

# Sonderwerbformen

Alle Blicke auf sich ziehen

Sonderwerbformen erlauben Unternehmen die kreative, individuelle und aufmerksamkeitsstarke Inszenierung von Marken. Da die Kommunikationsanforderungen höher als bei "klassischer" Werbung sind, bedürfen Sonderwerbformen einer speziellen Wirkungsmessung. Ob Flash Layer oder Content Ads im Internetauftritt, Beihefter oder Post-it's im Printbereich, oder Splitscreen und Single Spot im Fernsehen – mit unseren integrierten Untersuchungsansätzen liefern wir Ihnen wertvolle Erkenntnisse zur Wirkung und zum kommunikativen Mehrwert Ihres Sonderwerbmittels.

## Vorgehen und Methode

Sonderwerbformen sind sehr individuell – ausgehend von unserem umfangreichen Grundlagenwissen im Bereich Kommunikationsforschung bieten wir Ihnen individuelle Lösungsansätze für alle Arten von Sonderwerbformen, die apparative Verfahren wie Blickregistrierung oder Verlaufsbeurteilung und qualitative Methoden wie Tiefeninterviews oder Gruppendiskussionen integrieren.

## Ihre Vorteile

Sie erhalten eine detaillierte Wirkungsanalyse Ihrer Sonderwerbformen - angereichert mit konkreten Handlungsempfehlungen und Hinweisen zur Optimierung der Werbebotschaft und Werbewirkung.

## Artikel und Publikationen zum Thema

"Werbe-Vorspiel - Studie zur Werbewirkung von VideoAds im Internet" von Dr. Michael Adler und Daniel Schmeißer -  
Erschienen in *Research & Results 05/2007* - PDF-Download



## Mögliche Fragestellungen

- Wie setzen sich die Sonderwerbformen im Umfeld durch? Welche Aufmerksamkeitsleistung wird erreicht?
- Wie ist die Akzeptanz der Sonderwerbform in den fokussierten Zielgruppen?
- Wird die Botschaft verstanden und als passend zur Marke erlebt?
- Löst die Sonderwerbform die intendierte Response aus?

Wir freuen uns darauf, Sie bei Ihren individuellen Fragestellungen unterstützen zu können.

Hier finden Sie Ihre Ansprechpartner