

# Zeichenbedeutung

Die Semiotik wird auch in der Marktforschung bedeutender; dabei geht es um die Wahrnehmung von Zeichen.



Charlotte Hager, Geschäftsführerin von comrecon, bietet Seminare zur Zeichen- und Symbolsprache in der Werbung an.

... Von Sascha Harold

BADEN. Semiotik ist die Lehre der Zeichen, sie beschäftigt sich also mit Zeichensystemen aller Art und hat in verschiedenen Disziplinen Einzug gehalten. Gerade in der Werbebranche bleibt tendenziell immer weniger Zeit, um Eindrücke zu vermitteln. Deshalb hat die Semiotik auch in der Marktforschung an Bedeutung gewonnen, um unbewusste und versteckte Zeichen und Gesten erkennbar zu machen.

## Versteckte Details

Bei semiotischen Methoden geht es zunächst nicht – oder nur eingeschränkt – um das Offensichtliche, sondern um die oft versteckten Details. Diese Details können eine Werbebotschaft beeinflussen, sowohl positiv als auch negativ. Charlotte Hager, Geschäftsführerin von comrecon brand navigation, hat sich auf Semiotik spezialisiert und erklärt: „In der semiotischen

Werbeanalyse gehen wir genau diesen Weg: Ausgehend vom Detail und seinen Bedeutungen hin zum Gesamtbild und der eigentlichen – unbewussten – Aussage.“

Die Krux liegt bei der semiotischen Marktforschung und -analyse im Detail. Auch Testimonials vermitteln etwa durch ihre Mimik, Gestik und Körperhaltung Botschaften, die nur unbewusst wahrgenommen werden.

## Crashkurs Semiotik

Bei comrecon brand navigation spezialisiert man sich auf die analytische und strategische Unterstützung von Kommunikationsprozessen in Unternehmen. Dabei spielt auch die Semiotik eine immer wichtigere Rolle. Neben der semiotischen Werbeanalyse bietet das Unternehmen deshalb auch Weiterbildungen in diesem Bereich an.

„Ich seh', ich seh', was du nicht siehst“, lautet der Titel eines ein-

tägigen Semiotik-Kurses (siehe Infobox), der sich vor allem an Marketer und Kreative richtet und den Blick für die Details schärfen soll. „Wir sind nicht nur Forscher, sondern auch Trainer, um das Bauchgefühl begreifbar zu machen“, führt Geschäftsführerin Hager aus.

## Semiotische Analyse

### Das Versteckte sehen

In der Semiotik geht es um die oft versteckten Zeichen und Gesten, die unbewusst wahrgenommen werden und eine Botschaft beeinflussen können. Das Marktforschungsunternehmen comrecon brand navigation bietet Seminare an, die die Grundlagen der semiotischen Analyse schärfen sollen. Ziel des Kurses ist das Erkennen von Details und Möglichkeiten, um werbliche Kommunikation effektiver zu gestalten. „Ich seh', ich seh', was du nicht siehst“ ist der Titel eines eintägigen Crashkurses, der einen Einblick in das Thema geben soll. Am 12. Juni 2019 findet der nächste Kurs statt.

## BUCHTIPP

### Status Österreich

WIEN. „Rund drei von fünf Österreichern haben den Eindruck, nicht mehr ganz sicher zu sein, was richtig und falsch in Politik und Wirtschaft und in allgemeinen Lebensfragen ist.“ Das ist eine der Erkenntnisse des neuen Buchs von Paul Eiselsberg, Senior Research Director bei Imas. Wie ist die Stimmung im Land? Wie sicher fühlen sich die Menschen in Österreich und was erwarten sie von der Zukunft? Auf diese Fragen gibt das Buch „Status Österreich – was das Land denkt, fühlt und was es will“ Antworten.

### Kernthesen

Auf insgesamt 101 Charts beleuchtet Eiselsberg aus verschiedenen Perspektiven den österreichischen Status quo. Zwei der Kernthesen: Durch neue Kommunikationsformen vertieft sich die Kluft innerhalb der Gesellschaft. Daraus resultiert eine zunehmende Gesellschaft der Individualisierung und des Rückzugs. Demgegenüber gewinnen jedoch Familie und Freunde an Bedeutung und werden in Zeiten des Wandels zu Leuchttürmen, die Orientierung bieten.



### Die österreichische Seele

Im neuen Buch von Paul Eiselsberg wird dem Land der Spiegel vorgehalten.