

meinungsraum.at  
20. Februar 2009

# Online Werbewirkungsforschung SujetInsight

# Inhalt

1. meinungsraum.at und Opinions Online
2. Vorstellung SujetInsight
3. Methodische Fragen
4. Vergleichsstudie
5. Ergebnisse der Vergleichsstudie
6. Resümee

# 1. meinungsraum.at und Opinions Online

- meinungsraum.at wurde im April 2007 gegründet
- Geschäftsführung: Herbert Kling
- Anbieter von Full-Service-Online-Marktforschung
- Tätig für zahlreiche Kunden aus den Bereichen
  - Versicherungen
  - Energieversorgungsunternehmen
  - Telekom
  - Werbeagenturen
  - Medien
  - Beratung/Consulting
- Dezember 2008: Kauf des Panelanbieters Opinions Online

## 2. Vorstellung SujetInsight - Motivation

- Vermehrte Nachfragen nach Werbewirkungsmessung führten zur Entwicklung eines maßgeschneiderten Tools für die Evaluierung von Print/Plakatsujets
- Die Anforderungen an das Tool:
  - Einen echten Mehrwert für die Kunden bieten
  - Den Umfrageteilnehmern ein spannenderes Befragungserlebnis bieten
- Vorgaben:
  - Verwendung einer weit verbreiteten Technologie
  - Einfache Handhabbarkeit für die Respondenten
  - Unterstützung der Schnittstellen zur Umfragesoftware
- Umsetzung:

Es wurden 2 Flash-Applikationen programmiert:

  - **Erhebungsmodul** für die Durchführung der Umfragen
  - **Berichtsmodul** zur Ergebnisdarstellung auf Kundenseite

## 2. Vorstellung SujetInsight - Befragungsmodul

- SujetInsight Befragungsmodul
- Die Befragung erfolgt im Rahmen eines „klassischen“ Werbetests unter Einbindung des Befragungsmoduls: Umfragestart

## 2. Vorstellung SujetInsight - Berichtsmodul

- SujetInsight Berichtsmodul
- Vorteile:
  - Funktionsweise des Sujets ist auf einen Blick erfassbar
  - Übersichtliche Darstellung von Breaks
  - „Punktgenaue“ Kommentare erklären die Ergebnisse

## 2. Vorstellung SujetInsight - Berichtsmodul

- SujetInsight Berichtsmodul
- Vorteile:
  - Funktionsweise des Sujets ist auf einen Blick erfassbar
  - Übersichtliche Darstellung von Breaks
  - „Punktgenaue“ Kommentare erklären die Ergebnisse

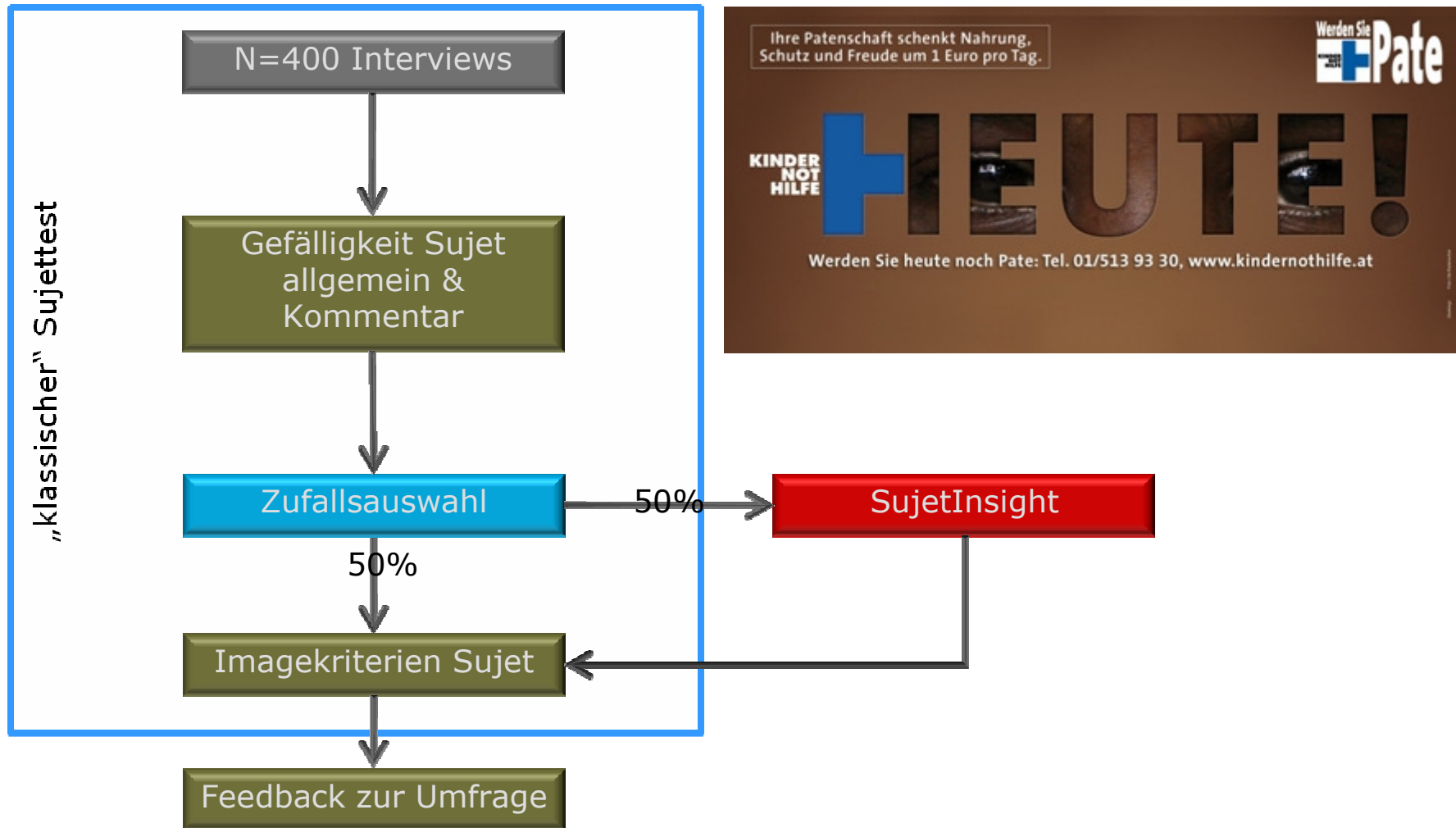
### 3. Methodische Fragen

- **Technik:**

Führt der Einsatz von SujetInsight zu höheren Abbruchquoten, weil die Probanden

  - Überfordert sind
  - Nicht über die technische Ausrüstung (Flash-Player) verfügen
  
- **Inhalt:**
  - Schafft SujetInsight positives Befragungserlebnis
  - Oder ist es nur „Surveytainment“, ohne weiteren Nutzen für die Umfrageteilnehmer
  
- **Akzeptanz:**
  - Setzen die Umfrageteilnehmer das Tool zielgerichtet ein, oder
  - Klicken sie einfach durch

## 4. Vergleichsstudie – Design & Sujet

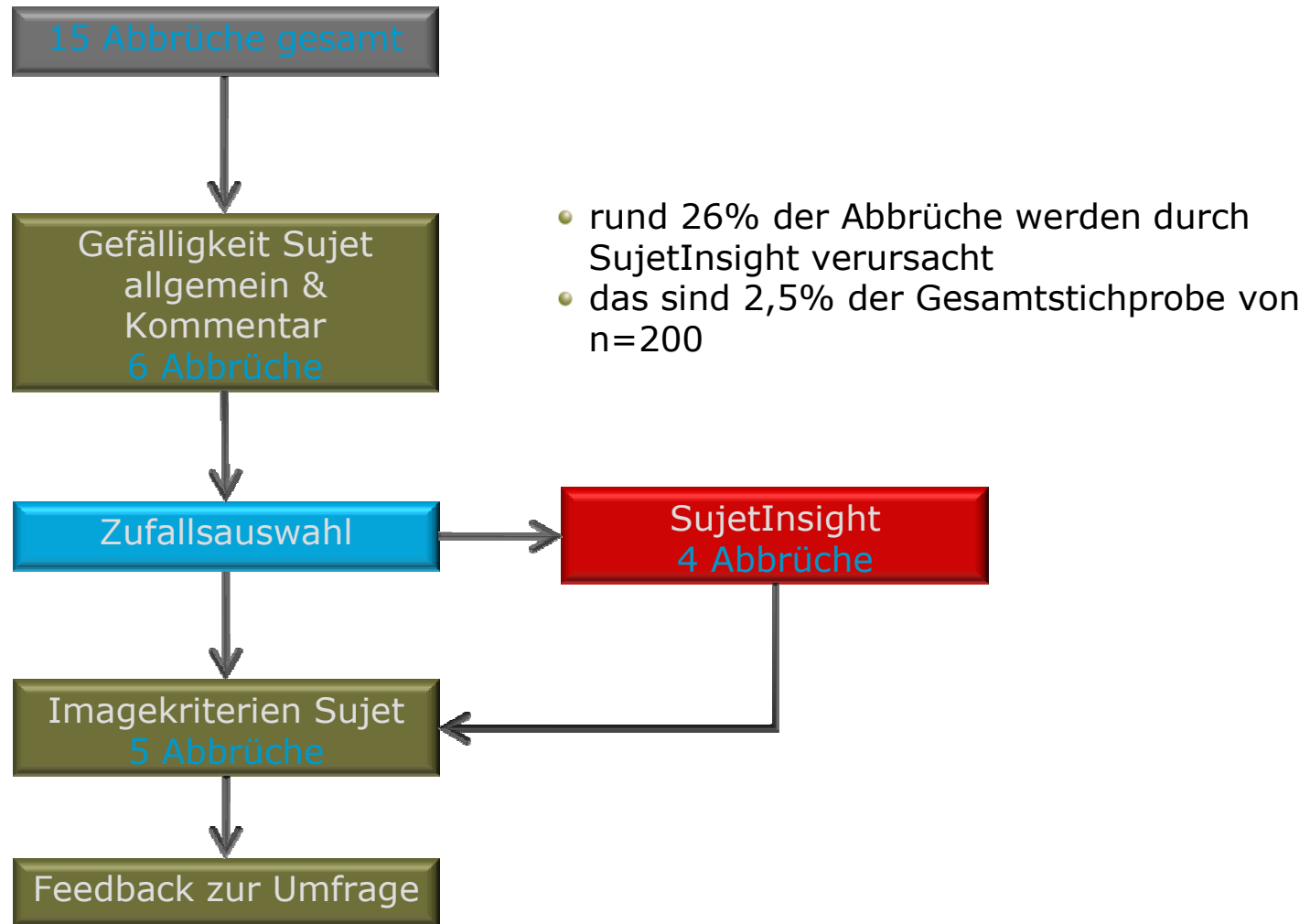


## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie

### 3 Aspekte

- Technik
- Inhalt
- Akzeptanz

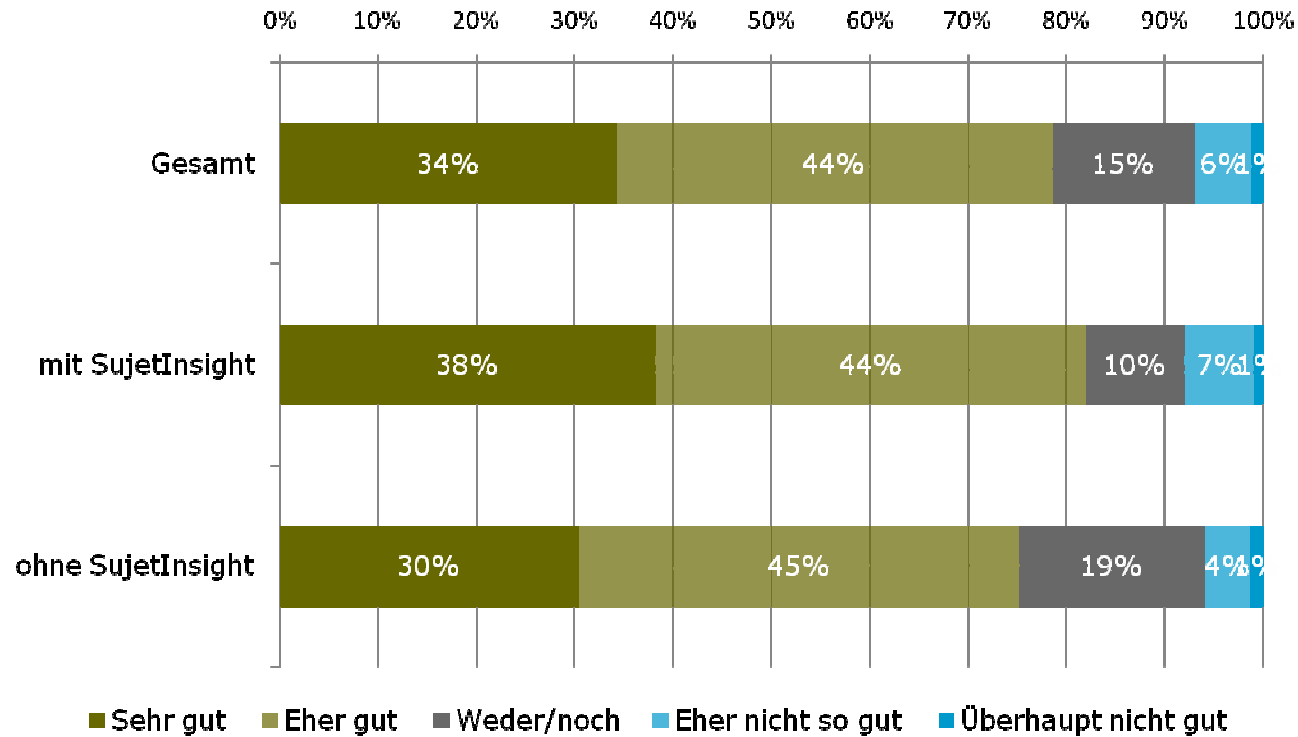
## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie - Technik



## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie – Inhalt

Wie gut hat Ihnen diese Umfrage insgesamt gefallen?

Angaben in %, n=400/200/200



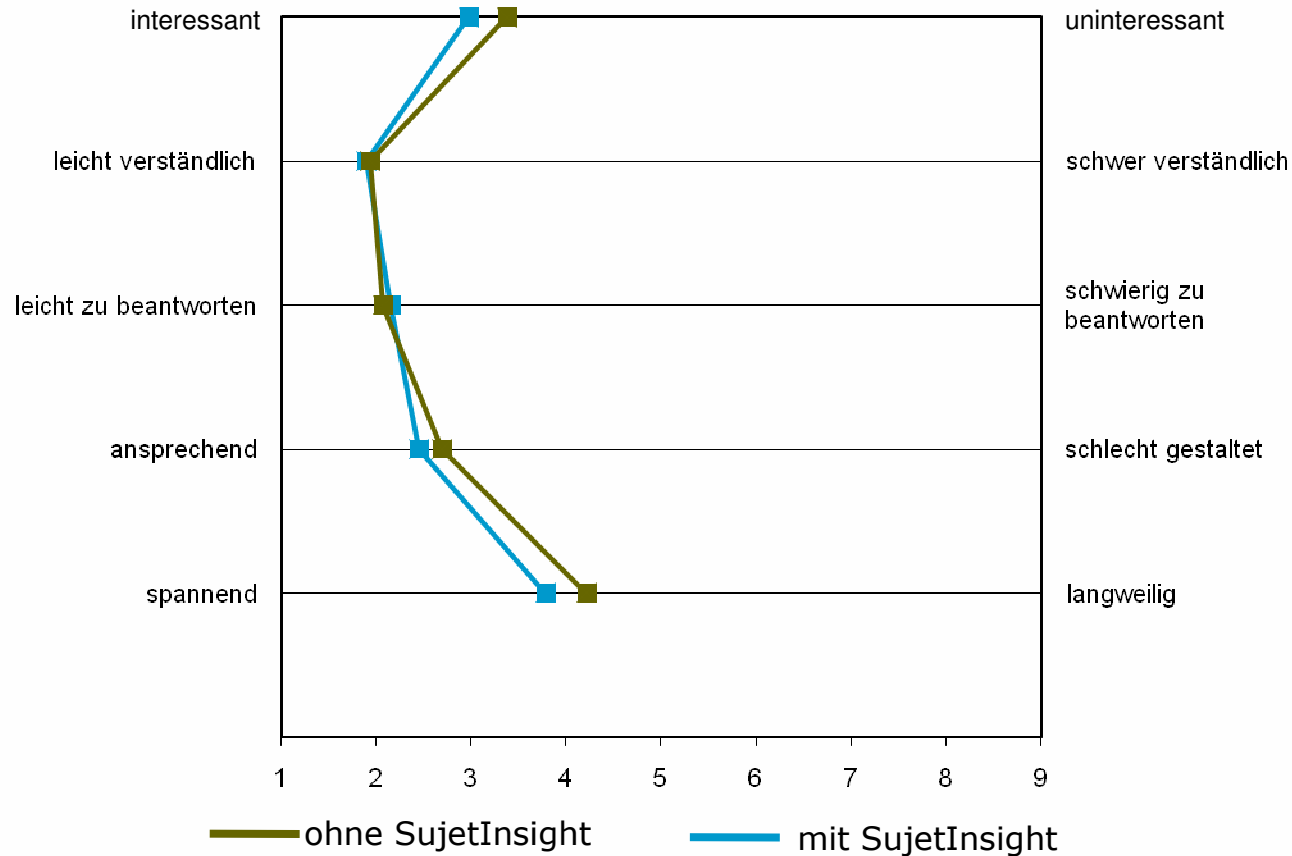
## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie – Inhalt

Bitte beurteilen Sie die Umfrage in Hinblick auf folgende Aspekte:

Diese

Umfrage ist...

Mittelwerte, n=400/200/200

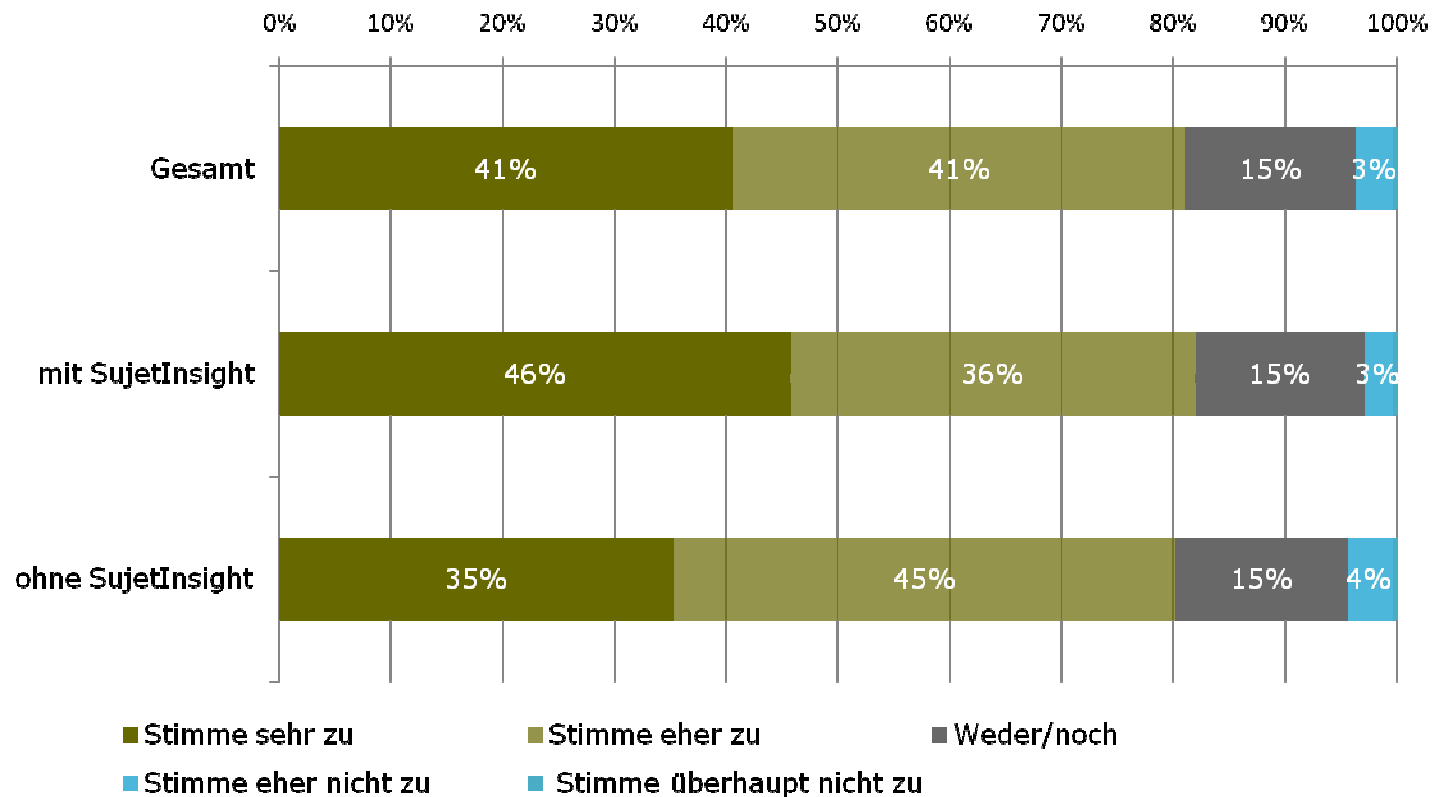


## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie – Inhalt

Wie sehr stimmen Sie der Aussage „Ich freue mich, dass ich bei dieser

Umfrage meine Meinung sagen konnte“ zu?

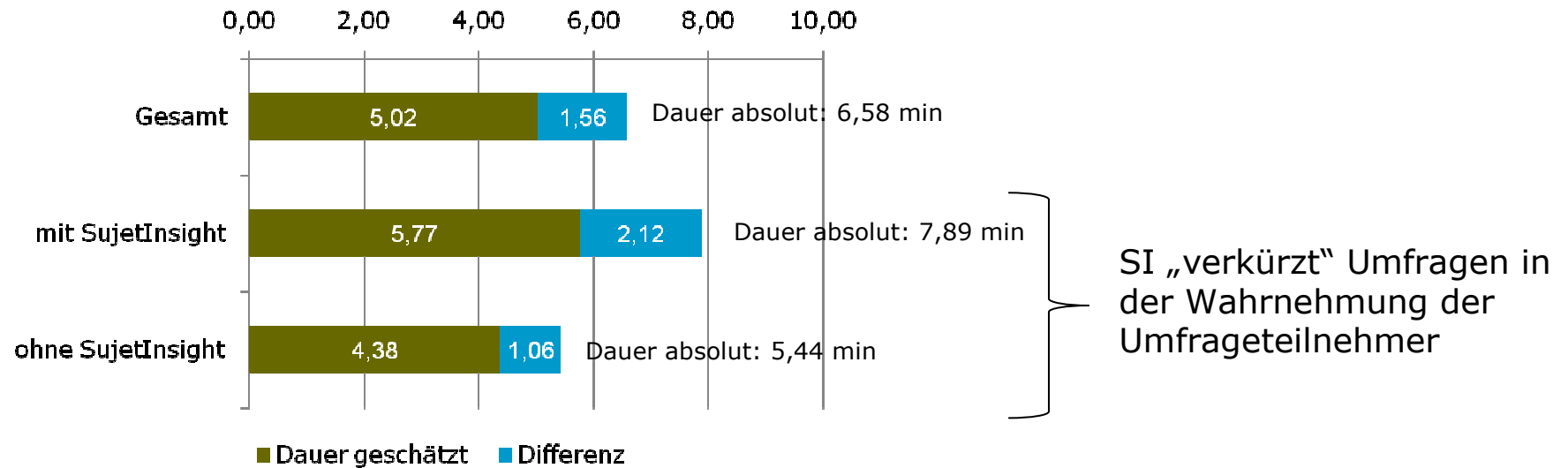
Angaben in %, n=400/200/200



## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie – Akzeptanz

Wie viel Zeit schätzen Sie, haben Sie für die Beantwortung dieses Fragebogens benötigt?

Durchschnittswerte, Schätzungen versus tatsächliche Dauer, n=400/200/200



## 5. Ergebnisse der Vergleichsstudie – Akzeptanz

Zum Abschluss wollen wir Sie noch um allgemeines Feedback zu dieser

### Umfrage bitten

Auszug aus den offenen Nennungen, Originalzitate

- Sehr angenehm schnelle Ladezeit, auch mit Safari am Apple ohne probleme ausführbar
- Diese Art der Umfrage finde ich sehr interessant, da man das Gefühl hat mit seiner Meinung evtl. wirklich in die Gestaltung eines neue Werbekampagne einwirken zu können.
- Die Idee, die einzelnen Bereiche im Detail zu bewerten, finde ich spannend. Nach kurzer Überlegung war mir dann auch klar, was ich zu tun habe - ich meine, die Markierung.
- Die Umfrage war mal etwas anderes im Vergleich zu sonst üblichen Befragungen
- Möglichkeit eigener Kommentare finde ich sehr gut u. wahrscheinl. nützlicher als multiple Choice
- Beurteilung nach visuellem Eindruck ist interessant
- gut gefiel mir das selbstständige auswählen und bewerten des sujets.
- Die Interaktivität der Rechtecke ist schon sehr nett umgesetzt, die Thematik ansich ist neu.
- dass man eine speziellen bereich markieren konnte hat mir Spaß gemacht
- kurzweilig durch technische finessen Gut gefallen hat mir das Markieren der Bereiche die mir gefallen/nicht gefallen haben in der Graphik

## 6. Resümee

- SujetInsight bringt für die Kunden einen deutlichen Mehrwert durch
  - Transparente Ergebnisdarstellung
  - Zahlreiche und punktgenaue Kommentare
- Aus Sicht der Respondenten sind die Umfragen
  - Spannender
  - Kurzweiliger

## Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Herbert Kling

Tel: +43 (0)1 585 7000 320  
Fax: +43 (0)1 585 7000 99  
Mobil: +43 (0) 650 3 191 839  
Mail: [herbert.kling@meinungsraum.at](mailto:herbert.kling@meinungsraum.at)  
Web: [www.meinungsraum.at](http://www.meinungsraum.at)