



**IFM MANNHEIM**  
*Die Marktpsychologen*

# **IFM MANNHEIM** *Die Marktpsychologen*

## **Institutprofil**

*"Nicht alles was man zählen kann, zählt auch,  
und nicht alles was zählt, kann man zählen." (Albert Einstein)*

**IFM MANNHEIM GmbH**  
*P 4 Nr. 4, 68161 Mannheim*  
*Tel.: 0621 - 178080*  
*Fax: 0621 - 1780818*

*VR-Bank Rhein-Neckar*  
*Konto Nr.: 7 229 100*  
*Bankleitzahl: 670 900 00*  
*UST-IDNR.: DE 143835357*

*Gesellschafter*  
*Prof. Dr. Gert Gutjahr*  
*Prof. Gabriele Naderer*  
*Dipl.-Psych. Jutta Rietschel*

*info@ifm-mannheim.de*  
*www.ifm-mannheim.de*  
*Registergericht Mannheim HRB 2534*  
*Gegründet 1949*

IFM MANNHEIM Die Marktpsychologen –  
das erste **psychologische Marktforschungsinstitut** in Deutschland (est. 1949).

Wir haben den Begriff „**Marktpsychologie**“ geprägt, weil wir gelernt haben, dass jedes Erleben und Verhalten von Marktpartnern (Handel, Hersteller, Konsumenten) neben ökonomischen vor allem **psychologische Ursachen** hat.

Und weil „**die wahren Abenteuer**“ im **Kopf** passieren,

- blicken wir in die Köpfe der Konsumenten, um zu verstehen, wie **Konsumentenverhalten, Kaufentscheidungen, Markenloyalität, Produktpräferenzen** entstehen und wie **Kommunikation** in Medien und am POS wirkt.

Dies erfordert

- „**Einsichten**“ in die Arbeitsweise unseres Gehirns,
- „**Schlüssel**“ zu bewussten und unbewussten Verhaltensmustern sowie
- einen **interdisziplinären Denkansatz**, der neben der Marktpsychologie auch Soziologie und Neuropsychologie umfasst.

## Dafür stehen wir...

- **Valide Ergebnisse und hohe Präzision**

Wir geben uns nicht mit Halbheiten zufrieden.

Wir bieten Ihnen **Sicherheit** bei Ihrer Marketingentscheidung.

- **Solide wissenschaftliche Basis**

durch eigene Grundlagenforschung und Kooperationen mit Universitäten und Hochschulen.



- **State of the Art**

Unser Methodenspektrum entspricht den neuesten Erkenntnissen der Marktpsychologie.

- **Beständigkeit und Expertise**

Mit fast 60 Jahren Erfahrung ist uns kein Verhalten von Marktteilnehmern fremd.

Wir beschreiben, verstehen und interpretieren jedes Konsumenten- und Käuferverhalten.

Wir finden die beste LÖSUNG.

**Besonders kompetent sind wir  
für die Erforschung von ...**

- Shopper Insights
- der psychologischen Wirkung der Marke
- Erfolgsfaktoren von Produkt- und Verpackungsdesign



# Shopper Insights



Wir möchten, dass Sie Category Management-Entscheidungen sicher treffen und Ihre **Marketingstrategien am POS erfolgreich** sind.

## Das wissen wir aus vielen POS-Studien:

- Kunden treffen am POS ihre Entscheidungen oft intuitiv auf der Basis **impliziter Entscheidungsprozesse**, ohne sich lange am Regal aufzuhalten.
- Visuelle „Codes“ steuern die **Orientierung am Regal**, noch bevor Texte gelesen werden.
- Der Erfolg Ihrer Marketingmaßnahmen kann nur in der **realen Situation am POS** valide gemessen werden.

Wir verbinden marktpsychologische **Forschungsansätze** wie Verhaltensbeobachtung und Shopper-Befragung mit Marktexperimenten und Abverkaufsanalysen, um das **Kundenverhalten am POS** ganzheitlich zu interpretieren.

## Ihre Vorteile:

Mit unseren speziell für den POS entwickelten Methoden

- verstehen Sie die **Orientierungs-, Such- und Entscheidungsprozesse** Ihrer Kunden,
- messen Sie valide den **Erfolg** Ihrer Maßnahmen aus **Category Management** oder **Trade Marketing**.



Blicken Sie mit uns durch die **Brille Ihrer Kunden** und gewinnen Sie wertvolle Shopper Insights für Ihre Entscheidungen!



Wir sind Mitglied im **brandsboard**<sup>®</sup>, der sich mit interdisziplinärer Grundlagenforschung und dem neuen Markenverständnis beschäftigt.

## Deshalb wissen wir:

- Nicht nur Bekanntheit und bewusstes Markenimage sind für den Markterfolg von Marken entscheidend.
- Die **Stärke einer Marke** gründet vielmehr auch auf der produktunabhängigen und meist **unbewussten Markensubstanz**.
- Sie ist die Bedingung für dauerhafte **Markenloyalität**.



## Ihre Vorteile:

- Mit unseren innovativen und validen Methoden **Brand Explorer®** und **Brand Success®** offenbaren wir Ihnen die **Stärken und Schwächen** Ihrer Marke,
- und da wir wissen, wie Markenstärke im Kopf der Verbraucher entsteht, sagen wir Ihnen, **wie Sie Ihre Marke stärken können**.
- Unser psychologisches Markenverständnis hilft Ihnen auch, **teure Flops** bei Sortimentserweiterungen und Markentransfers **zu vermeiden**
- und **neue Produktideen zu finden**, die von Ihrer Marke getragen werden.

**Denn die Marke trägt das Produkt - nicht umgekehrt!**

- Wollen Sie eine alte Marke neu beleben, so ermitteln wir für Sie deren **zukünftiges Markenpotenzial**.

# Designforschung Verpackungsforschung



Wir möchten, dass Sie zum **erfolgreichen Produkt- und Verpackungsdesign** finden.

Wir beschäftigen uns mit **Design und Usability** - wichtigen Faktoren für die Präferenz von Marke und Produkt.

Deshalb wissen wir, dass

- das **Design am POS** innerhalb von Sekunden
  - **emotional ansprechen**,
  - **den Produktnutzen kommunizieren**,
  - die **Marke erkennbar und unterscheidbar machen** und
  - über ausreichenden **Impact im Wettbewerbsumfeld** verfügen muss.
- die **Usability** den Konsumenten **im Alltag** überzeugen muss.



Die **Gestaltung von Produkt und Verpackung** bestimmt die **emotionale, implizite Kaufentscheidung** der Konsumenten.

- **Design von Produkt und Verpackung ist Kommunikation** und erlaubt dem Konsumenten die **Instrumentalisierung der Marke** für Inszenierungen, Ritualisierungen und Mystifizierung.
- Design sichert die **Akzeptanz** des Produkts bei Beachtung der **Maya-Regel**.

Unsere psychologische Design- und Verpackungsforschung liefert Ihnen das Wissen für eine sichere Entscheidung – überlassen Sie diese Entscheidung keiner Design-Jury!



Wir bringen Ihr Produkt auf den richtigen Kurs durch

- die Analyse der **Erfolgstreiber** für das **Design von Produkt und Verpackung**:
  - Funktionalität,
  - Uniqueness,
  - Markenfit,
  - Kommunikationsleistung und
  - Sympathie
- die Identifikation von **Optimierungspotenzial** inklusive Benchmarking.

# Erleben Sie Ihre Kunden live ...

## ...in unserem Teststudio

In einem separaten **Beobachtungsraum mit Einwegspiegel** hören und **sehen Sie,**

- was und wie Ihre Kunden in Fokusgruppen und Einzelgesprächen über Ihr Unternehmen, Ihre Marke, Ihre Produkte und Ihre Wettbewerber denken.

Als **erfahrene Marktpsychologen**

kümmern wir uns um die

- professionelle Durchführung und Moderation
- Interpretation der Ergebnisse und
- Schlussfolgerungen und Empfehlungen



# Schildern Sie uns IHR Problem ...

... WIR unterbreiten Ihnen  
unverbindlich einen  
Lösungsvorschlag.



Ihre Ansprechpartner bei IFM MANNHEIM:

Prof. Dr. Gert Gutjahr  
Diplom Psychologe  
Geschäftsleitung

☎ 0621 / 17 808 11

✉ prof.gutjahr@ifm-mannheim.de

Jutta Rietschel  
Diplom Psychologin  
Geschäftsleitung

☎ 0621 / 17 808 16

✉ jutta.rietschel@ifm-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Homepage im Internet: [www.ifm-mannheim.de](http://www.ifm-mannheim.de).