

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

„OIDA!?“: Kooperation mit KRONEHIT als wichtige Säule in der crossmedialen Panelrekrutierung

Die breiteste Rekrutierungsstrategie der Branche dank Hörfunk, TV und Print

Vor wenigen Tagen startete mit „OIDA!?“ (Österreich Im Detail Abgefragt) eine gemeinsame Promotion von KRONEHIT Radio und dem digitalen Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com. Frei nach dem Motto „Wie tickt Österreich?“ ist das Kooperationsprojekt einen ganzen Monat lang im Radio zu hören und gibt den KRONEHIT -HörerInnen die Möglichkeit, interessante Facts über Herrn und Frau Österreicher zu erraten. Aufgelöst werden die Fragestellungen auf Basis einer repräsentativen Studie unter 2.000 Teilnehmern. Begleitend dazu schaltet Marketagent.com eine Hörfunk-Kampagne und forciert damit einmal mehr die Mitglieder-Anwerbung über Offline-Kanäle.

Die Zusammenarbeit mit KRONEHIT stellt dabei einen wichtigen Baustein dar, denn: Um Verzerrungen in Richtung Internet-Vielnutzer zu reduzieren (sog. „Heavy User Bias“), hat Marketagent.com das wohl umfassendste Rekrutierungsprogramm fernab des WWW implementiert. Tag für Tag rekrutieren die Marktforscher aus Baden bei Wien rund 1.300 neue befragungswillige Konsumenten über ein breites Portfolio an Medien und Partnern und setzen dabei verstärkt auf Offline-Aktivitäten. „Mit unserer TV-Werbung, zahlreichen Print-Kampagnen und unserem Hörfunk-Spot „Verschlafen Sie nicht die Trends von morgen“ verfolgen wir die breiteste crossmediale Rekrutierungsstrategie des Landes. Damit stellen wir sicher, dass wir potenzielle Umfrageteilnehmer über verschiedene Inhalte und Kanäle ansprechen“, fasst Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent.com, das Spektrum an Aktivitäten in der Panel-Anwerbung zusammen.

Dieser Mix aus On- und Offline-Rekrutierung, kombiniert mit einem umfassenden Panel-Management und einer weitreichenden Qualitätssicherung, bildet den Grundstein für sorgfältig durchgeführte Digital Research Projekte.

KRONEHIT und MARKETAGENT.COM präsentieren



Size matters!

Nur ein großer und stetig wachsender Teilnehmerpool gewährleistet eine hohe Qualität bei der Stichprobenziehung. So können Profitester verhindert sowie ausreichende Quarantänezeiten zwischen den Umfrageteilnahmen und eine homogene Panelauslastung sichergestellt werden. „Das Marketagent.com Online Access Panel ist das größte seiner Art in Österreich und zählt mittlerweile 1,2 Millionen Mitglieder rund um den Globus (120.000 in Österreich). Die Größe ist nicht nur ein wichtiger Schutz gegen Überforschung, sondern hilft auch enge Nischen-Zielgruppen effizient zu erreichen“, so Thomas Schwabl. Aktuell wächst dieser Pool an Meinungsbildnern um durchschnittlich 1.300 neue Umfrageteilnehmer pro Tag.

Wenn Ländergrenzen verschwinden

Die fortschreitende Digitalisierung geht Hand in Hand mit einer zunehmenden Internationalisierung und führt dazu, dass auch in der Markt- und Meinungsforschung geografische Grenzen eine immer geringere Rolle spielen. Insbesondere das Instrumentarium der Online-Forschung ist prädestiniert für länderübergreifende Befragungen. „Hier kommen Effizienz- und Effektivitätsvorteile besonders stark zum Tragen, da Multi-Country-Studien zentral über einen Ansprechpartner konzipiert und abgewickelt werden können. Marketagent.com hat diese Entwicklung bereits früh erkannt und seit Anbeginn eigene Panel-Kapazitäten in den Nachbarländern angeworben“, so Thomas Schwabl weiter. Während in den letzten Jahren der Fokus auf Zentral- und Osteuropa lag, können nun auch Märkte in den USA, Kanada und Südamerika über selbst rekrutierte Kapazitäten befragt werden. Aktuell können Studien in 50 Märkten und 28 Sprachen über den selbst rekrutierten Teilnehmerpool angeboten und durchgeführt werden - von Norwegen bis Südafrika.

Dokumentierte Qualität

Marketagent.com war 2009 das erste Institut im deutschsprachigen Raum mit einem nach ISO Norm 26362 zertifizierten Online Access Panel. Davon sind sämtliche Arbeits- und Prozessabläufe bei Forschungsprojekten berührt – von den Verantwortungs- und Managementstrukturen über die Rekrutierung der Panelmitglieder und die Validierung der Datensätze bis hin zum Reporting. Damit bestätigen die digitalen Marktforscher nicht nur ihre Vorreiterrolle in der Online Markt- und Meinungsforschung, sondern unterstreichen auch den eigenen Qualitätsanspruch. „Mit der ISO-Zertifizierung wollten wir unsere umfassenden Bemühungen im Bereich der Qualitätssicherung objektivieren und unseren Auftraggebern größtmögliche Transparenz bieten. Dieses Thema liegt uns am Herzen und so sind wir durch unsere Mitgliedschaft im nationalen Normungskomitee heute aktiv an der Gestaltung von Industriestandards zur Qualitätssicherung beteiligt“, so Schwabl.

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009