

# Assoziationsforschung @ ELBE19 GROUP

**Der Bedarf:** Viele Assoziationen z.B. zu Marken oder Kommunikationsmitteln sind eher unterbewusst und bleiben bei direkter Abfrage verborgen. Mithilfe eines (IAT) **Implicit Association Test** können diese unterbewussten Assoziationen zutage getragen werden.

## Das Angebot

- Beim IAT werden der Zielgruppe bestimmte **Stimuli** (bspw. Bilder) präsentiert, die sie über einen Tastendruck als passend oder nicht passend einordnen soll. Die **Reaktionszeit** in Millisekunden gilt dabei als **Maß für die Assoziationsstärke** zwischen dem zu untersuchendem Objekt (bspw. Marke) und den Attributen.

## Die Vorgehensweise

**Reiz-Reaktions-Messung** über den PC mit Bildern und Begriffen als Stimuli



**Datenanalyse** auf Basis von **Reaktionszeit** und **Assoziationsrichtung**



## Die Benefits

- Vollständige Erkenntnisse** und, insbesondere bei sensiblen Themen, **unverfälschte Ergebnisse**, da Problematik der sozialen Erwünschtheit durch den IAT eliminiert wird.
- Online-Forschungsmodul**, d.h. schnelle und kostengünstige Durchführung im Vergleich zu anderen Methoden und leichtere Rekrutierung von **B2B und B2C-Zielgruppen** (inkl. anspruchsvoller Zielgruppen).
- Individualisierbare Software** (im Hinblick auf Art und Anzahl der Stimuli)
- Erkenntnisgewinn:** Komplexe und auch heikle Themen können reliable und belastbar behandelt werden.
- Referenz** - Kooperation mit **etabliertem Anbieter**

Interesse? Wir helfen Ihnen gerne.

[ute.hunsicker@elbe19.com](mailto:ute.hunsicker@elbe19.com) oder 040/6 385 685 11