

## **SAM Sensory and Marketing International – 25 Jahre Leidenschaft für Sensorik und Konsumentenforschung**

Die in München ansässige SAM Sensory and Marketing International wurde im September 1987 gegründet und ist heute mit über 100 Partnern in mehr als 40 Ländern weltweit eines der führenden Unternehmen im Bereich Sensorik und Konsumentenforschung. Neben der sensorischen Analyse bedient die SAM als Fullservice-Dienstleister das gesamte Spektrum der deskriptiven, qualitativen und quantitativen Marktforschung – von der Ideengeneration für Innovationen über den gesamten Produktlebenszyklus. Dank den Ergebnissen aus ihren Studien unterstützt die SAM zahlreiche Unternehmen dabei, ihre Marketingmaßnahmen zu optimieren, Absatzzahlen über Jahre nachhaltig positiv zu entwickeln sowie Preispotentiale durchzusetzen und Kosteneinsparungen ohne Akzeptanzverluste zu realisieren.

### **Wie kann man sein Produkt so verändern, dass es von seiner Zielgruppe in den Zielmärkten am meisten präferiert wird?**

Die Beantwortung dieser Frage bestimmt maßgeblich das Leistungsportfolio der SAM. Sie unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung ihrer Produkte zum Benchmark. Dazu gehören Akzeptanzmessungen mit der Zielgruppe und in den Zielmärkten, die Messung der Passung von Auslobungen zum Produkt, die Ermittlung von Stärken und Schwächen von Produkten, die Passung von Produkten zur Marke, die Erschließung internationaler Märkte und die Erschließung von Potential für strategische Positionierung.

Noch nie waren Produkte so gut wie heute – und bei immer besser werdendem Angebot gewinnt die **Auslobung bestimmter Produkteigenschaften** und ihrer Wahrnehmung durch den Konsumenten besondere Bedeutung. Dr. Martin Kern hebt dazu hervor: „Viele Auslobungen werden vom Konsumenten nicht in der Form empfunden, wie sie auf der Verpackung stehen. Dies ist eine zentrale Ursache für Produktenttäuschung und mangelnden Wiederkauf. Auf diese Weise gehen wertvolle Marktpotenziale verloren und Marken bleiben deutlich hinter ihrem Potential zurück.“

Seit 2007 ist die SAM mit eigenen Testinstituten in Hamburg, Mailand, München, Paris und Zürich vertreten. Aus einer Datenbank von mehr als 50.000 Konsumenten können an allen Standorten zielgruppenspezifische Stichproben zusammengestellt werden. Insgesamt stehen mehr als 200 Sensorik-Testplätze, davon 70 nach DIN-Norm ausgestattete Multimedia Sensorikkabinen, zur Verfügung.

SAM – makes sense.

### **Ansprechpartner**

**Dr. Martin Kern, CEO**

SAM – Sensory and Marketing International

Oetztaler Strasse 1

D-81373 München

Telefon: +49 89 743 767 0

E-Mail: [martin.kern@samresearch.com](mailto:martin.kern@samresearch.com)



**SAM Sensory and Marketing  
International**

SAM – Sensory and Marketing International GmbH,  
BVE Kurzdarstellung, 28. August 2012