



News

Termine

Produkte

Unternehmen

Blog

Kontakt



„Werbung nervt! – aber nicht immer und überall!“

MediaAnalyzer Newsletter Juli 2011

Wie denken Sie eigentlich ganz privat über Werbung? Fühlen Sie sich häufig genervt oder meistens doch eher gut informiert? Gefällt Ihnen Werbung auf Plakaten besser als im Radio? MediaAnalyzer hat einmal nachgefragt und herausgefunden: Der Nerv-Faktor von Werbung ist abhängig vom Medium. Welche Medien punkten können und welche weniger, lesen Sie [hier](#).

Außerdem finden Sie im Newsletter das Neuste aus unserem [MediaAnalyzer Blog](#).

Viel Spaß und herzliche Grüße,

Dr. Steffen Egner
Geschäftsführer

- ▶ **News:**
[Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt](#)
- ▶ **News:**
[Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung](#)
- ▶ **Termine:**
[Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin](#)
- ▶ **Termine:**
[MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf](#)
- ▶ **Produkte:**
[Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer](#)
- ▶ **Blog:**
[Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog](#)

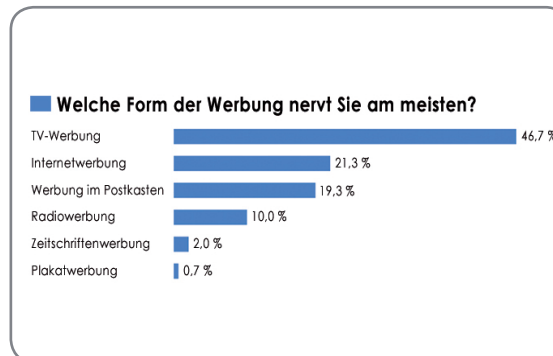


Wo nervt Werbung am meisten?

Werbung nervt! - Das hört man häufig, aber gilt das für Werbung in allen Medien gleichermaßen? Wir haben jetzt in einer Online-Umfrage herausgefunden: Werbung im Fernsehen nervt mit Abstand am meisten. Das liegt vor allem daran, dass der Konsument die Werbung hier nicht „überspringen“ kann.

47 Prozent der Befragten finden Werbung im TV am nervigsten, gefolgt von Internet-Werbung mit 21 Prozent. Fast niemand findet Print-Werbung in Zeitschriften und Zeitungen (2%) und als Plakat-Werbung (1%) nervig. Meistgenannter Grund für eine negative Beurteilung: Die ungewollte Unterbrechung und damit der Eingriff in die Selbstbestimmung des Verbrauchers.

[Zu allen Ergebnissen der Umfrage](#)



- ▶ **News:**
[Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt](#)
- ▶ **News:**
[Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung](#)
- ▶ **Termine:**
[Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin](#)
- ▶ **Termine:**
[MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf](#)
- ▶ **Produkte:**
[Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer](#)
- ▶ **Blog:**
[Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog](#)

Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung

Im Lexikon wird Crossmedia als „paralleler Einsatz mehrerer möglichst synergetisch wirkender Medien in der Media- planung von werbetreibenden Unternehmen“ definiert. Demnach sind fast alle aktuellen Kampagnen crossmedial, denn rund 80 Prozent der deutschen Unternehmen haben eine Website und immer öfter auch eine eigene Facebook- Seite oder einen Twitter-Account.

Aber warum ist Crossmedia so wichtig? Was wollen Werbetreibende damit erreichen? Die Schlüssel- begriffe heißen hier „Synergieeffekte“, „ROI-Steigerung“ und „1+1=3“. Aber ist Mathematik wirklich immer so einfach?...



[Lesen Sie hier den ganzen Artikel aus dem Special Marktforschung im mediaspectrum 05/2011.](#)

- ▶ **News:**
[Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt](#)
- ▶ **News:**
[Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung](#)
- ▶ **Termine:**
[Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin](#)
- ▶ **Termine:**
[MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf](#)
- ▶ **Produkte:**
[Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer](#)
- ▶ **Blog:**
[Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog](#)

Erfolgreicher Express-Workshop „Social Media, WebAds & Co.“ in Hannover - bald auch in Berlin

Am 28. Juni waren wir mit unserem Express-Workshop „Social Media, WebAds & Co.“ zu Gast in Hannover. Im Dormero Hotel wurden am 28. Juni Fragen rund um das Thema Online-Marketing diskutiert.

- Erziele ich genug Aufmerksamkeit?
- Ist Online-Werbung mehr als Klicks?
- Wie vermeide ich klassische Fehler und was kann meine Website für die Marke leisten?
- Was bringt uns Facebook wirklich und wie steigere ich das Involvement?



Die nächste Veranstaltung ist bereits in Planung. Am 23. August werden wir zu Gast in Berlin sein. Wenn Sie zu dieser Veranstaltung weitere Informationen wünschen, wenden Sie sich gerne direkt an Davina Bringewat ([bringewat\[@\]mediaanalyzer.com](mailto:bringewat[@]mediaanalyzer.com)).

► **News:**

Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt

► **News:**

Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung

► **Termine:**

Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin

► **Termine:**

MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf

► **Produkte:**

Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?

► **Unternehmen:**

Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog

MediaAnalyzer beim Solution Forum „werben + verkaufen“ in Düsseldorf

Am 7. Juli veranstaltet der Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt das Solution Forum „werben + verkaufen“. Unter dem Motto Innovation, Strategie und Austausch treffen sich Führungs- und Fachkräfte aus Marketing, Kommunikation, Werbung und Vertrieb, um sich über neue Ideen, Trends und Tools zu informieren und diese zu diskutieren.

Themenschwerpunkte werden sein:

- Marktforschung für die fundierte Entscheidungshilfe
- Medien als Werbeträger
- Verkaufsförderungsmaßnahmen
- Marketingziele effizient erreichen
- Werbeerfolg kontrollieren und auswerten



MediaAnalyzer wird vor Ort sein und Neuigkeiten zum Thema Werbewirkung sowie interessanten Input zum Thema Online-Marketing - Social Media, WebAds und Co. im Gepäck haben.

Die [Anmeldung zum Solution Forum „werben + verkaufen“](#) ist kostenlos.

► **News:**

[Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt](#)

► **News:**

[Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung](#)

► **Termine:**

[Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin](#)

► **Termine:**

[MediaAnalyzer beim Solution Forum „werben + verkaufen“ in Düsseldorf](#)

► **Produkte:**

[Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?](#)

► **Unternehmen:**

[Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer](#)

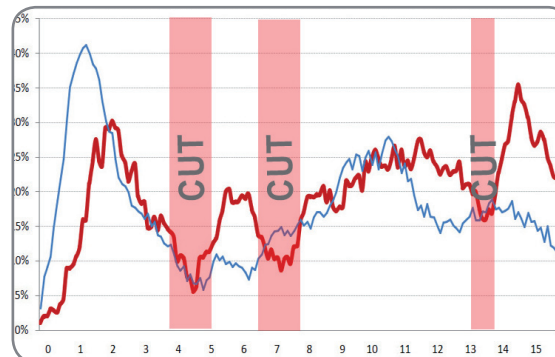
► **Blog:**

[Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog](#)

Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?

Der Cut.Optimizer ist unsere Lösung für den faktenbasierten Schnitt von TV-Spots. Typischerweise wird der Cut.Optimizer zur Kürzung vorhandenen Materials eingesetzt. Dabei kann es sich sowohl um das Zurechtschneiden eines TV-Spots als auch um die Kürzung eines Spots für den Einsatz als Reminder oder VideoAd handeln.

Basierend auf unserem EmotionTracking-Verfahren, kombiniert mit einer Kurzbefragung, erhalten Sie sekunden-genaue Informationen über die emotionale Bewertung Ihres Audio- /Video-Materials und damit eine vollständige Spannungskurve Ihres Spots. Die Spannungskurve ermöglicht es, das Material zu kürzen, ohne zentrale Erfolgstreiber zu verlieren. Mittels EmotionTracking identifizieren Sie beispielsweise Längen im Spot, die gefahrlos herausgeschnitten werden können.



Um nähere Informationen zum Cut.Optimizer zu erhalten, wenden Sie sich bitte direkt an Joachim Netz ([netz\[@\]mediaanalyzer.com](mailto:netz[@]mediaanalyzer.com)).

- ▶ **News:**
Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt
- ▶ **News:**
Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung
- ▶ **Termine:**
Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin
- ▶ **Termine:**
MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf
- ▶ **Produkte:**
Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?
- ▶ **Unternehmen:**
Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer
- ▶ **Blog:**
Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer

Tobias Priemuth unterstützt bereits seit Dezember 2005 als Research Consultant das Team von MediaAnalyzer. Der Diplom-Psychologe ist bei uns für die Konzeption und Durchführung von Analysen in den Bereichen Advertising, Brand & Consumer und Media Research für nationale sowie internationale Kunden zuständig. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung und Kompetenz freuen wir uns, Herrn Priemuth auch weiterhin und ab sofort als Senior Research Consultant in unserem Team zu haben.



- ▶ **News:**
Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt
- ▶ **News:**
Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung
- ▶ **Termine:**
Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin
- ▶ **Termine:**
MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf
- ▶ **Produkte:**
Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?
- ▶ **Unternehmen:**
Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer
- ▶ **Blog:**
Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog

Trauet euren Augen nicht...

„Was nicht gesehen wird, kann auch nicht wirken.“ - Jeder, der schon länger mit MediaAnalyzer zusammenarbeitet, hat diesen Satz sicher schon einmal gehört. Nicht nur wir Marktforscher predigen das. Auch die Kreativen weisen zurecht darauf hin, dass das Erzeugen von Aufmerksamkeit die zentrale Basis ist, um sich im überfluteten Werbeumfeld durchzusetzen... >> [weiterlesen](#)



10 zum Preis von einem – Facebook-Fans im Sonderangebot

Umso mehr Fans desto besser. Das ist wahrscheinlich die Grundeinstellung der meisten Unternehmen bei Facebook. Coca Cola hat zurzeit 30.167.434 Fans, Pepsi nur 4.399.188. McDonalds hat 8.848.474 Fans, Burger King nur 1.241.019. Aber was können die Verlierer im Duell um die Facebook-Fans tun? Ganz einfach: Fans einkaufen... >>[weiterlesen](#)

Kein Schwein ruft mich an: Online überholt CATI

Geht es Ihnen da genauso wie mir: Mich hat noch nie jemand wegen einer Befragung angerufen. Und ich weiß nicht, ob ich während der Live-Übertragung des DFB-Pokal-Finales die Zeit und die Lust hätte, Fragen zu meiner Zufriedenheit mit der Deutschen Bahn zu beantworten. ... >> [weiterlesen](#)

[Zum MediaAnalyzer-Blog](#)

► News:

Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt

► News:

Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren - Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung

► Termine:

Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin

► Termine:

MediaAnalyzer beim Solution Forum “werben + verkaufen” in Düsseldorf

► Produkte:

Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?

► Unternehmen:

Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer

► Blog:

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



News

Termine

Produkte

Unternehmen

Blog

Kontakt

Kontakt

MediaAnalyzer Software & Research GmbH

Glockengiesserwall 2
20095 Hamburg

Deutschland

Fon: +49 40 86 68 93 -00

Fax: +49 40 86 68 93 -90

Web: <http://www.mediaanalyzer.com>

eMail: MAWebKontakt@mediaanalyzer.com

Geschäftsführer Dr. Steffen Egner

Amtsgericht Hamburg HRB 84537

Steuernummer 48/742/01583

Um sich abzumelden, senden Sie einfach eine Mail an:

newsletter@mediaanalyzer.com

► **News:**

Wo Werbung nervt - und wo sie besonders gefällt

► **News:**

Integrierte Kampagnen praxisnah optimieren
- Artikel im mediaspectrum Special Marktforschung

► **Termine:**

Erfolgreicher Workshop Social Media, WebAds & Co. in Hannover – bald auch in Berlin

► **Termine:**

MediaAnalyzer beim Solution Forum "werben + verkaufen" in Düsseldorf

► **Produkte:**

Kennen Sie schon... den Cut.Optimizer?

► **Unternehmen:**

Tobias Priemuth wird Senior Research Consultant bei MediaAnalyzer

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog