

Marktforschung der nächsten Generation

Die marktforschenden Berater von plan + impuls setzen bei der Durchführung ihrer Shopper-Studien auf High-Tech Eye-Tracker von Ergoneers aus Bayern

Geretsried – 07. April 2016. Wenn es darum geht, wie Regale, Verpackungen oder Kommunikationsmaßnahmen von Kunden am POS (Point of Sale) wahrgenommen werden, stoßen klassische Marktforschungsmethoden wie Beobachtungen oder Befragungen schnell an ihre Grenzen. Das Münchener Marktforschungs- und Beratungsunternehmen plan + impuls setzt zusätzlich zu den herkömmlichen Methoden auch auf Eye-Tracking, um so Rückschlüsse auf das Kaufverhalten der Kunden zu ziehen. Zum Einsatz kommt der Eye-Tracker Dikablis der bayerischen Firma Ergoneers, der höchste Messgenauigkeit und den Probanden optimale Bewegungsfreiheit durch sein ergonomisches Design bietet.

Wenn ein Kunde vor dem Supermarktregal steht, sind oft Kleinigkeiten für die Kaufentscheidung ausschlaggebend. Gerade in Zeiten, in denen der stationäre Handel durch den Online-Handel bedrängt wird, ist umfangreiches Wissen über den Shopper am POS ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil. Marktforschungsmethoden wie zum Beispiel POS-Interviews, Fokusgruppen oder begleitete Einkäufe liefern hier grundlegende Informationen über das Kauf- und Entscheidungsverhalten der Shopper. Wenn es jedoch um die Wahrnehmung von Regalen, Verpackungen oder Kommunikationsmaßnahmen geht, stoßen explizite Methoden, beispielsweise Befragungen, an ihre Grenzen. Hier eignet sich Eye Tracking als moderne, technische Lösung, um Informationen über das unbewusste Verhalten zu generieren. Die Aufzeichnung der Pupillenbewegung liefert so eine zusätzliche Perspektive, um zum

Beispiel qualitative Interviews mit messbaren Wahrnehmungsdaten zu untermauern.

Oft aber wird Eye-Tracking isoliert eingesetzt und das Potential somit nicht vollständig ausgereizt. plan + impuls verfolgt bei der Verwendung des Blickerfassungssystems einen ganzheitlichen Ansatz. Hier werden von der Studienkonzeption über die technische Durchführung bis zur Auswertung der Eye-Tracking-Daten und der darauf basierenden Ableitung strategischer Maßnahmen alle Prozessschritte aus einer Hand durchgeführt. plan + impuls entschied sich gezielt für die Lösung von Ergoneers, da diese neben einer fortschrittlichen Eye-Tracking-Technologie auch die leistungsfähige Mess- und Analysesoftware D-Lab anbieten und den Marktforschungsexperten bei der Einführung des Eye-Tracking-Systems mit technischem Know-how beratend zur Seite standen.

Für plan + impuls ergaben sich durch die Verwendung von Dikablis folgende Vorteile:

- Hohe Messgenauigkeit – auch durch den Einsatz eines Kalibrierungs-Wizards
- Möglichkeit zur Nachkalibrierung
- Eye-Tracker kann auch über normale Brillen oder Sonnenbrillen getragen werden
- Datenübertragung über große Entfernung durch Wireless-Übertragung
- Aufnahme in Full-HD

„Ab und zu vergessen Probanden, dass sie gerade einen Eye-Tracker tragen und verrutschen das Gerät auf ihrem Kopf, wodurch eine exakte Kalibrierung und eine korrekte Erfassung der Blicke nicht mehr gegeben sind. Üblicherweise können so gesammelte Daten nicht mehr für eine Auswertung verwendet werden. Unsere Mess- und Analysesoftware

D-Lab hingegen bietet die Möglichkeit zur Nachkalibrierung – auch nachdem die Aufnahme oder Studie bereits abgeschlossen ist. Damit können auch Aufnahmen, die eigentlich nicht mehr verwendet werden können, neu kalibriert werden und sind dadurch komplett valide“, erklärt Günter Fuhrmann, Chief Operating Officer bei der Ergoneers GmbH.

Ein weiterer großer Vorteil im Vergleich zu anderen Eye-Tracking-Lösungen ist, dass die Blickvideos während der Untersuchung in Echtzeit verfolgt und direkt im Anschluss an die Untersuchung als Stimulus in den Interviews verwendet werden können. Auf diese Weise können auch Aspekte mit den Probanden diskutiert werden, die ihnen selbst vielleicht gar nicht bewusst sind.

„Bei den Studien ist es extrem wichtig, unsere Handels- und Industriekunden von der Genauigkeit der Messmethode und des Messinstrumentes zu überzeugen. Aufgrund der hohen Kompetenz von Ergoneers und des anerkannten Eye Tracking Systems Dikablis stand für uns die Entscheidung relativ früh fest“, sagt Alexander Ehrl, Geschäftsführer des Unternehmens. „Zudem haben wir einen Partner gesucht, der uns das nötige Know-how in kürzester Zeit vermitteln konnte. Des Weiteren hat Ergoneers unsere Anregungen zur Anpassung des Systems für unsere speziellen Bedürfnisse im Kontext Shopper Research schnell und unkompliziert aufgenommen und umgesetzt. Mit Ergoneers verbindet uns deshalb eine besondere Partnerschaft.“

Weitere Pressemeldungen sowie Hintergrundinformationen und passendes Bildmaterial zu Ergoneers finden Sie im Newsroom unter <http://www.ergoneers.com/newsroom>.

Kurzinformationen zum Unternehmen erhalten Sie auch über <https://www.facebook.com/ergoneers>. Aktuelle Videos rund um das Thema Verhaltens- und Ergonomieforschung gibt es unter: <https://www.youtube.com/user/ergoneers>.

Über die Ergoneers GmbH

Die Ergoneers GmbH wurde 2005 als Spin-off des Lehrstuhls für Ergonomie der Technischen Universität München gegründet. Heute ist das Unternehmen mit weltweit drei Standorten in Manching, Geretsried und Portland (USA) sowie zahlreichen Vertriebspartnern ein international wichtiger Partner für die Branchen Transport und Automotive, Marktforschung und Nutzerfreundlichkeit (Usability), Wissenschaft und Forschung sowie Sport und Biomechanik. Neben der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Mess- und Analysesystemen zur Erforschung von Verhalten und zur Optimierung der Interaktion von Mensch und Maschine bietet Ergoneers umfassende Kompetenz in allen Phasen des Studienablaufs. Zur Ergoneers-Produktpalette zählt vor allem die 360-Grad-Lösung D-LAB, eine umfassende Erfassungs- und Auswertungsplattform für Nutzer- und Verhaltensstudien, mit deren Software-Modulen sich Daten in den Bereichen Eye-Tracking, Datastream, Video, Audio, Physiologie und CAN-Bus messen und analysieren lassen. Mit dem Ergoneers-Blickerfassungssystem Dikablis liefert Ergoneers zudem die passende Hardware, um professionelles Eye-Tracking im realen oder virtuellen Umfeld zu betreiben. www.ergoneers.com

Über plan + impuls:

Shopper Marketing aus einer Hand: plan + impuls steht für die Verknüpfung von Marktforschungs- und Beratungskompetenz rund um den POS. Basierend auf fundiertem Shopper Research beraten wir führende Hersteller und Händler gemäß dem Shopper Marketing Ansatz und erarbeiten so maßgeschneiderte und praxisorientierte Lösungen für Marketing, Trade Marketing, Category Management und Vertrieb.

Pressekontakt Ergoneers:

essential media

André Adler
Landwehrstraße 61
80336 München
Tel: +49 (0)89 7472 62-41
E-Mail: Andre.Adler@essentialmedia.de

Ergoneers GmbH

Sandra Sengl
Marketing & PR
Mitterstraße 12
85077 Manching
Tel.: +49 (0)8459 99542-62

E-Mail: sengl@ergoneers.com

Web: www.ergoneers.com

Pressekontakt plan + impuls

c/o modem conclusa gmbh:

Andrea Klepsch, T. 089 746 308-30, klepsch@modemconclusa.de,

Larissa Nubert, T 089 746 308-38, nubert@modemconclusa.de

plan + impuls – Gesellschaft für Marktforschung & Beratung am POS mbH

Alexander Ehrl, T. 089 540 318 13, a.ehrl@planundimpuls.de, www.planundimpuls.de