

Pressemitteilung

## Marktforschung mittels Sprachanalyse: „GfK MarketBuilder Voice“ gewinnt Innovationspreis

Ein erfolgreiches Produkt muss emotional berühren und Aufmerksamkeit erregen. Für die Marktforschung ist es daher wichtig, unterbewusste Reaktionen auf ein Produkt zu berücksichtigen und messbar zu machen. Bei der Auswertung von Tests zu neuen Produktideen setzt GfK als größtes deutsches Marktforschungsinstitut deshalb auf automatische Stimmanalyse, um die von einem Produkt ausgelösten Emotionen zu ermitteln und so den Erfolg einer Produktidee vorherzusagen. Zusammen mit dem Audio & Artificial Intelligence Unternehmen audEERING GmbH hat der GfK Verein eine Software für Sprachanalyse entwickelt, auf der der Konzepttest-Ansatz „GfK MarketBuilder Voice“ basiert. Diese Software erkennt mittels modernster Audio-Analyse-Verfahren zuverlässig, wie emotional erregt ein potenzieller Kunde auf ein vorgestelltes neues Produkt reagiert. Mit diesem Verfahren gewann GfK den Innovationspreis 2017 des Berufsverbands Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM).

*Gilching/Oberpfaffenhofen - Nürnberg, 16.08.2017:* Was macht Produkte wie das iPhone so erfolgreich? Wie lässt sich der Erfolg einer Produktidee vor Markteinführung vorhersagen? Solche Fragen sind essenziell bei der Gestaltung und Auswertung von Verbrauchertests, die ermitteln sollen, wie Konsumenten auf ein Produkt reagieren. Das Marktforschungsinstitut GfK arbeitet nachhaltig daran, traditionelle Verbrauchertests um neue Tools zu erweitern, die die Akzeptanz von Innovationen besser prognostizieren. Bisherige Testansätze konzentrieren sich in der Regel auf die tatsächlich artikulierte Reaktion eines potenziellen Kunden und lassen einen entscheidenden Aspekt außer Acht: Emotion. Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, müssen Marken und Produkte emotionale Verbindungen zum Kunden herstellen. Berücksichtigt man diese emotionale Komponente, führt dies zu exakteren Erfolgsprognosen, denn es kommt nicht nur darauf an, was Kunden zu einem Produkt sagen, sondern auch wie sie es sagen.

Automatische Stimmanalyse kann das Mittel der Wahl sein, um diese emotionale Komponente in Verbrauchertests messbar zu machen und die intuitive Reaktion des Kunden besser zu verstehen. Zum Einsatz kommt diese Technologie im „GfK MarketBuilder Voice“ – einem Ansatz, der auf gesprochenem und aufgezeichnetem Feedback zu neuen Produktkonzepten basiert. Bei der Auswertung der Sprachaufzeichnungen wird die inhaltliche Analyse der gesprochenen Antworten mit der impliziten, emotionalen Komponente der Antwort kombiniert. Die zugrundeliegende Methode für die emotionale Komponente hat der GfK Verein in Zusammenarbeit mit dem Audio

& Artificial Intelligence Unternehmen audEERING GmbH entwickelt. Das Software-Tool wertet Sprachaufzeichnungen aus, in denen Probanden gefragt wurden, was sie von einer neuen Idee oder einem neuen Produkt halten, indem es die emotionale Wirkung misst. Dies erfolgt durch Berechnung von Sprachmerkmalen wie Tonlage oder Sprechrhythmus und ermöglicht die Bestimmung des emotionalen Erregungsgrades bei potenziellen Kunden. Die Technologie dieses Messverfahrens basiert auf dem Audio-Analyse-Toolkit „openSMILE“, das in langjähriger Forschungsarbeit von audEERING CEO Univ.-Prof. Björn Schuller und seinem Team entwickelt wurde. openSMILE hat sich erfolgreich im Bereich Computer Audition und Affective Computing als weltweit bekannter Standard zur automatischen Emotionserkennung aus dem Audiosignal etabliert.

Um die emotionalen Nuancen im Sprachsignal eines Probanden zu ermitteln, berechnet die Software mehr als 6000 Audio-Merkmale. Die Auswahl dieser sogenannten „ComParE“ Merkmale wurde im Rahmen mehrerer von Univ.-Prof. Schuller organisierten internationalen Forschungswettbewerbe optimiert und validiert. Mittels Deep Learning Methoden lassen sich aus der Vielzahl an Daten mit hoher Genauigkeit Sprecheremotionen robust berechnen.

GfK MarketBuilder Voice fokussiert sich dabei auf die emotionale Aktivierung (wissenschaftlich: Arousal), die in der Stimme der Befragten zum Ausdruck kommt. Zur Optimierung des Verfahrens wurden mehr als 32 Stunden Sprachmaterial aus Marktforschungsstudien in Deutsch, Englisch, Spanisch und Chinesisch verwendet und von Psychologen hinsichtlich der darin enthaltenen Emotionen analysiert.

Für diesen innovativen Ansatz zur Marktforschung hat GfK den Innovationspreis 2017 des Berufsverbands Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) gewonnen. Verliehen wurde die Auszeichnung im Rahmen des 52. Kongresses der Deutschen Marktforschung am 19. Juni 2017 in Berlin.

„Wir haben das Tool ausführlich getestet und uns davon überzeugt, dass es bestimmte Aspekte der Emotionen so gut aus der Stimme herausfiltern kann wie das auch Menschen können.“, erklärt Raimund Wildner, Geschäftsführer und Vizepräsident des GfK Vereins.

„Wir sind sehr stolz, dass GfK mit GfK MarketBuilder Voice in der Marktforschung neue Maßstäbe setzt und unsere Technologie wesentlich dazu beiträgt. Das Einbeziehen des Emotionszustandes in die Bewertung von Marken und Produkten ist essenziell für intelligente Entscheidungen im Marketing- und auch im Entwicklungsprozess.“, sagt Dagmar M. Schuller, Geschäftsführerin und Gründungsmitglied der audEERING GmbH.

### Über die audEERING GmbH

Die 2012 gegründete audEERING GmbH ist ein führendes Unternehmen im Bereich der intelligenten Audiosignalanalyse. Die von audEERING entwickelte Technologie ermöglicht unter anderem automatische Emotions- und Sprecherzustandserkennung aus Sprachsignalen mit mehr als 50 Emotionsklassen, Audio/Context-Analyse sowie Methoden zur Musiksinalanalyse, und ermöglicht es, künstliche Intelligenz emotional und sozial zu machen. Dabei kommen innovative und neuartige Deep Learning, Transfer Learning und Feature Extraction Methoden zum Einsatz. audEERING wurde als einer von zehn „Vendors to Watch“ im Bereich Artificial Intelligence von Gartner, Inc. genannt (Mai 2017) und ist Partner in H2020 EU Projekten, BMBF Projekten und Grant-Host des European Research Council für Excellence Science im Bereich Emotions- und Zustandserkennung aus der Sprache.

Das am Technologiestandort Gilching bei München ansässige Unternehmen zählt unter anderem multinationale Konzerne aus der Telekommunikations-, Automobil- und Marktforschungsbranche genauso zu seinen Kunden wie führende nationale und internationale Medienunternehmen, Hardwarehersteller und Dienstleister. Weitere Informationen im Internet unter [www.audeering.com](http://www.audeering.com).

### Über den GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 550 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE. Weitere Informationen unter [www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org).

### Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)

### Pressekontakt:

**Dr. Martin Wöllmer**

audEERING GmbH

Office:

Friedrichshafener Str. 3

82205 Gilching

[mw@audEERING.com](mailto:mw@audEERING.com)

+49-8105-7756150