

## **Durchbruch im Neuro-Marketing als neue Wunderwaffe in der Werbung**

**Erstmals erfolgreicher Praxistest für evidenzbasierte Neuro-Marktforschung bei Leder und Schuh – Vortrag von ExCentric-Geschäftsführer Erwin Hemetsberger am 8. Oktober um 18:00 an neuen WU Campus.**

Presse-Information, Oktober 2015

Sehr geehrte Damen und Herren,

Neuro-Marketing als international ultimative Entwicklung im stets härter werdenden Wettbewerb um die Kaufkraft der Kunden hat auch Österreich als neueste Wunderwaffe in der Werbung erreicht. Die Prognose-Sicherheit neurowissenschaftlicher Untersuchungen, die auf Basis von EEG und fMRT Menschen beim Denken, sogar Fühlen zusehen, um in Folge noch passgenauere Werbebotschaften möglich zu machen, ist allerdings in Fachkreisen nach wie vor umstritten. Das neu gegründete Wiener Unternehmen *ExCentric Consulting* hat die Methodik mit renommierten ausländischen wissenschaftlichen Partnern aus dem universitären Bereich, den europäischen Neuro-Marketing-Pionieren *Neuromarketing Labs* (Deutschland) und *Neurensics* (Niederlande), im Verbund mit einem ebenso renommierten Diagnosezentrum erfolgreich weiterentwickelt und macht diese österreichischen Firmen jetzt zugänglich.

In einem von der *österreichischen werbewissenschaftlichen Gesellschaft* und der *WU Executive Academy* veranstalteten Vortrag referiert *ExCentric-Consulting*-Geschäftsführer Erwin Hemetsberger am 8. Oktober ab 18:00 Uhr am neuen WU Campus (Adresse: 2., Welthandelsplatz 1) über die gewonnenen Erkenntnisse.

### **Bunte Bilder – aussagekräftige Daten?**

„Zweifellos haben die Neuro-Wissenschaften und ihr kommerzieller Ableger, die Neuro-Ökonomie, in den vergangenen Jahren gewaltige Fortschritte gemacht. Dies vor allem, weil die technische Entwicklung der sogenannten bildgebenden Verfahren (fMRT, EEG) rasant fortgeschritten ist“, erklärt *ExCentric-Consulting*-Geschäftsführer Erwin Hemetsberger. „Ähnlich der Arbeit mit Wärmebildkameras lassen sich aus Neuro-Daten zwar nun schöne Bilder produzieren, die etwa das menschliche Belohnungszentrum ansprechen und dadurch automatisch den Kaufknopf im Gehirn drücken sollen. Wesentlich dabei ist aber, dass dieser Erfolg von Prognosen für Werbebotschaften und konkret für Produkte nachweisbar wird und somit wissenschaftlich fundiert ist.“

### **Langjährige Forschung – bahnbrechende Ergebnisse**

Bei *ExCentric Consulting* und seinen Partnern vereinen sich Know How und Erfahrung aus langjähriger Forschung und Praxis in Marketing, Neuro-Psychologie und kognitiven Neuro-Wissenschaften. Die Ergebnisse von mehr als 25.000 Ganzkopfmessungen mittels fMRT beziehungsweise EEG sowie die Interpretation dieser Ergebnisse für eine Vielzahl an Branchen haben seit 2011 ein Wissen entstehen lassen, dass weltweit seinesgleichen sucht.

Und: Die Ergebnisse werden in der Realität abgetestet. Nur evidenzbasierte Daten wie etwa Verkaufszahlen fließen in die Prognose-Tools ein. Allein das ermöglicht, eine bislang unerreichte Treffsicherheit von Werbebotschaften seriös zu prognostizieren.

### **Österreichisches Top-Unternehmen als Fallbeispiel**

Als erstes erfolgreiches Praxisbeispiel, das die Überlegenheit evidenzbasierter Neuro-Marktforschung gegenüber herkömmlichen Methoden nachweist, wurde in der US-Fachzeitschrift *Journal of Creating Value* im anerkannten *SAGE*-Verlag ein Fallbeispiel der österreichischen Schuhhandelskette *Leder und Schuh* präsentiert. Darin weist der Partner von *ExCentric Consulting*, *Neuromarketing Labs*, nach, dass mit seinen evidenzbasierten Methoden der Verkaufs-Erfolg einer Damenschuhkollektion tatsächlich mit 80-prozentiger Wahrscheinlichkeit vorhergesagt werden kann. Demgegenüber kommen fragebogengestützte Erhebungen auf nur 60 Prozent: [www.excentric.at/service/literatur](http://www.excentric.at/service/literatur)  
[www.excentric.at](http://www.excentric.at)

Ich freue mich über Ihr Interesse, ersuche um Berichterstattung und lade Sie herzlich zum Vortrag am 8. Oktober um 18:00 an der WU (Adresse: 2., Welthandelsplatz 1). ein. Gerne stehe ich Ihnen für alle allfälligen Fragen jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen, Erwin Hemetsberger

**Rückfragehinweis:**

Mag. Erwin Hemetsberger, MBA  
ExCentric Consulting e.U.  
Schopenhauerstraße 47 / 6  
1180 Wien  
T +43 650 70 122 19  
Email: [office@excentric.at](mailto:office@excentric.at)  
[www.excentric.at](http://www.excentric.at)