

## Pressemitteilung

### **Psychologie + „Live“-Messung: der Kommunikation auf der Spur** **VEDAK und Steinweginstitut entwickeln morphologisches Testat für audiobasierte Kommunikationskonzepte**

Wuppertal, 26.Okt.2009: Unter dem kryptischen Titel: „Ausbreitungsbewegung von medialen Wellen im Markt“ veröffentlichten Hartmut Gläsmann, VEDAK GmbH und Georg Stark, Steinweginstitut heute ein gemeinsam entwickeltes Forschungstool, das in Partnerschaft mit der conVISUAL AG, Oberhausen und der RinkeMedienConsult (RMC), Wuppertal eingesetzt und angeboten wird.

VEDAK entwickelt in Zusammenarbeit mit Sendern, Kreativ- und Mediaagenturen „audiobasierte Kommunikationskonzepte“. Dies sind Inszenierungen eines Inhaltes über alle möglichen Plattformen auf der Basis des klassischen Mediums Radio.

Ziel ist es insbesondere nationale Kunden über den Inhalt für das Medium zu interessieren. Zurzeit ist das Projekt „bigFM-Kulturschocker“ gestartet. Eine neuartige Formatentwicklung in Zusammenarbeit mit der Markenagentur Grey, dem Sender bigFM und dem Mannheimer Nationaltheater.

Das Thema Effizienz stehe an erster Stelle, wenn es um Werbeinvestitionen geht. Bislang werde Effizienz allerdings eindimensional auf Einkaufskonditionen reduziert mit der Gefahr ungeheurer Wertevernichtung auf der Inhalteseite, so Gläsmann und Stark.

Hartmut Gläsmann: “Es reicht nicht aus zu wissen, dass es Inhalte und nicht Kontakte sind, die die gewünschte Kommunikationsleistung für Werbekunden erbringen. Das muss man auch zeigen können: So anschaulich wie möglich und zu darstellbaren ökonomischen Bedingungen“.

Ziel ist es ein Instrument zur Verfügung zu stellen, das alle beteiligten Partner in die Lage versetzt, der Wirkung eines Mediainvestments so nahe wie irgend möglich zu sein.

Es handelt sich beim morphologischen Testat um ein erstes voll standardisiertes Monitoring auf wirkungspsychologischer Grundlage zur Beobachtung der Wechselwirkung von medialen Inhalten und Kommunikationszielgruppen. Tiefeninterviews helfen die Formate zu analysie-

ren. Daraus werden hochaggregierte Items entwickelt mit denen – plattformunabhängig - Ausbreitungsgeschwindigkeit und Intensität der Kommunikation beobachtet wird.

Das morphologische Testat ist kein einmaliger Zertifizierungsvorgang, sondern ein laufender Rückkopplungsprozess. Es überwindet das klassische Kontaktzählverfahren in eine systematische Echtzeit-Reflexion der Formatrezeption, die das Medienunternehmen, die Agenturen und die Werbekunden zu einem „lernenden System“ fügt und die Werbewirkung stetig optimieren hilft.

Der quantitative Teil des Tools erfolgt als „Echtzeit“-Messung mit PDA´s. Die Antworten sind hochaggregierte Entscheidungen: Spontanität wird provoziert. Der Fragebogen konzentriert sich auf das wesentliche: Reaktanz kann nicht aufkommen. Schnelligkeit und Transparenz ist das Prinzip: Erhebung, Auswertung und Dokumentation sind ein Vorgang. Die Erhebung kann „Live“ am PC verfolgt werden. Das Verfahren bietet eine bislang nicht gekannte Transparenz. Eine „Live“ verfolgbare Erhebung ist im Zusammenhang mit dem Format „bigFM-Kulturschocker“ bereits erfolgreich Anfang September durchgeführt worden.

Die Standardvariante ist auf ein Erhebungsjahr angelegt und durch den Einsatz modernster Kommunikationstechnik bei Übertragung, Verarbeitung und Aufbereitung der Daten, sowie einer weitestgehenden Standardisierung von Arbeitsabläufen, auch für kleine Mediabudgets ökonomisch darstellbar.

Das Basisangebot beinhaltet quartalsmäßige Tiefeninterviews, und eine monatliche quantitative Befragung.

Die conVISUAL AG, die im Bereich des Mobile-Marketings für eine Reihe von renommierten Unternehmen in Deutschland und den USA erfolgreich tätig ist, sieht sich nicht nur als technischer Dienstleister, der Komponenten zur Erhebung, Auswertung und Präsentation einbringt. „Die Intention des Projektes entspricht unserer Vorstellung Kommunikationsmodule nicht mehr als isolierbare technische Instrumente zu denken, sondern als integrale Bestandteile von Inhalten, sowohl Research als auch Mobile betreffend“, so Dr. Thomas Wolf, Vorstandsvorsitzender der conVISUAL AG.

Die RMC führt die Erhebungen durch und verfügt über langjährige Erfahrungen im Bereich Datenerhebung und Wirkungsanalyse mit dem Branchenschwerpunkt Filmwirtschaft. Sie nutzt ein bundesweit aktivierbares Netz gut ausgebildeter Interviewer und hat über die Dachgesellschaft, der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Rinke Treuhand GmbH unmittelbaren Zugang zu unternehmerischer Beratungskompetenz. „Dieser Ansatz

hat für mich als Berater mit dem Schwerpunkt Medienunternehmen den Charme, dass die völlig uninspirierende Funktion einer reinen Leistungskontrolle in produktive Reflexion aller Beteiligten gewandelt wird.

Für eine Branche in der es um kreatives Potential geht ein zeitgemäßer Umgang mit dem Thema Effizienz“, so Thomas Pintzke, Geschäftsführer und Gesellschafter der Rinke Treuhand GmbH.

Das Konzept kann entweder unter [vedak@vedak.de](mailto:vedak@vedak.de) angefordert oder unter [www.vedak.de](http://www.vedak.de) abgerufen werden.

**Kontakt: VEDAK GmbH, Hofaue 37, 42103 Wuppertal**  
**Hartmut Gläsmann**  
**Tel. 0202-515701-10; Fax 0202-515701-18**  
**Mail: [vedak@vedak.de](mailto:vedak@vedak.de)**