



News

Termine

Studie

Unternehmen

Blog

Kontakt



„Alle Jahre wieder - kommt Weihnachten zu früh in die Läden!“

MediaAnalyzer Newsletter Oktober 2011

Weihnachten kommt bestimmt und das wahrscheinlich auch noch schneller als man denkt. Man muss nur einen Blick in die Supermarktregale werfen. Überall sind schon seit Wochen Schokoweihnachtsmänner und Spekulatius zu finden. Viel zu früh für die meisten – das zeigen auch die Ergebnisse unserer aktuellen Umfrage.

Viel Spaß und herzliche Grüße,

Dr. Steffen Egner
Geschäftsführer

► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihnachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihnachten in den Läden erst ab November

Noch mehr als zwei Monate bis Weihnachten und in den Supermärkten stapeln sich schon seit Wochen die Spekulatius, Lebkuchen und Schokoweihnachtsmänner – für die meisten Leute ein Graus. Das bestätigt auch unsere aktuelle Online-Umfrage. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass fast 80 Prozent der Befragten noch nicht bei Weihnachtsartikeln zugegriffen haben.



Ähnlich sieht es mit der Vorfreude auf die alljährlichen Weihnachtsmärkte aus: Denn 76 Prozent der Befragten gaben zwar an, sich darauf zu freuen, jedoch möchten sich 69 Prozent erst ab November damit befassen. Immerhin 22 Prozent denken schon drei Monate vor dem Fest über Geschenke nach. Hierbei spielt auch der eigene Wunschzettel eine Rolle. Doppelt so viele Frauen (30 Prozent) wie Männer (16 Prozent) machen sich bereits im September über Geschenke Gedanken. Im Gegenzug verzichten mehr als doppelt so viele Männer (10 Prozent) wie Frauen (4 Prozent) ganz auf die Pakete unterm Weihnachtsbaum.

[Zur Pressemeldung](#)

► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihnachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung“ in Hamburg

Zahlreiche, erfolgreiche Veranstaltungen in ganz Deutschland und das durchweg positive Feedback geben uns Anlass dazu, unseren Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung“ erneut in Hamburg anzubieten.

Der Workshop findet am 1. November 2011 im East Hotel Hamburg statt und ist kostenfrei.

Im Crashkurs werden zentrale Erfolgstreiber präsentiert, die für die Umsetzung effektiver Werbestrategien unerlässlich sind. Zahlreiche Beispiele aus den unterschiedlichsten Branchen zeigten auf, wie nah Erfolg und Nicht-Erfolg in der Werbung manchmal beieinander liegen und es werden Fragen diskutiert wie

- Was macht Werbung überhaupt erfolgreich und wirksam?
- Wie können Zielgruppen optimal angesprochen werden?
- Wie können die gesetzten Marketingziele trotz kleiner werdendem Budget erreicht werden?

Weitere Informationen und die Möglichkeit sich anzumelden finden Sie hier.



► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



News

Termine

Studie

Unternehmen

Blog

Kontakt

Webseiten der Assekuranz 2011

Wie schon 2010 hat MediaAnalyzer in Kooperation mit dem Panelanbieter respondi AG auch dieses Jahr insgesamt 30 Startseiten von verschiedenen Versicherungsanbietern auf Herz und Nieren überprüft. Fast überall die Nase vorn hat die DKV. Weitere Gewinner: Axa, Hanoversche Leben, Hanse Merkur und Signal Iduna, die in allen Kategorien über dem studieninternen Benchmark bewertet wurden. Verlierer: Aachen Münchener und Mannheimer Versicherungen, die in allen Kategorien unter Benchmark bewertet wurden.



Die wichtigsten Learnings der ausführlichen Studie:

- Neben dem Logo sollten weitere Elemente das Markenbild stärken
- Besonders wichtig ist der Einstiegspunkt der Webseite - das Key-Visual
- Eine „Wohlfühlsituation“ bietet Identifikationspotenzial
- Klar gegliederte Informationen in abgegrenzten Boxen sind verständlich
- Ein Baukastensystem und durchgehende Linien schaffen klare Strukturen
- Interaktionsalternativen machen neugierig und wecken Handlungsimpulse

Weitere Informationen zur Studie „Webseiten der Assekuranz 2011“.

► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



[News](#)

[Termine](#)

[Studie](#)

[Unternehmen](#)

[Blog](#)

[Kontakt](#)

MediaAnalyzer im Kletterwald Hamburg

Ende September haben alle Mitarbeiter von MediaAnalyzer einen kleinen Betriebsausflug gemacht - und zwar in den Kletterwald Hamburg!

Bei absolut perfektem Wetter haben wir die Parcours des Hochseilgartens erklommen und sind in luftiger Höhe über Wackelbrücken balanciert, haben Hindernisse überwältigt und haben uns in Tarzan-Manier von Baum zu Baum geschwungen.



Nach so viel körperlicher Anstrengung war der Hunger groß und so kam das ordentliche Grillbuffet gerade richtig. Am nächsten Tag saßen alle wieder gesund und munter, aber mit ein wenig Muskelkater im Büro.

Ein rundum gelungener Ausflug!

Einige Fotos finden Sie hier auf [Facebook](#).

► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



[News](#)

[Termine](#)

[Studie](#)

[Unternehmen](#)

[Blog](#)

[Kontakt](#)

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann wird Junior Research Consultant

Franziska Uhlmann verstärkt seit Anfang September das Team von MediaAnalyzer.

Frau Uhlmann ist als Junior Research Consultant unter anderem für die Durchführung von Werbewirkungsanalysen für verschiedene Kunden zuständig. Die 24-jährige studierte Leisure and Tourism Management an der Fachhochschule Stralsund und war bereits seit März 2010 während ihres Studiums für MediaAnalyzer tätig.



► **News:**

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihachten in den Läden erst ab November

► **Termine:**

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► **Studie:**

Webseiten der Assekuranz 2011

► **Unternehmen:**

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► **Unternehmen:**

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► **Blog:**

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog



Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog

„Liebe Antonia“ – Danke Google für diese Werbung

Über Pre-Roll-Werbung lässt sich sicher streiten. Die einen sind genervt, wenn sie Videoinhalte im Web nicht gleich ansehen können, die anderen können verstehen, dass hochwertige Inhalte auch finanziert werden müssen. Wo sich aber, denke ich, alle einig sind: Wenn schon Pre-Roll-Werbung, dann bitte unterhaltsam... >> [weiterlesen](#)

Digital Signage – Werbemedium der Zukunft?

Digital Signage ist zurzeit in aller Munde. Und manch einer fragt sich wohl zu Recht, warum eigentlich. Die W&V hat mit Thomas Dockter von Dockter Marketing, Köln gesprochen und einige interessante Aspekte angesprochen... >>[weiterlesen](#)

Internet vs. TV: Nicht nur der Werbespot, sondern auch der Werbeträger wirkt!

Jeder von uns arrangiert sich mit Medien auf individuelle Art und Weise: Es gibt Menschen, die behaupten sogar abhängig zu sein - weitaus mehr sind es tatsächlich. Und auch solche, die Medienkonsum ablehnen. Die Mehrheit integriert jedoch Medien, ob aus privaten oder geschäftlichen Gründen, in den Alltag. Dabei versucht die Marktforschung typische Nutzertypen zu segmentieren, um Ableitungen für eine zielgruppenspezifische Ansprache zu generieren... >> [weiterlesen](#)

[Zum MediaAnalyzer-Blog](#)



► News:

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihachten in den Läden erst ab November

► Termine:

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► Studie:

Webseiten der Assekuranz 2011

► Unternehmen:

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► Unternehmen:

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► Blog:

[Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog](#)



News

Termine

Studie

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 Egnér
Amtsgericht Hamburg HRB 84537
Steuernummer 48/742/01583

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

► News:

Umfrage zeigt: 70 Prozent der Befragten wollen Weihanchten in den Läden erst ab November

► Termine:

Express-Workshop „Erfolgsfaktoren der Werbewirkung in Hamburg

► Studie:

Webseiten der Assekuranz 2011

► Unternehmen:

MediaAnalyzer Im Kletterwald in Hamburg

► Unternehmen:

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Franziska Uhlmann ist neuer Junior Research Consultant

► Blog:

Aktuelles aus dem MediaAnalyzer Blog