



SensUp®

Die können das schmecken? Mit SensUp®!



Mit SensUp® werden normale Konsumenten zu Sensorikern...

Feinste Messung von Produkteigenschaften

SensUp® ist ein spezielles Messverfahren zur Wahrnehmung von Sinneseindrücken. Es eignet sich für alle Produkte, die über sensorische Eigenschaften verfügen, deren Ausprägungen bei normalen Konsumenten mit klassischen Testverfahren nur sehr schwer zu erkennen und messbar sind. Normale Konsumenten bekommen durch dieses Verfahren die Möglichkeit, feinste Unterschiede auszudrücken und zu bewerten.

Im Vergleich zu klassischen Produkttests zeichnet sich **SensUp®** durch zwei zentrale Vorteile aus, die detaillierte und umsetzbare Ergebnisse liefern:

Zum einen ist die Messung jeder Produkteigenschaft maßstabgetreu und verhältnismäßig genau, d. h. durch den Einsatz der Magnituden-Skala (eine individuelle, nach oben offene Skala) erfolgt eine maßstabgetreue und verhältnismäßig genaue Messung der Produktunterschiede, denn der Skalenumfang ist stets ausreichend und die Testperson kann Ihr Urteil sehr fein abzustufen – d.h. auch sehr geringe Produktunterschiede werden offen gelegt.

Der zweite Vorteil ergibt sich durch die mehrdimensionale Aussage über Ausprägungsstärke und „Gefallen“:

Durch die kombinierte Erfassung von Ausprägungsstärke und Likes-Anteilen erfährt man nicht nur, in welchem Umfang eine Ausprägung vorhanden ist, sondern zusätzlich auch, ob diese Ausprägungsstärke akzeptiert bzw. gemocht wird oder nicht.

Herkömmliche Skalen können Unterschiede nur begrenzt darstellen

Das Problem herkömmlicher Skalen wird deutlich, wenn mehrere Produkte bewertet werden sollen, die feine, aber entscheidende Unterschiede aufweisen.

Nehmen wir an, die Würze von drei Produkten soll verglichen werden.

Der Proband empfindet Produkt 1 als „sehr würzig“.

Folgerichtig wird auf einer herkömmlichen 7er Skala eine „7“ vergeben.

Anschließend wird Produkt 2 im Geschmack noch deutlich „würziger“ als Produkt 1 empfunden. Welchen Skalenwert wird der Proband wählen?

In der Regel wird er wieder „7“ wählen.

Schließlich folgt Produkt 3. Es ist nur „etwas weniger würzig“ als Produkt 2 aber „würziger“ als Produkt 1, liegt also in seiner Würzigkeit zwischen Produkt 1 und 2. Welchen Skalenwert wählt die Testperson?

Auch hier wird häufig die „7“ gewählt.

Die Wahrnehmung der Produktunterschiede wird folglich nur ungenau bewertet. Produktentwickler erhalten somit nur unzureichende Informationen für die weitere Rezepturenentwicklung und Produktoptimierung.

Durch die Magnitude Estimation Scale (MES) werden die Unterschiede sichtbar

Beim **Sensup®**-Verfahren gibt es keine Eingrenzung der Skalenwerte. Jeder Konsument wählt seine individuelle Skala – mit einem 0-Punkt, und nach oben unbegrenzt!

Er kann so dem 2. Produkt gegenüber dem 1. Produkt einen doppelt so großen Wert geben. Und er kann dem 3. Produkt einen nur geringfügig geringeren Wert als dem 2. Produkt geben.

Dadurch werden die Unterschiede nicht nur sichtbar, sondern auch noch verhältnismäßig bewertet.

In Zahlen ausgedrückt:

Die 3 Produkte werden hinsichtlich einer bestimmten Eigenschaft (z.B. Würzigkeit) geprüft

- Produkt 2 ist etwas würziger als Produkt 1
- Produkt 3 ist dreimal würziger als Produkt 2

Nur die **SensUp®**-MES-Skala (rechts) gibt diese Unterschiede verhältnismäßig wieder!

	Werte auf Treppenskala 1-7				
	TP 1	TP 2	TP 3	TP 4	TP 5
Produkt 1	4	3	4	2	6
Produkt 2	5	4	5	2	7
Produkt 3	7	7	7	6	7

Werte auf Magnitude Estimation Scale				
TP 1	TP 2	TP 3	TP 4	TP 5
40	80	200	50	500
43	90	205	58	520
120	240	600	150	1500

	Ø (Treppenskala 1-7)
Produkt 1	3,8
Produkt 2	4,6
Produkt 3	6,8

	Ø (normiert)
	33
	36
	100

Ermittlung der entscheidenden Produkteigenschaften

In der Ergebnisanalyse werden aber nicht nur die Bewertungen der einzelnen sensorischen Produkteigenschaften berücksichtigt. Darüber hinaus werden die für einen positiven Gesamteindruck wichtigsten Produkteigenschaften identifiziert. Dies geschieht durch eine **Treiberanalyse** (Penalty Reward Analyse), die in Abhängigkeit vom Gesamturteil gerechnet wird.

Abgleich mit dem Idealprodukt

Durch die hochgradig differenzierende Messtechnik von **Sensup®** werden nicht nur Ausprägung **und** Akzeptanz von Produkteigenschaften im Vergleich zu anderen Produkten (beispielsweise von Mitbewerbern) ermittelt. Auch werden die Probanden gebeten, die getesteten Produkte in Relation zum persönlichen Idealprodukt einer Kategorie zu bewerten. Durch dieses Benchmarking ergeben sich wertvolle Hinweise für die gewinnbringende Optimierung des eigenen Produkts.

Typische Einsatzbereiche

Das **Sensup®**-Verfahren lässt sich ideal einsetzen bei (Neu-) Entwicklung und Optimierung von Produkten mit sensorischen Eigenschaften (Geruch, Geschmack, Haptik, Optik).

Für **Benchmarking** oder Vergleiche mit Konkurrenzprodukten liefert das Verfahren exakte Hinweise für gewinnbringende Änderungen der Rezeptur.

Auch kann der **Markeneinfluss** gemessen werden, indem die Ergebnisse zweier Tests mit und ohne Markeneinfluss (Blindtest) verglichen werden. Rezepturanpassungen können dabei Kostenersparnis (z. B. durch Austausch von Zutaten) und Rationalisierung bedeuten.



Rufen Sie uns einfach an oder mailen Sie uns, wir beraten Sie gern persönlich!

Ihre Kontakte:

Ulrich Rieger +49(0)40 65800638
Ulrich.Rieger@mwresearch.de

Mike Adrian +49(0)40 65800623
Mike.Adrian@mwresearch.de