



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

Kontakt



„Wenn Werbefiguren gut mit der Marke verknüpft sind, können sie als zweites Markenlogo funktionieren.“

MediaAnalyzer Newsletter November 2010

Der Marlboro-Man, Dr. Best oder die Milka-Kuh – Werbefiguren setzen sich in unseren Köpfen fest. Oder etwa nicht? Wir hatten Sie in der letzten Ausgabe des MediaAnalyzer Newsletters gebeten, einige Werbefiguren einer Marke zuzuordnen und zeigen Ihnen heute die Ergebnisse unseres kleinen Quizes.

Lesen Sie außerdem in diesem Newsletter: Wie war die Research & Results 2010? Was sind die besten Startseiten von Versicherungen? Und was bietet unsere neue Workshopreihe „Integrierte Kampagnen“?

Viel Spaß und herzliche Grüße,

Dr. Steffen Egner
Geschäftsführer

- ▶ **News:**
[MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:**
[Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:**
[Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:**
[Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

Kontakt



News: MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf

Das zweite AMC-Meeting in diesem Jahr fand am 3. und 4. November in Düsseldorf statt. In neuer Umgebung und zwar im Schlösser Quartier Bohème, einer der Hotspots der Düsseldorfer Altstadt wurden wieder Themen rund um die Versicherungsbranche vorgestellt und diskutiert.



Dr. Steffen Egner hat unter dem Titel „Wahrnehmungsanalyse und Bewertung der Startseiten von Versicherungswebsites“ einige Ergebnisse einer Studie vorgestellt, die MediaAnalyzer in Kooperation mit dem AMC durchgeführt hat.

[Weitere Informationen zum AMC.](#)

- ▶ **News:**
[MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:**
[Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:**
[Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:**
[Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

Kontakt



News: Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München

Am 27. und 28. Oktober traf sich die Marktforschungsbranche zur Research & Results 2010 in München. Volle Gänge und Gedränge vor den Vortragsräumen zeigten, dass die Branche nach zuletzt schwierigeren Monaten nun wieder mit Zuversicht in die Zukunft schaut.



Auch Tobias Priemuth und Andreas Böttcher von MediaAnalyzer nutzten die Gelegenheit, sich über die neuesten Trends zu informieren und mit Kunden und Dienstleistern in Kontakt zu treten. An den Ständen und in den Messevorträgen war Social Media das Trend-Thema schlechthin. Twitter, Facebook & Co. haben nicht nur einen großen Einfluss auf die mobile Generation der Web-Nutzer – auch für die Marktforschung ergeben sich dadurch neue Methoden und Forschungsmöglichkeiten.

[Weitere Informationen zur Messe.](#)

- ▶ **News:** [MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:** [Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:** [Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:** [Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:** [Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

Kontakt



Studie: Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen

Webseiten sind zu einem immer wichtigeren Werbemittel in der Kundenkommunikation und zu einem festen Bestandteil der Kaufentscheidung geworden: Kunden informieren sich, vergleichen und treten mit den Unternehmen direkt in Kontakt. Besonders die Startseite und dessen Wahrnehmung spielt als Einstiegspunkt eine besonders wichtige Rolle. Was wird wahrgenommen, wird die Navigation gefunden und welche Bereiche werden übersehen?



In Kooperation mit dem AMC (Assekuranz Marketing Circle) hat MediaAnalyzer im August eine Analyse von 29 Versicherungs-Startseiten durchgeführt. Die Startseiten verschiedener Versicherungsanbieter wurden dabei mittels Wahrnehmungsanalyse und Befragung getestet. Ziel war es herauszufinden, wie die Startseiten wahrgenommen und bewertet werden. Dabei zeigte sich ein deutliches Leistungsgefälle der getesteten Startseiten. Während die Seiten der Allianz, Hanse Merkur, der Versicherungskammer Bayern und der Provinzial Rheinland in fast allen Aspekten überzeugen konnten, schnitten die Startseite der Mannheimer und Janitos häufig unterdurchschnittlich ab.

Detaillierte Ergebnisse können über MediaAnalyzer bezogen werden. Bitte wenden Sie sich direkt an Davina Bringewat, E-Mail: bringewat@mediaanalyzer.com, Tel.:040-86689318 [Weitere Informationen zur Studie.](#)

- ▶ **News:** [MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:** [Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:** [Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:** [Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:** [Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

Kontakt



Quiz: Werbefiguren – Wer hat hier geworben?

In unserer letzten Ausgabe des Media-Analyzer Newsletters hatten wir Sie gefragt: Wer wirbt hier? Neben der Auflösung zum Quiz zeigen wir Ihnen, welche Werbefigur das Zeug zum zweiten Markenlogo hat und welche nicht:



Zu unserer Überraschung mussten wir feststellen, dass bei weitem nicht alle getesteten Figuren gut mit ihrer Marke verknüpft sind. Und dennoch gibt es einen klaren Sieger: Mit 98% richtiger Markennennung belegt der Marlboro-Man Platz 1, gefolgt von dem Bären der Bärenmarke und der Milka-Kuh mit jeweils 96% richtiger Markennennungen. Weniger bekannt ist der Schwäbisch Hall Fuchs. Weniger als die Hälfte, nur 46% konnten die Figur der richtigen Bausparkasse zuordnen.

Alle Ergebnisse finden Sie [hier](#).

- ▶ **News:**
[MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:**
[Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:**
[Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:**
[Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



Unternehmen: Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet

Nach unserem erfolgreichen Workshop Crashkurs Werbewirkung haben wir nun unsere neue Workshop-Reihe gestartet: Integrierte Kampagnen - Crossmediale Werbewirkung optimieren und medienspezifische Stärken nutzen.



Crossmediale Vermarktung wird immer wichtiger. Damit reicht die Optimierung einzelner Werbemittel nicht mehr aus und meienübergreifende Aspekte müssen hinterfragt werden: Wo liegen die Stärken der einzelnen Medien? Werden diese optimal genutzt? Funktionieren meine Werbemittel im Einzelnen und wie gut sind sie aufeinander abgestimmt? Der Workshop zeigt, was integrierte Kampagnen im modernen Marketing leisten sollten und wie eine starke crossmediale Wirkung sicher gestellt werden kann.

Der erste Workshop fand bereits am 18. November im EAST Hotel Hamburg statt. Wenn Sie an Terminen in Ihrer Nähe interessiert sind, kontaktieren Sie uns gerne: makontakt@mediaanalyzer.com.

- ▶ **News:**
[MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:**
[Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:**
[Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:**
[Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)



News

News

Studie

Quiz

Unternehmen

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 Egener
Amtsgericht Hamburg HRB 84537
Steuernummer 48/742/01583

Um sich abzumelden, senden Sie einfach eine Mail an:
newsletter@mediaanalyzer.com

- ▶ **News:**
[MediaAnalyzer beim 33. AMC-Meeting in Düsseldorf](#)
- ▶ **News:**
[Rückblick auf die Marktforschungsmesse Research & Results 2010 in München](#)
- ▶ **Studie:**
[Webseiten der Assekuranz - die besten und schlechtesten Startseiten von Versicherungen](#)
- ▶ **Quiz:**
[Werbefiguren – Wer hat hier geworben?](#)
- ▶ **Unternehmen:**
[Neue Workshop-Reihe ist in Hamburg gestartet](#)