

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Marketagent.com lanciert Länderpanel Nummer 50

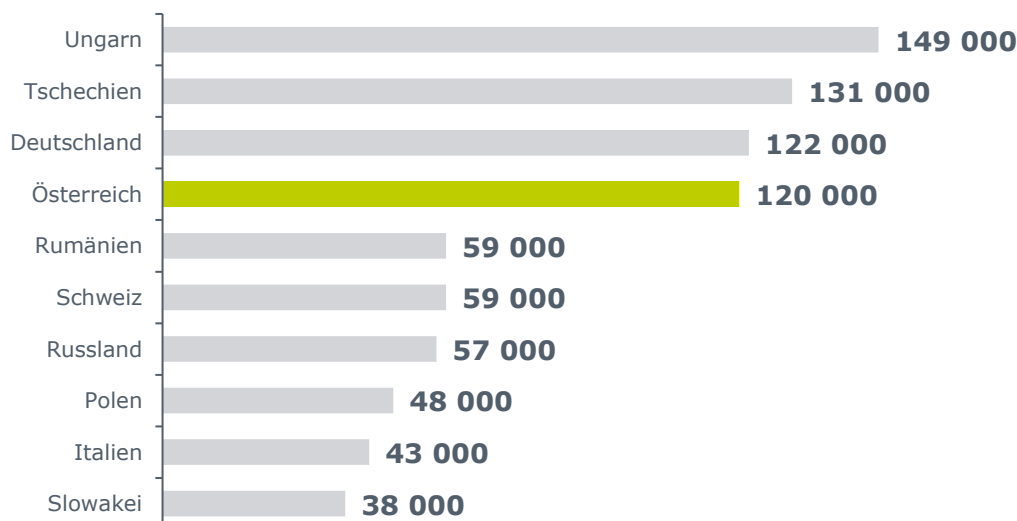
Panel-Start in Lettland.

Das auf digitale Markt- und Meinungsforschung spezialisierte Institut Marketagent.com hat sein ISO-zertifiziertes Online Panel dieser Tage in Lettland ausgerollt und damit das fünfzigste Land mit seinen Research-Services erschlossen. Aktuell stehen knapp 1,2 Millionen befragungswillige Konsumenten zur Verfügung und Tag für Tag kommen durchschnittlich 1.300 potenzielle Umfrage-Teilnehmer dazu. Der Internationalisierungs-Strategie bleiben die Forscher aus Baden bei Wien treu. So ist für heuer noch die Expansion in drei weitere Märkte in Südamerika geplant.

Unser Erhebungsmedium kennt keine Grenzen. Wir auch nicht.

Durch die fortschreitende Digitalisierung in der Markt- und Meinungsforschung spielen geografische Grenzen eine immer geringere Rolle und mehr und mehr länderübergreifende Research-Projekte werden zentral über ein Institut abgewickelt. Marketagent.com hat diese Entwicklung bereits früh erkannt und seit Anbeginn eigene Panel-Kapazitäten in den Nachbarländern angeworben. Aktuell können Studien in 50 Märkten und 28 Sprachen über unseren selbst rekrutierten Teilnehmerpool angeboten und durchgeführt werden - von Norwegen bis Südafrika. Das sichert nicht nur Unabhängigkeit vom schrumpfenden Heimmarkt, sondern schafft auch den Zugang zu internationalen Multi-Country-Projekten. Bereits heute wird jeder zweite Umsatz-Euro außerhalb Österreichs generiert, so Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent.com.

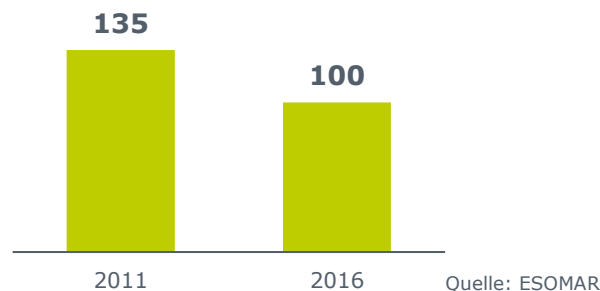
Top 10 Panel-Kapazitäten



Unabhängigkeit vom „schwächelnden“ Heimmarkt.

Der österreichische Research-Markt ist schon seit einigen Jahren unter Druck. Big Data, Social Media Analysen, die Digitalisierung und der Trend zu Do it yourself sind nur vier Gründe für einen kontinuierlichen Umsatzrückgang in der Branche seit dem Jahr 2011. So waren unsere Expansionsaktivitäten stets auch immer eine strategische Entscheidung, so Schwabl. Werden in Österreich pro Jahr und Kopf laut ESOMAR 12,72 Dollar in Marktforschung investiert, so belaufen sich die Pro-Kopf-Ausgaben auf 24,61 Dollar in der Schweiz und 33,44 Dollar in Deutschland. Verglichen mit der D-A-CH Region sind die höchsten Spendings für Markt- und Meinungsforschung in den USA (60,28 Dollar) und Großbritannien (101,29 Dollar) zu finden.

Research Umsätze in AT in Mio €



„50 Länder, ein Ansprechpartner“ oder „Zu viele Köche verderben den Brei“.

Ein zentraler Ansprechpartner und die parallele Abwicklung in mehreren Märkten erlauben eine maximale Ausschöpfung vorhandener Effizienz- und Effektivitätsvorteile. Die Berücksichtigung kultureller Unterschiede im Studien- und Fragebogendesign ist dabei unabdingbare Grundvoraussetzung, ansonsten kennt das Online Research-Instrumentarium keine Sprach- und Ländergrenzen. Die Abwicklung von Multi-Country-Studien zählt daher zu den Schwerpunkten von Marketagent.com.

Nur eigene Panel-Kapazitäten erlauben ein lückenloses Qualitätsmanagement über den gesamten Marktforschungsprozess. Marketagent.com vertraut daher ausschließlich auf interne Ressourcen. Streng nach den Richtlinien der ISO Norm 26362 und dem Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen stehen Online Access Panels in 50 Ländern zur Verfügung.

1.300 neue Mitglieder pro Tag.

Tag für Tag rekrutiert Marketagent.com rund 1.300 neue befragungswillige Konsumenten über ein breites Portfolio an Medien und Partnern. Um eine Verzerrung in Richtung Internet-Vielnutzer (sog. „Heavy User Bias“) bestmöglich zu verhindern, setzen die Marktforscher aus Baden bei Wien verstärkt auf Offline-Aktivitäten im Zuge der Mitglieder-Anwerbung. Mittels Print-Anzeigen, Plakat-Werbung, Hörfunk- und TV-Spots wird ein stetiges Panel-Wachstum sichergestellt. Mit 30. Juli startet „OIDA!?“ , eine frische und freche Kooperation mit KRONEHIT Radio. Zu den zentralen Motiven für die Anmeldung im Marketagent.com Online Panel zählen das grundsätzliche Interesse an Marktforschung (39,2%), Neugierde (34,0%), die Möglichkeit Trends mitzubestimmen (32,6%) und Incentives (30,1%).

KRONEHIT und MARKETAGENT.COM präsentieren



ISO zertifizierte Qualität.

Marketagent.com hat sich 2009 als erstes Institut im deutschsprachigen Raum nach der ISO-Norm für Online Access Panels (ISO 26362:2009) zertifizieren lassen. Mit der ISO-Zertifizierung wollen wir unsere umfassenden Bemühungen im Bereich der Qualitätssicherung objektivieren und unseren Auftraggebern größtmögliche Transparenz bieten. Ziel war es von Beginn an Markt- und Meinungsforschung ohne Blackbox-Problematik anzubieten und daher haben wir vergleichbar mit einer Schauküche seit jeher unsere Auftraggeber mit Zwischenergebnissen in Echtzeit versorgt. Durch unsere Mitgliedschaft im nationalen Normungskomitee sind wir heute aktiv an der Gestaltung von Industriestandards zur Qualitätssicherung beteiligt, erläutert Thomas Schwabl.

Baden, 25. Juli 2018

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Mag. Thomas Schwabl

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

t.schwabl@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 1.200.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-

Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.