

## **MediaAnalyzer erhält Europa-Patent für AttentionTracking**

**Hamburg, 03. Juni 2015.**

**Das Europäische Patentamt hat der MediaAnalyzer Software & Research GmbH, ein auf Werbewirkung spezialisiertes Marktforschungsinstitut, das Patent für das selbst entwickelte Verfahren AttentionTracking erteilt. Somit ist AttentionTracking ab sofort nicht nur in den USA, sondern auch in der EU patentiert.<sup>(1)</sup> Dr. Steffen Egener, Geschäftsführer von MediaAnalyzer: „Wir freuen uns sehr über das erteilte Patent und sind überzeugt, dass wir mit unserem Verfahren auch in Zukunft vielen Kunden einen tieferen Einblick in die Wirkung ihrer Werbemittel geben können, damit sie das Beste aus ihrer Kampagne herausholen können.“**

AttentionTracking ist ein Online-Verfahren zur Aufmerksamkeitsmessung. Die Werbewirkungsspezialisten von MediaAnalyzer setzen es im Rahmen von quantitativen Online-Studien zur Bewertung von Bildmaterial wie beispielsweise Plakaten, Anzeigen oder Websites ein. Die befragte Zielgruppe absolviert am heimischen Computer zunächst ein Klicktraining, um die Verfolgung ihrer Blicke mittels Mausclicks zu üben. Nach abgeschlossenem Training skizzieren sie auf dem zu untersuchenden Bildmaterial ihren Blickverlauf durch klicken. Die so von den Probanden generierten Daten geben nicht nur Auskunft über den Blickverlauf und die Sichtbarkeit von Elementen wie dem Logo und der Headline, sondern liefern auch Informationen über die Durchsetzungsstärke des Werbemittels gegenüber dem Umfeld. Da dank der speziell von MediaAnalyzer entwickelten Parameter und Auswertalgorithmen hierfür weder Soft- noch besondere Hardware nötig sind, können auch komplexe Zielgruppen schnell und überregional erreicht werden.

MediaAnalyzer nutzt AttentionTracking bereits seit dem Jahr 2003 für die Werbewirkungsforschung. In der Praxis wird das Verfahren zusammen mit einer Online-Befragung eingesetzt. Die Kombination von nonverbalen Reaktionen und verbalen Äußerungen liefern tiefe Einblicke in die Wahrnehmung der Zielgruppe. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen den Kunden von MediaAnalyzer bei der Optimierung ihrer Werbemittel. Viele werbetreibende Unternehmen haben hiervon bereits profitiert, wie beispielsweise die

Klosterfrau Healthcare Group, airberlin und Hubert Burda Media. „MediaAnalyzer liefert stets detaillierte und ausgefeilte Analysen. Diese bieten unseren Anzeigenkunden einen großen Mehrwert in der Optimierung ihrer Motive“, kommentiert Marion Sperlich, Head of Client Research bei Hubert Burda Media.

<sup>(1)</sup> Das Patent ist unter der Patentnummer 1380928 eingetragen.

## Über MediaAnalyzer

Die MediaAnalyzer Software & Research GmbH ist eines der führenden Online-Marktforschungsinstitute für Werbewirkung und Zielgruppen. Das im Jahr 2003 gegründete Unternehmen mit Sitz in Hamburg und New York sowie Repräsentanzen in Europa und Südostasien ist weltweit am Markt aktiv. Mit Erfahrungen aus über 5.000 Werbemitteltests verfügt MediaAnalyzer als Spezialist für Werbewirkungsforschung über eine umfangreiche Benchmark-Datenbank. Die selbst entwickelten Tools AttentionTracking und EmotionTracking liefern den Kunden in Kombination mit einer Online-Befragung genaue Einblicke in die Wirkung ihres Werbemittels.

### Pressekontakt:

MediaAnalyzer Software & Research GmbH

Verena Piaskowy

Glockengießerwall 2

20095 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 86 68 93 00

E-Mail: [presse@mediaanalyzer.com](mailto:presse@mediaanalyzer.com)

Web: [www.mediaanalyzer.com](http://www.mediaanalyzer.com)