sein
 - **Wertschätzung** für Empfindungen muss deutlich sein.
 - **Wahrhaftigkeit** öffnet, vor allem (Moderator-)Schwächen.
 - **Wärme** öffnet vom ersten Moment.
- Immer weiter auf der Reise nach innen
 - **Bohren**, in *gemeinsamer* Suchhaltung.
 - **Theoretisieren** und falsifizieren lassen.
 - **Dynamisieren** führt zur wechselseitigen Inspiration.

Exakte Wahrnehmung



- Die Wahrheit zwischen und jenseits den Zeilen
 - **Sprachphänomene**, z.B. Substantivierungen
 - **Widersprüche** im Laufe der Zeit
 - **Mimik**, Gestik, Auftreten, Kleidung
 - **Abwehrmechanismen**



IV.

Vor- und Nachteile des Berufes

Vorteile und Glücksmomente.

- 1. Pragmatisches Forschen.** Weder Bürokratie und Reliabilitäts-Messungen bremsen. Es gilt: such' schnelle Lösungen. Anything goes.
- 2. Vielfältigkeit der Themen und Tätigkeiten.**
 - Erforscht werden sowohl erektile Dysfunktionen, als auch Tütensuppen, Spirituosen oder Kosmetika.
 - Gefordert ist sowohl extravertiertes Moderieren, als auch introvertiertes Analysieren.
- 3. Intellektueller Reiz.** Im Grunde geht es um feinfühliges Hinein-Spüren, um subtile Zusammenhänge, Über-den-Tellerrand-gucken.
- 4. Kreatives Schreiben** (auch auf Englisch) ist bedingt möglich, also auch Schreib-Spaß. Selbst in Power Point.
- 5. Spuren hinterlassen.** Sporadisch entdeckt man Empfehlungen in den Werbespots und Verpackungsdesigns wieder.
- 6. Karriere-Chancen.** Bei ausreichend Talent und - ganz wichtig - viel Engagement ist ein schneller Aufstieg möglich.

Nachteile und Frustrationsquellen.

1. Körperliche und psychische Belastung.

- 50 Seiten Power Point wollen in ein paar Tagen gefüllt sein.
- Wochenend- oder Nachtarbeit kann passieren.
- Der Status als Dienstleister erfordert nicht nur Flexibilität, sondern auch Geduld, Toleranz, Stoizismus und politisches Geschick.

2. "Paradoxes" Anforderungsprofil. Der Extravertierte moderiert gerne, aber verschmäht die Analyse und das Schreiben. Der Introvertierte liebt das Brüten ...

3. Längere Lernphase. Die ersten Jahre sind hart. Denn Moderation, Analyse und ordentliches Präsentieren sind nur allmählich lernbar.

4. Ggfs. Schwierigkeiten in der "Abgrenzung".

Je besser jemand den Job macht, desto mehr denkt er/sie auch zuhause, an der Bar oder im Kino über Projekte nach.

5. Ggfs. ethische Bedenken. Denn es geht um Marken, Markenfaszination, Konsum - auch den Konsum von Kindern.



***Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!***

