



Um Profitester und die Überforschung eines Online Panels zu vermeiden, ist ein ausreichend großer Teilnehmerpool unausweichlich. Das Marketagent.com Online Access Panel ist das größte seiner Art in Österreich und umfasst mittlerweile mehr als 760.000 befragungswillige Konsumenten in 23 Ländern (Stand 11/2016). Zeit- und Themensperren gewährleisten eine gleichmäßige Auslastung und 350 neue Mitglieder pro Tag stellen sicher, dass die Abstände zwischen den einzelnen Teilnahmen groß genug sind.

**But Size is not all!** Insbesondere die Rekrutierungsstrategie hat einen wichtigen Einfluss auf die Panelqualität. Marketagent.com verfolgt daher seit Anbeginn einen breiten Ansatz an On- und Offline Aktivitäten um neue Panelisten zu gewinnen. Diese Bemühungen haben 2016 mit einer Radio-Kampagne auf KRONEHIT und Anzeigen im WEEKEND Magazin ein neues Niveau erreicht. Begleitet von der Print-Kampagne „Ihre Meinung zählt und zahlt sich aus“ war unser Spot „Verschlafen Sie nicht die Trends“ in Summe 330 Mal on Air. Für das Jahr 2017 wird die Rekrutierung über Zeitschriften und Magazine fortgeführt (z.B. mit GUSTO), wobei hier themenspezifische Aussagen im Fokus stehen. Damit stellen wir sicher, dass wir potenzielle Umfrageteilnehmer über verschiedene Inhalte ansprechen.

Um die Gesamt-Population vollumfänglich abzudecken, darf die Mitglieder-Anwerbung über das Internet nicht fehlen. Alleine im vierten Quartal 2016 haben wir in Kooperation mit Herold Business Data 780.000 Stand Alone Newsletter zur Panelisten-Rekrutierung versendet. Unsere Online-Aktivitäten umfassen aber auch Display-Kampagnen, Retargeting, Social Media Aktivitäten und Suchmaschinen-Marketing. Dieser Mix aus On- und Offline-Anwerbung, kombiniert mit einem umfassenden Panel-Management und einer weitreichenden Qualitätssicherung, bilden den Grundstein für sorgfältig durchgeführte Digital-Research-Projekte.

- ISO-zertifizierte Panel-Qualität
  - + Breite Rekrutierungsstrategie
  - + 760.000 Panelisten aus 23 Ländern
  - + 350 neue Mitglieder pro Tag
- 
- = State of the Art Digital Research

