



comrecon  
brand navigation

look insight  
Portfolio





# Mehr als Marktforschung

Fakt ist, dass das menschliche Verhalten bis zu 95% von unbewussten Prozessen gesteuert wird. Das zeigen aktuelle Forschungserkenntnisse der neuropsychologischen Hirnforschung. Wir denken, fühlen, entscheiden und handeln vorwiegend unbewusst – in allen Lebenslagen.

Das schließt unser Kaufverhalten, aber auch unser Verhalten in vielen anderen Bereichen wie beispielsweise unsere Reisebuchung, unser Verhalten als Hundehalter\*in oder unsere Prozesse der Meinungsbildung mit ein.

Egal, um welches Thema es sich handelt, wir werden immer von vorwiegend unbewussten Motiven, Bedürfnissen, Wünschen und Belohnungsmustern getrieben.

- # Darum legen wir unseren Forscherblick genau auf diese zentralen Aspekte menschlichen Denkens und Verhaltens.
- # Darum denken wir als Forscher anders und machen mit unseren Kreativmethoden mehr als klassische Marktforschung.
- # Darum arbeiten wir ganz nah an Menschen und verstehen, wie diese ticken und welche Bedürfnisse sie haben.
- # Darum sind wir der Partner, der Sie dabei unterstützt, Ihren Kund\*innen und Zielgruppen die richtigen Botschaften zu vermitteln.
- # Darum haben wir das Know-how, Klarheit zu schaffen, wo Nebel herrscht oder Sie nicht mehr weiter wissen.
- # Darum sind wir die Expert\*innen, um werbliche Kreationen zu optimieren und zu stärken.



A woman with short blonde hair, wearing a bright red button-down shirt, stands on a stage smiling. She has her hands clasped in front of her. Behind her is a large projection screen. The top part of the screen shows a blurred image of a flag and trees. The word "ZEICH" is displayed in large, bold, grey capital letters on the right side of the screen. The background behind the screen is a bright, overexposed outdoor scene with people and structures.

ZEICH



# Das machen wir

Wir sind Motiv- und Zeichenforscher und bilden das **gesamte Methodenspektrum der qualitativen Marktforschung** ab. Zu unseren Werkzeugen gehören zudem kreative Methoden wie LEGO® SERIOUS PLAY® und Visualisierungen. Die Semiotik, die Wissenschaft der Zeichen, ist unsere Spezialisierung. Die Bedeutung von Zeichen, Codes und Symbolen werden mit Semiotischen Analysen erforscht.

Wir sind nicht nur Analytiker, sondern auch Berater, wenn es um Markenstrategien geht. Hinter uns steht ein **starkes internationales Partnernetzwerk**, welches auf Basis unserer Analyse-Erkenntnisse stimmige Markenkonzepte und Kreationen umsetzt. Wir sehen uns dabei als Impulsgeber für eine nach innen und außen stringente Markenkommunikation auf Basis von User-Insights.





# Unser Leistungsspektrum

Wir bleiben nie stehen, sondern entwickeln die qualitative Forschung stetig weiter.

Neben allen gängigen ethnografischen Methoden der qualitativen Markt- und Motivforschung pflegen wir den Einsatz von innovativen Kreativtools, die spannende und andersartige Erkenntnisse generieren können.

Der Spaß an der Forschung zeichnet uns aus, was auch unsere Auftraggeber und Studienteilnehmer\*innen spüren.

Wir passen unsere methodischen Leistungen individuell an unsere Auftraggeber an und beraten sie bei der richtigen Methodenfindung für ihre Fragestellungen.







# User Behaviour & Experience

Um das Verhalten und Erleben von Menschen in all seinen bewussten und unbewussten Facetten zu erforschen, haben wir für jede Fragestellung die passende Methode in unserem Werkzeugkoffer. Wir finden heraus, wie Menschen in jeweiligen Kontexten ticken.

# Online Forum

# Focus Group/Creative Workshop

# Interview Face2Face

# Interview Web2Web

# Customer Journey

# Typologie

# Shop Along

# LEGO® SERIOUS PLAY®

# Pre-Screening

# Long-term Community

# Produkttest

# Usability Test

# Blitzlicht Chat

# Diary

# Ideenwettbewerb

# Marken Scout

# Werbeanalyse Like/Dislike

# Markenanalogue/Personifizierung

# Markenbeziehung

# Moments of Usage/Truth

# Mental Mapping





# Semiotik

Nicht nur die Werbung, sondern die gesamte menschliche verbale und non-verbale Kommunikation, eingebettet in ihrem spezifisch kulturellen Kontext, ist durch und durch von Zeichen durchzogen. Das macht die Semiotik, die Wissenschaft der Zeichen, so wichtig – und immer und überall einsetzbar. Sie decodiert und analysiert die unbewussten Zeichen, Codes und Symbole, damit auch die richtigen Botschaften gesendet werden. Der semiotische Blick ist ein Mehrwert unserer Arbeit, der unabhängig vom Projekt immer in unsere Arbeitsweise einfließt.

- # Semiotische Analyse
- # Semiotisches Gutachten/Brand Fit
- # Logo- & Namenentwicklung
- # Kommunikationsanalyse
- # Semiotik Vorträge
- # Semiotik Seminare
- # Semiotik Inhouse Trainings

*Come in*



**WE'RE  
AWESOME**





# Werbeanalyse

Unsere Leidenschaft ist die Untersuchung von Marken in Bezug auf ihre Namen, Claims, Slogans, Websites, Werbebotschaften und Touchpoints.

Wir haben den kritischen Blick, der Stimmiges und Unstimmiges in der gesamten Kommunikation identifiziert und in Hinblick auf die Werte der Zielgruppe analysiert.

Wir unterstützen Sie dabei, Ihre Marke näher zu den Menschen zu bringen.

- # Logo- und Claim Analyse
- # Packaging-, Design- und Werbemittelanalyse
- # Werbeanalyse Like/Dislike
- # Spotanalyse/Werbedramaturgie
- # Website Analyse
- # Semiotische Analyse
- # Semiotisches Gutachten/Brand Fit





# Markenstrategie & Beratung

Wir kümmern uns darum, dass Ihre Marke nach innen und nach außen gut aufgestellt ist. Wir begleiten den Prozess von der Positionierung bis hin zu Umsetzungsempfehlungen bzw. stehen wir Ihnen auch bei punktuellen Entscheidungen gerne zur Seite.

- # Marken Screening/Image Analyse
- # Strategie Workshop
- # Marken Story
- # Pitch-Beratung/Brand Fit/  
Agentur-Auswahl
- # Grundlagenstudie/Recherche/  
Potenzialanalyse
- # Logo & Namensentwicklung
- # Blitzlicht Chat

- # Ideenwettbewerb
- # Spotanalyse/Werbedramaturgie
- # Semiotische Analyse
- # Semiotisches Gutachten/Brand Fit
- # Markenanalogue/Personifizierung
- # Markenbeziehung







# Visualisierung & Simulation

Wir lieben den Einsatz von unkonventionellen und kreativen Methoden, um Fragestellungen, Szenarien, Ideen oder auch Zukunftsthemen zu visualisieren. Mit unseren Kreativmethoden ist sowohl der direkte Weg ins Unbewusste von Menschen wie auch der Spaß an der Forschung garantiert.

# LEGO® SERIOUS PLAY®

# Systemische Aufstellung/Markenaufstellung

# Visualisierung am Systembrett





# Employer Branding

Wo Menschen und Marken zusammentreffen, sind wir zuhause. Auf Basis von Analysen der internen Unternehmenskultur stärken wir gemeinsam Ihre Arbeitgebermarke. Wir zeigen Ihnen Wege und Maßnahmen auf, um die Motivation und den Zusammenhalt im Innen zu fördern und um nach außen die richtigen Botschaften an potenzielle Arbeitnehmer\*innen zu senden.

- # Focus Group/Creative Workshop
- # Unternehmenskulturanalyse
- # Kommunikationsanalyse
- # Entwicklung einer Employer Brand
- # Mitarbeiter\*innen-Umfragen
- # Langfristiges Employee Engagement Tool
- # Pre-Screening
- # Marken Screening/Image Analyse
- # Semiotische Analyse
- # Blitzlicht Chat
- # Ideenwettbewerb







# Grundlagenstudie

Wir machen fundamentale Recherchen, Grundlagenstudien und Potenzialanalysen – mit und ohne direkte Befragung von Menschen. Darüber hinaus sichten und verdichten wir auch bestehende Studien und Kennzahlen, um blinde Flecken zu identifizieren. Wir lieben es, neue Dinge herauszufinden oder Erkenntnisse auf den neuesten Stand zu bringen.

# Recherche

# Grundlagenstudie

# Potenzialanalyse

# Verdichtung bestehender Kennzahlen und Studien

# Strategische Beratung





# Vorträge & Seminare

Wir geben unser Wissen gerne weiter. Neben Semiotik Crashkursen und Ausbildungen reden wir auch gerne über alles, was den Zusammenhang von Menschen, Marken, Werbung und Märkte betrifft. Wir sind regelmäßig auf diversen Events und Veranstaltungen vertreten und halten eigene Seminare ab. Wir kommen auch gerne zu Ihnen ins Unternehmen, um fokussierte Workshops für Sie abzuhalten.

- # Semiotik Vortrag
- # Semiotik Seminar
- # Diverse andere Vorträge und Seminare
- # Inhouse Workshops
- # Moderation von Veranstaltungen







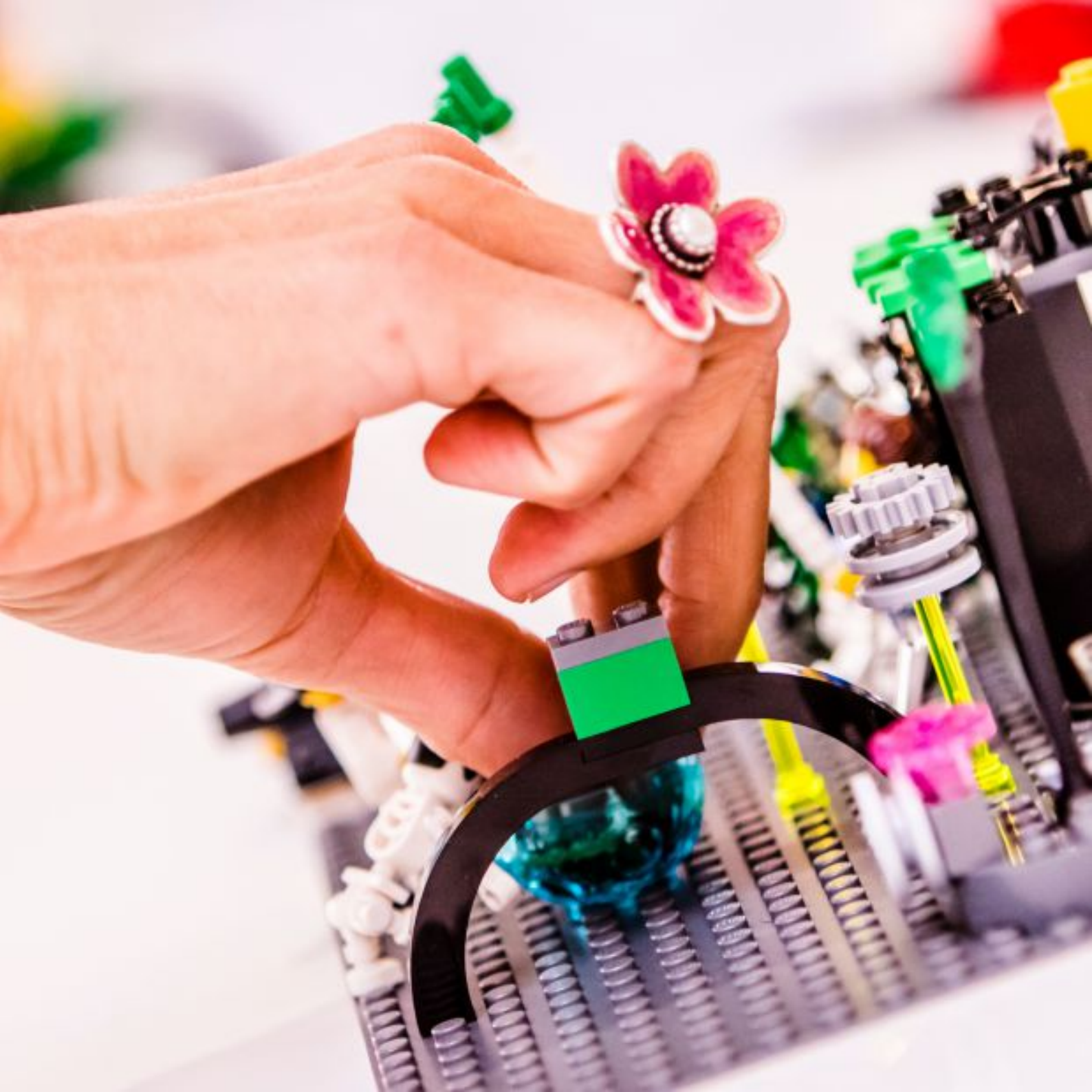
# Forschung on the Go

Sie brauchen schnelle Erkenntnisse?

Kein Problem für uns. Hier finden Sie eine Übersicht unserer Werkzeuge, die auch in kurzer Zeit wertvolle Erkenntnisse liefern können.

- # Blitzlicht Chat
- # Markenanalogue/Personifizierung
- # Markenbeziehung
- # Moments of Usage/Truth
- # Werbeanalyse Like/Dislike
- # Semiotisches Gutachten/Brand Fit
- # Logo & Claim Analyse
- # Packaging-/Design- & Werbemittelanalyse
- # Website Analyse
- # Marken Screening/Image Analyse
- # Pitch Beratung/Agentur-Auswahl
- # LEGO® SERIOUS PLAY®
- # Systemische Aufstellungen







# Produktbeschreibungen

von A bis Z

## Blitzlicht Chat

Blitzlicht Chats können rasche Insights und Stimmungsbilder zu Fragestellungen und Marken geben. Mit wenigen Fragen lässt sich innerhalb kurzer Zeit ein Snapshot mit Kernerkenntnissen einholen.

Dies ist hilfreich, um vor größeren Projekten zu wissen, wie Ihre Marke oder Unternehmen bei den User\*innen ankommt, um Themen zu identifizieren, die später näher im Detail beleuchtet werden können. Aber auch unabhängig von Projekten kann ein Blitzlicht Chat schnelle Informationen über Image und andere Fragestellungen liefern.

## Customer Journey

Vom ersten Impuls, über die Kaufentscheidung und den Kauf hinaus, erforschen wir die Erfahrungen und Beziehungen zu Produkten und Marken. Touchpoints, Motive, Bedürfnisse, Wünsche, wie auch Funktionen und Rollen einzelner Elemente im Prozess werden im Detail beleuchtet. Optimierungen und Potenziale können erkannt, Unklarheiten und Schwachstellen beseitigt werden.

## Diary

Mit unserem vielseitigen online Tagebuch Tool lassen sich Insights von User\*innen direkt in Alltagssituationen erheben. Schnell und unkompliziert können Fragestellungen zu unterschiedlichen Themen beantwortet, Customer Journeys begleitet oder Produkttests durchgeführt werden.

Der Vorteil dieser Methode: schnelle Insights aus dem Alltag in Echtzeit. Ein weiterer Vorteil ist die Unabhängigkeit von Raum und Zeit sowie die Möglichkeit, Zielgruppen breit zu streuen (Stadt/Land, Alter, Verwendungsituationen etc.).



## **Entwicklung einer Employer Brand**

In weiteren Phasen des Employer Branding Prozesses begleiten und beraten wir Sie bei der Entwicklung von Maßnahmen und Kommunikationskonzepten, die zur Umsetzung der erarbeiteten Employer Brand hinführen.

Das Versprechen Ihrer Arbeitgebermarke wie beispielsweise auch ein Mitarbeiterhandbuch sind Ergebnisse dieses Prozesses.

## **Focus Group/Creative Workshop**

Neben klassischen Gruppendiskussionen moderieren wir auch kreative Workshops, in der die Teilnehmer\*innen aktiv werden und alleine oder in Kleingruppen an Aufgaben arbeiten, basteln, brainstormen usw. und somit gemeinsam zum Erkenntnisgewinn beitragen. Der dynamische Prozess trägt zur Freilegung unbewusster Denkmuster sowie zur gegenseitigen Inspiration und Motivation bei.

## **Grundlagenstudie/Recherche**

Ob im Vorfeld einer Studie oder als eigenständiges Projekt – um das große Ganze im Blick zu haben, übernehmen wir die Recherche zu Thema und Kontext, in dem Ihre Fragestellungen eingebettet sind.

Wir führen theoretische und empirische Grundlagenstudien sowie Potenzialanalysen für Ihr Unternehmen durch. Wir sind die Experten rund um Marken, Märkte und Menschen.



## Ideenwettbewerb

Mit unserem Tool Ideenwettbewerb lassen sich Ideen, Wünsche und Bedürfnisse zu Produkten oder Dienstleistungen sehr einfach und unkompliziert einholen. Die Teilnehmer\*innen haben Spaß daran, in den Entwicklungsprozess miteinbezogen zu werden.

Der Einsatz ist vielfältig – ob auf der moderierten und anonymen firmeninternen Feedbackplattform zur Unternehmenskultur bis hin zum Produktbrainstorming einer Markencommunity sind viele Anwendungen möglich.

## Interview Face2Face/Web2Web

In psychologisch geführten Tiefeninterviews geben Personen oft mehr von sich preis, als wenn sie in einer Gruppe befragt werden. Mit Web2Web Interviews über die Webcam wird es ganz einfach, Personen unabhängig von ihrem Wohnort zu befragen.

Je nach Branche und Forschungsauftrag kann es allerdings wichtig sein, dass Interviews Face2Face geführt werden, da dadurch dem oder der Gesprächspartner\*in mehr persönliche Wertschätzung vermittelt wird.

## Kommunikationsanalyse

Kommunikation ist das, was beim Empfänger ankommt. Nicht alles ist also Kommunikation. Was kommt an, was nicht? Wir nehmen die von Ihnen vermittelten Botschaften genau unter die Lupe: Angefangen bei Ihrer internen und externen Kommunikation bis hin zur Werbe-Kommunikation Ihrer Marke, Ihrer Produkte oder Ihres Unternehmens, je nach Touchpoint.

Mit Hilfe der Semiotik lassen sich Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Ist-Zustandes identifizieren. Die Kommunikationsanalyse dient als sehr gute Basis und wertvolles Fundament, um darauf aufbauend mögliche Veränderungen in der Kommunikation einzuleiten.



## LEGO® SERIOUS PLAY®

LEGO® SERIOUS PLAY® ist eine kreative Methode, in der Lego-Bausteine zum Modellieren und Visualisieren von Lösungskonzepten in der Geschäftswelt eingesetzt werden. Durch das moderierte „Spiel“ in einer Gruppe und die direkte Hand-Hirn-Verknüpfung werden unbekannte Gedankenstrukturen und Verhaltensmuster bedient. Es werden Metaphern und Stories konstruiert, die Herangehensweisen an Problemstellungen erleichtern. Die Entfaltung kreativer Ideen und Lösungen wird unterstützt. Gleichzeitig wird Innovationen Raum gegeben und strategische Entwicklungen werden möglich.

## Logo- und Claimanalyse

Wir analysieren unter anderem mit der Methode der Semiotik Logo und Claim auf die Stimmigkeit der intendierten sowie objektiv vermittelten Botschaft. Passen die Zeichen zur Marke? Werden die richtigen Signale und Zeichen vermittelt?

Dabei werfen wir nicht nur unseren Blick auf bestehende Botschaften, sondern begleiten auch Marken und Startups bei der Entwicklung ihrer Zeichen für den internen wie externen Auftritt. Die Analyse dient als gründliches Fundament, die Markenstrategie optimal umzusetzen.

## Logo- und Namensentwicklung

Wir werfen unseren semiotischen Blick nicht nur auf bestehende Botschaften, sondern begleiten auch Marken und Startups bei der Entwicklung ihrer Zeichen für den internen wie externen Auftritt. Wir sind von Anfang an bei der Entwicklung von Logo, Namen und Claim dabei und prüfen, ob auf der objektiven Botschaftsebene die richtigen Markenwerte transportiert werden. Damit kann antizipiert werden, wie die Markenzeichen im Unterbewusstsein wahrgenommen und verstanden werden und ob die Marke das gewünschte Bild nach außen vermittelt.





## Long-term Community

Mit langfristig angelegten Communities auf einer Online-Plattform lässt sich Feedback zu fortwährenden Entwicklungen im Blick behalten. Die Teilnehmer\*innen können beispielsweise schnell umsetzbare und beantwortbare Aufgaben erhalten, Ideen einbringen, zu Veränderungen und Stimmungen im Unternehmen ihre Meinung kundtun etc.

Der Einsatz ist vielfältig – von der moderierten und anonymen firmeninternen Feedbackplattform zur Unternehmenskultur bis hin zu Markencommunities sind viele Anwendungen möglich.

## Markenalogie/Personifizierung

Von Zielgruppen erarbeitete und von uns Forschern verdichtete Analogien, Metaphern und Personifizierungen einer Marke oder eines Produkts liefern Key Insights, die auf einer rationalen Ebene kaum zu erfassen sind.

Oft können mit einem Bild Einstellungen, Erfahrungen und Meinungen weitaus besser ausgedrückt werden als mit Worten. Rationale Erkenntnisse können so um eine wertvolle Ebene erweitert werden.

## Markenbeziehung

Von der Zielgruppe erarbeitete und von uns Forschern verdichtete Markenbeziehungen liefern emotionale Key Insights, welche man in einem rationalen Frageprozess schwer erfassen kann.

Wir finden heraus, in welcher Beziehung die Zielgruppen zu Marken oder einzelnen Produkten stehen, mit welchen Erfahrungen und Gefühlen diese verbunden sind und was es womöglich braucht, um die Markenbeziehung zu optimieren oder in eine gewünschte Richtung zu entwickeln.



## Markenscouts

Unser multioptionales Scout Unity Tool hat 2012 den Innovationspreis gewonnen. Seitdem haben wir es stetig weiterentwickelt, um für die Teilnehmer\*innen noch mehr Spaß an der Marktforschung zu schaffen.

Mit der Plattform lassen sich Menschen beim Kauf und Verwendung von Marken beobachten, ohne dass diese sich beobachtet oder „ausgefragt“ fühlen. Schnelle kurze Aufgaben- und Fragestellungen an die User wie auch Langzeitbeobachtung und laufende Beschreibung der psychografischen Kernelemente sowie Beobachtung der Veränderung von Einstellungen sind möglich.

## Marken Screening/Image Analyse

Wir bieten schnelle Marken Screenings bzw. Snapshots sowie Image Analysen, damit Sie rasch und unkompliziert einen Eindruck von dem aktuellen Auftritt Ihrer Marke bekommen.

Diese Snapshots bestehen einerseits aus einer Analyse von uns, welche in einem weiteren Schritt mit Eindrücken der Zielgruppe angereichert werden. Die daraus gewonnenen Key Insights können vor einer größeren Studie oder auch unabhängig davon einen Einblick in die Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten des Auftritts Ihrer Marke geben.

## Marken Story

Marken erzählen Geschichten - idealerweise. Geschichten bleiben besser im Gedächtnis haften und lösen Emotionen aus. Doch welche Story erzählt Ihre Marke, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung? Wir helfen Ihnen, die richtige Geschichte zu erzählen, um Ihre Zielgruppe zu erreichen. In der Werbung, auf Websites oder wo auch immer.



## Mental Mapping

Wir liefern unsere analytischen Berichte nicht nur in Worten. Je nach Fragestellung und Kundenwunsch verdichten wir die Key Insights einer Studie auch optisch.

Wir nennen dies Mental Mapping – so haben wir beispielsweise die Ergebnisse der Studie zu Audionutzung der Zukunft in Deutschland im Jahr 2025 metaphorisch in einer Landkarte dargestellt. Alle wichtigen Motive und Bedürfnisse der Audionutzer\*innen sind darin zusammengefasst und auf einen Blick sichtbar.

[www.planetaudio2025.de](http://www.planetaudio2025.de)

## Moderation

Charlotte Hager moderiert diverse Veranstaltungen und Events rund ums Thema Marke, Markenführung, Werbung und Kommunikation.

## Moments of Usage/Truth

Wir finden heraus, was die typischen Nutzungssituationen, Rituale und Gewohnheiten von Marken oder einzelnen Produkten der Zielgruppe sind.

Unser Tool bietet rasche Key Insights direkt aus den Situationen des Alltags der User\*innen und gibt einen wertvollen Einblick in die tatsächlichen Nutzungsgewohnheiten. Schwachstellen, Hemmschwellen und Potenziale können somit leicht identifiziert werden.



## **Online Forum**

Diese Methode mit einer großen Anzahl anonymisierter Teilnehmer\*innen (30-70) eignet sich vor allem für Themen des Alltags wie Ernährung, Hygiene, Gesundheit, menschliche Beziehungen, Arbeit und Freizeit etc. Das Forum hat den Vorteil, dass die Teilnehmer\*innen absolut ungehemmt und offen diskutieren und Impressionen des Alltags teilen. Wir erleben eine „real life experience“, haben quasi den Blick durch das Schlüsselloch. Ein weiterer Vorteil ist die Unabhängigkeit von Raum und Zeit sowie die Möglichkeit, Zielgruppen breit zu streuen.

## **Packaging-, Design- und Werbemittelanalyse**

Auch in Verpackung und Design von Produkten und Werbemitteln werden Markenwerte und Botschaften transportiert. Auch Haptik, Geruch und Geschmack spielen bei der Markenbotschaft eine wichtige Rolle.

Wir analysieren die objektive vermittelte Botschaft und prüfen die Stimmigkeit zur Marke. Die Analyse dient als ein gründliches Fundament, die Markenstrategie optimal umzusetzen.

## **Pitch Beratung/Agentur-Auswahl**

Wir begleiten Sie bei dem Prozess der Auswahl der richtigen Agentur nach den Kriterien Ihres Brand Fits und nicht nach subjektiven Bauchgefühlen.

Mit unserem langjährigen Know-how aus den Bereichen Marken, Märkte und Menschen prüfen wir, welche Agentur Ihre Strategie optimal zu Ihren Markenwerten passend umsetzen kann.



## Pre-Screening

Vor Projekten wie Focus Groups, Creative Workshops oder Tiefeninterviews führen wir gerne neben dem normalen Auswahlverfahren der Teilnehmer\*innen noch ein Pre-Screening zur Einholung wichtiger Wahrnehmungen und Stimmungen durch. Diese helfen uns, die Teilnehmer\*innen vor dem persönlichen Treffen besser kennenzulernen und unterstützen auch die Teilnehmer\*innen, sich schon gedanklich auf die Workshops oder Interviews einzustellen.

## Produkttest

Produkttests können im Rahmen von Focus Groups oder Onlineforen erfolgen. Im zweiten Fall versenden wir Testpakete zu den Proband\*innen nach Hause, damit sie die Produkte in Alltagssituationen testen können.

Wir erforschen die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppen, holen Likes und Dislikes zu den Produktelementen und erhalten tiefe Insights zur Nutzerfreundlichkeit Ihrer Produkte.

## Semiotische Analyse

Befragungen enden bei den Antworten, was wie verstanden wird, können aber das Warum nicht erklären. Warum Botschaften nicht oder nur schwer verstanden werden, kann eine Analyse mit Hilfe der Semiotik aufdecken.

Die Semiotik ist Wissenschaft und Methode, mit der sich Werbebotschaften aller Art (Print, TV, Hörfunk, Web, Social Media, Packaging, Shops etc.) fundiert auf ihre Bedeutung, Codes und vermittelten Werte untersuchen lassen.

Damit können Sie Ihre Kampagne objektiv auf der Botschaftsebene prüfen und sehen, wie sie im Unterbewusstsein wahrgenommen und verstanden wird. Und Sie erhalten Ideen, wie Sie Ihre Botschaft optimieren und stärken können. Damit sie nicht nur auffällt, sondern auch verstanden wird und eine Handlung erwirkt.





## Semiotische Analyse/Gutachten

Häufig herrscht in Unternehmen Uneinigkeit, da mehrere subjektive Meinungen zu neuen Kampagnen, Strategien wie auch der Wahl der passenden Agentur zusammentreffen. Welche ist die richtige? Mit einem Semiotischen Gutachten der Werbebotschaften kann objektive Gewissheit über die richtige Wahl erlangt werden. Subjektive Meinungen und Bauchgefühle werden durch ein wissenschaftliches Fundament ersetzt.

## Semiotisches Gutachten/Brand Fit

Passt das neue Produkt, die neue Verpackung, die neue Kampagne, das neue Logo, das neue Inserat etc. zur Marke? Oft herrscht in Unternehmen Uneinigkeit über derartige Fragen. Unabhängig von subjektiven Entscheidungen und Bauchgefühlen kann eine Semiotische Analyse auf wissenschaftlicher Basis den Brand Fit bestimmen.

Mit objektiven Schlussfolgerungen werden die vermittelten Botschaften, Codes und Werte auf ihre Stimmigkeit mit der Marke geprüft. Argumente und Bauchgefühle können somit nachvollziehbar verbalisiert und die unbewusste Wirkung auf die Zielgruppen verstanden werden.

## Semiotik Vorträge, Seminare und Inhouse Trainings

Wir bieten diverse Formate rund um die Wissenschaft der Zeichen, der Semiotik an. Dabei lernen Sie Dinge wahrzunehmen, die Ihnen bisher verborgen geblieben sind. Sie schärfen Ihren Blick für Details und sind in der Lage Zeichen und Symbole wahrzunehmen, die Ihnen neue Erkenntnisse verschaffen. Angefangen bei Werbebotschaften bis hin zum persönlichen Auftreten - Sie werden Vieles in einem völlig neuen Licht betrachten.

Eine Auswahl an verschiedene Vortragstiteln finden Sie hier:

[comrecon.com/leistungen/comrecon-inhouse-vortraege-workshops/](https://comrecon.com/leistungen/comrecon-inhouse-vortraege-workshops/)

Termine für Semiotik Seminare veröffentlichen wir hier:

[comrecon.com/leistungen/semiotik-seminar-erkenne-die-botschaft/](https://comrecon.com/leistungen/semiotik-seminar-erkenne-die-botschaft/)



## Shop Along

Wir begleiten Personen bei ihren Shopping-Trips, beobachten passiv Stimmung und Körperhaltung und fragen aktiv nach Einstellungen, Meinungen und Gründen für Entscheidungen. Wir schauen den Personen über die Schulter und erhalten dadurch Antworten und Insights in Echtzeit.

Shop Alongs haben den Vorteil, dass das Gefühl an einer Befragung teilzunehmen bei den Teilnehmer\*innen verlorengelassen wird. Die Aktivität wirkt viel mehr wie ein „gemeinsamer Ausflug“ unter guten Bekannten. Die Teilnehmer\*innen geben dadurch ungehemmt und offen ihre Meinungen preis.

## Spotanalyse und Werbedramaturgie

Wir analysieren bestehende TV- oder Image-Spots in Bezug auf ihre Dramaturgie, werden aber im besten Fall bereits bei der Konzeption der Spots miteinbezogen.

Hierbei trifft unser Wissen zu Storytelling, Charakteren und Spannungsbögen mit Kompetenzen aus der Wahrnehmungspsychologie zusammen. Wir prüfen, ob die Dramaturgie die richtigen Botschaften sendet. Damit können Sie sehen, wie die Kampagne oder der Spot im Unterbewusstsein wahrgenommen und verstanden wird.

## Strategie Workshop

Sie wollen herausfinden, welche Strategie für Ihre Marke oder Ihre Produkte erfolgsversprechend ist? Sie wollen neue Wege gehen und mit Ihrer Strategie das Fundament für einen langfristigen Werbe- oder Markenerfolg legen? Was macht Ihre Marke aus? Womit belohnt sie?

Wir analysieren die Ausgangslage und begleiten Sie durch alle Prozesse der Strategiefindung. Sie erhalten Klarheit und eine starke Basis für weitere Strategien.

Wir begleiten Sie beim Prozess der Strategiefindung vom Anfang bis zum Ende.

Wie Sie die Strategie und Positionierung am stimmigsten und effizientesten in Botschaften und Claims verpacken, erarbeiten wir für Sie.



## **Systemische Aufstellung/Markenaufstellung mit Menschen oder am Systembrett**

Aus der bekannten Familienaufstellung kommend, kann man Systeme auch im Businesskontext betrachten. Diese Simulations- und Visualisierungsmethode beantwortet Fragestellungen an Marken, Produkte, Teams, Entscheidungen im Unternehmen etc.

Aufstellungen sind ein intuitiver Zugang zu verborgenen Informationen und Emotionen und bisher unsichtbaren Lösungsansätzen. Durch visuelle Selektion kann sehr rasch das Wesentliche erkannt, bewertet und bearbeitet werden. Es entsteht Klarheit durch das Lösen von hochkomplexen Situationen.

## **Typologie**

Anhand neuester Erkenntnisse aus der Psychologie, Konsumforschung und der Neurowissenschaft entwickeln wir je nach Forschungsfrage, Branche und Produktkategorie eigene Konsumententypologien, die helfen, die Zielgruppen besser zu verstehen.

Dabei bilden wir die befragten Personen nicht in existierenden Typen aus bestehenden Modellen ab, sondern verfolgen auf Basis von Motiven, Bedürfnissen, Sprachstil, Verhalten etc. unseren eigenen Ansatz, der klar aufzeigt, welche Mindsets in der jeweiligen Branche oder Kategorie vorhanden sind.

## **Unternehmenskulturanalyse**

Im Zuge eines Employer Branding Prozesses analysieren wir Ihre Unternehmenskultur mittels Focus Groups bzw. Creative Workshops mit Mitarbeiter\*innen und falls in Ihrem Kontext sinnvoll, auch mit anderen Stakeholdern wie Kund\*innen, Lieferant\*innen, Mitbewerber\*innen etc.

Die Erkenntnisse werden anhand von Analysen interner Unterlagen (z.B. Visionen, Werte) angereichert.



## Usability Test

Wir testen selbst oder begleiten Ihre Zielgruppe beim Testen Ihres Produktes, Ihrer Online-Anwendung, Ihrer Website, Ihres Webshops etc. und erstellen eine Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Benutzerfreundlichkeit. Wir prüfen alle wichtigen Aspekte wie Brand Fit, Vertrauensbildung, Strukturen, Effizienz, Effektivität sowie Erfüllung der Nutzerzufriedenheit.

## Verdichtung bestehender Kennzahlen/Studien

Wir analysieren und verdichten alle Ihre bestehenden Kennzahlen und Studien, um einen Überblick über die Ist-Situation zu bekommen.

In Hinblick auf eine bestimmte Fragestellung erstellen wir auf Basis des Materials eine Zusammenfassung der Stärke, Schwächen, Chancen und Risiken. Wir geben Empfehlungen ab und beraten Sie, wo Potenziale für die Zukunft liegen

## Vorträge und Seminare

Wir liefern Impulse. Ob 30-60 minütige Vorträge oder halb- bis ganztägige Workshops – wir geben unser Know-how gerne weiter. Dabei passen wir uns auch Ihren individuellen Bedürfnissen an und lassen Ihre aktuellen Themen miteinfließen. In unseren Workshops wird gearbeitet und zwar an Ihren Themen. Nach vorherigem Briefing erstellen wir einen Fahrplan für den Tag und erarbeiten Ihre Fragestellungen mit den Teilnehmer\*innen des Workshops. Output: Wissensvorsprung, Sensibilisierung für die Zielgruppe, optimale Kommunikation, Bauchgefühle greifbar machen, Effizienz.

[comrecon.com/leistungen/semiotik-seminar-erkenne-die-botschaft/](https://comrecon.com/leistungen/semiotik-seminar-erkenne-die-botschaft/)



## Websiteanalyse

Wir analysieren, unter anderen mit der Methode der Semiotik, die gesamte Website und ihre Verlinkungen auf die Stimmigkeit der intendierten sowie objektiv vermittelten Botschaft. Passen die Zeichen zur Marke? Werden die richtigen Signale und Zeichen vermittelt? Wie nutzerfreundlich ist die Website? Entspricht sie den aktuell rechtlichen Bestimmungen (DSGVO, Barrierefreiheit etc.)? Welche Elemente erregen Aufmerksamkeit, welche werden übersehen?

## Werbeanalyse Like/Dislike

Neben der objektiven Semiotischen Analyse kann es auch sinnvoll sein, Erkenntnisse mit subjektiven Meinungen von Menschen zu Werbungen, TV-Spots, Flyer, Broschüren, Websites, Produkten etc. zu ergänzen.

Mit unserem Tool ist das online leicht gemacht. Teilnehmer\*innen können schnell und unkompliziert detailliertes Feedback angeben sowie ihre Bedürfnisse und Wünsche ausdrücken.





# Referenzen





comrecon brand navigation KG  
Habsburgerstrasse 11  
A-2500 Baden bei Wien

T: +43 660 58 18 500  
M: [entdecken@comrecon.com](mailto:entdecken@comrecon.com)  
W: [comrecon.com](http://comrecon.com)