



Presse-Information

Der Schlüssel zu erfolgreicher Werbung – von Kräuterschnaps und Stromanbietern Ipsos Event am 18. September in Hamburg

Hamburg, 19. August 2014. Wenn es um die Entscheidung für oder gegen eine Marke oder ein Produkt geht, spielen in der Regel emotionale Gründe eine deutlich größere Rolle als rationale. Die Aufgabe der Werbung ist es, diese Emotionen zu aktivieren. Emotionen, die für den Konsumenten einen Kaufanreiz darstellen, die mögliche rationale Einwände unerheblich machen oder Emotionen, die ein Produkt oder eine Dienstleistung einzigartig erscheinen lassen.

Ipsos ASI, die Werbeforschungs-Unit des internationalen Marktforschungsinstituts, hat namhafte Agentur- und Unternehmensvertreter eingeladen, um dem Phänomen „Emotionen in der Werbung“ auf den Grund zu gehen. So stellt Hartwig Keuntje die Astra-Erfolgsstory vor „vom Kiez zum Kult“. Michael Trautmann (thjnk) und Gerald Schomburg präsentieren die Entstehung und Hintergründe der RWE-Kampagne „Sind wir Deutschen eigentlich verrückt geworden?“ und Patricia Sung, Senior Brand Manager bei Jägermeister berichtet von der Verjüngungskur der Marke und den damit verbundenen Herausforderungen. Elissa Moses vom Ipsos Neuroscience & Emotion Innovation Centre erläutert schließlich, mit welchen Methoden Ipsos helfen kann, unbewusste Emotionen der Konsumenten aufzudecken.

Das Event findet am **18. September, 16 Uhr**, in Hamburg statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldung per Mail an ASLevent@ipsos.com

Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 85 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir in unserem „Home of Researchers“ über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Die Expertise von **Ipsos ASI** liegt im Bereich Werbung und Markenkommunikation und umfasst sämtliche Aspekte der Werbeentwicklung und der In-Market-Evaluierung über alle Medien



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179