

Preis der Deutschen Marktforschung 2008

BVM/VMÖ Nachwuchsforscher

1. Preis



Dr. Thorsten Möll

**Messung und Wirkung von Markenemotionalen:
Neuromarketing als neuer verhaltens-wissenschaftlicher
Zugang**

Eingereicht bei Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch
Justus-Liebig-Universität Gießen

Laudatio

Herr Dr. Möll verbindet in seiner Dissertation traditionelle Ansätze der Marktforschung und neuere bildgebende neuronale Verfahren. Damit kann der Autor das gewählte Thema „starke und schwache Marken“ mit zwei Ansätzen parallel untersuchen und die Ergebnisse vergleichen.

Es ist die Alltagserfahrung, dass einige Marken starke emotionale Assoziationen wecken und von Konsumenten sehr beachtet werden. Luxusmarken sind ein typisches Beispiel, aber es gibt auch in anderen Bereichen starke Marken. Andere Marken schaffen es trotz großer Bemühungen nicht, eine Verankerung in den Köpfen der Konsumenten zu erreichen.

Nach einer detaillierten Darstellung des theoretischen Rahmens entwickelt der Autor ein Set von Fragen, um die emotionale Stärke von Marken mit den üblichen Instrumentarien der Marktforschung zu messen. In einer Vorstudie werden aus einem Set von 66 Marken aus vielen Branchen 20 ausgewählt. In der ersten Hauptstudie wird mittels semantischem Differential und SAM (self-assessment-manikin) die emotionale Stärke der Marken bestimmt.

In der zweiten Hauptstudie werden die Reaktionen des Gehirns für dieselben Marken im fMRT (funktionelle Magnet-Resonanz-Tomographie) untersucht. Zusätzlich werden weitere, den Probanden mit hoher Wahrscheinlichkeit völlig unbekannte Marken als Stimuli eingesetzt.

Das Ergebnis war, dass starke Marken Hirnareale, die mit positiven Emotionen verknüpft sind, aktivierten. Die drei Gruppen der Marken aktivieren weitgehend andere Gehirnregionen, wobei schwache, bekannte Marken ähnlich wie völlig unbekannte Marken repräsentiert werden.

Herr Dr. Möll schlägt damit eine Brücke zwischen der klassischen Marktforschung und den neuen Ansätzen des Neuromarketings. In beiden Bereichen konzipiert er richtungweisend und analysiert mit vielen mathematisch/statistischen Verfahren.

Herzlichen Glückwunsch zu dieser ausgezeichneten Arbeit.

Hamburg, 5. Juni 2008

Dr. Werner Paul
Mitglied der Jury in der Kategorie BVM/VMÖ Nachwuchsforscher des Jahres
Gesamtverantwortung und Koordination