

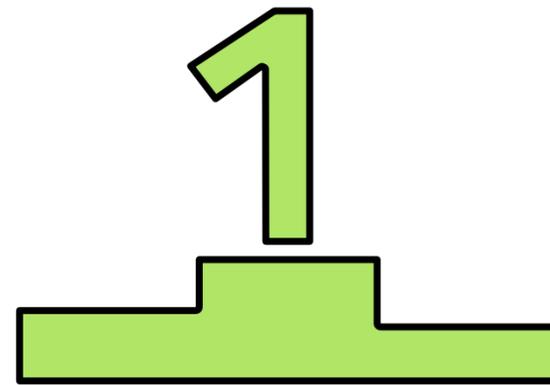


**Willkommen**

marketagent.

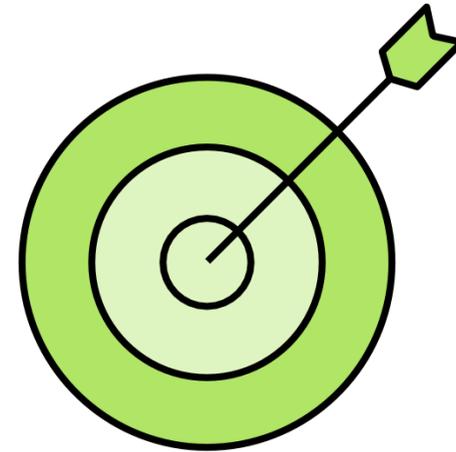
**einfach  
schnell  
fragen.**

# Digital Research mit Herzblut



Pionier und Innovationsführer

# 4 zentrale Vorteile der Online-Forschung



Multimedialität

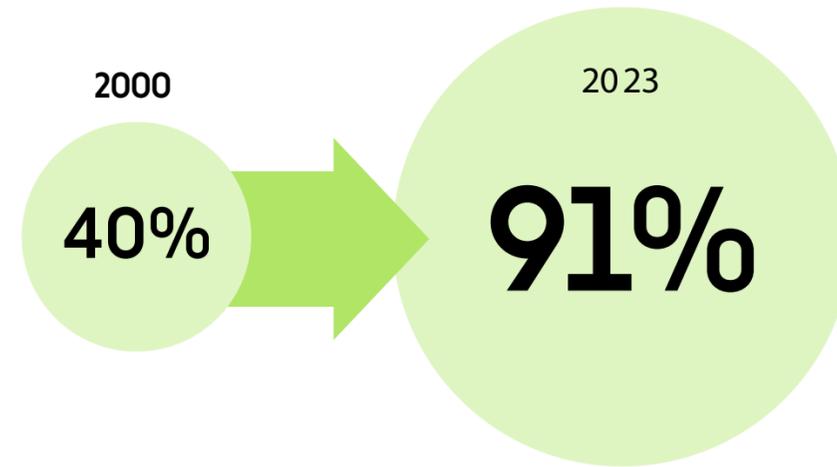
Schnelligkeit

Kosteneffizienz

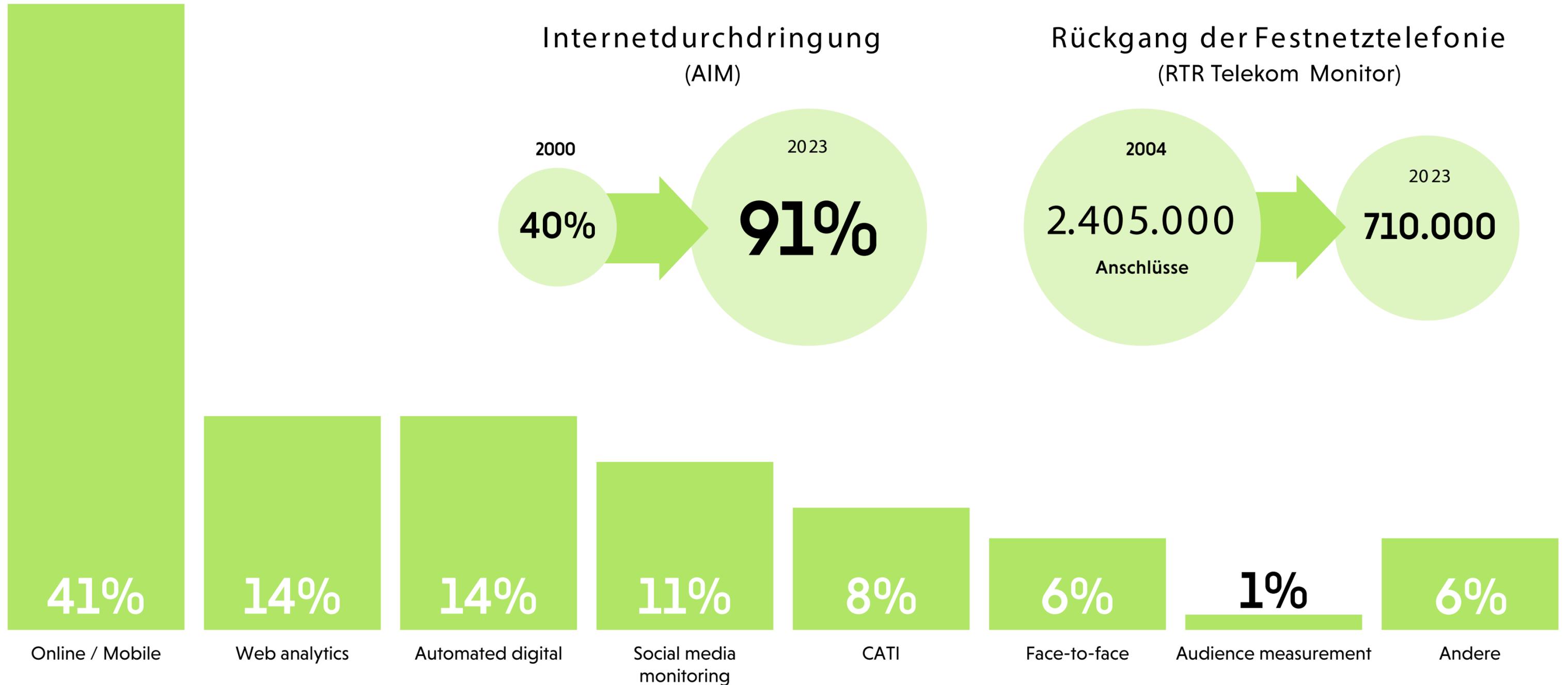
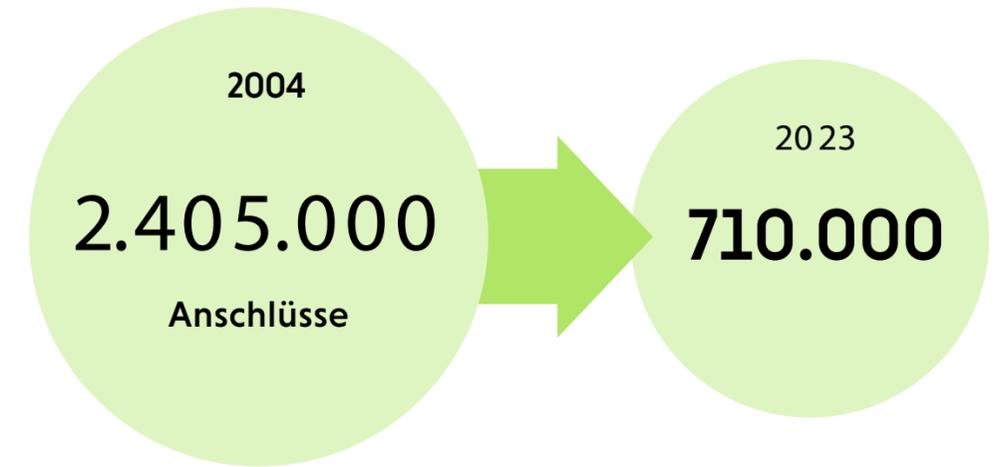
Streuverlustfreies Targeting

# Methodischer Background

Internetdurchdringung  
(AIM)



Rückgang der Festnetztelefonie  
(RTR Telekom Monitor)



Umsatzverteilung weltweit (ESOMAR)

# Eckdaten im Überblick

Online Access Panel mit

**3.200.000**

Teilnehmer\*innen (+1.300 pro Tag)

**1.300**

Online-Studien pro Jahr

**1.000.000**

CAWI-Interviews pro Jahr



# Standorte

# Mitarbeiter\*innen und Standorte

Standorte in Österreich, der Schweiz und Slowenien

**Zürich**

**1**

Mitarbeiter

**Baden**

**26**

Mitarbeiter\*innen

**Maribor**

**4**

Mitarbeiter\*innen

# Online Research Tools

- Werbemittel-Pre- und Posttests
- Markenkernanalysen
- Brand-Positioning
- Marktsegmentierung
- Zielgruppenanalyse
- Trackingstudien
- Usage & Attitude Studien
- Motiv-Analysen
- Ideenscreening
- Konzept- und Produkttests
- Verpackungstests
- Regaltests
- Home-Use-Tests
- Testimonial-Tests
- Logo- und Namenstests
- Claim- und Slogantests
- Pricing-Forschung
- Conjoint-Measurement
- Kunden-/ Mitarbeiterbefragungen
- Website-Befragungen
- Studien mittels POS Rekrutierung
- KI-gestützte Befragungen

# Referenzen

- A1 Telekom Austria
- Bank Austria
- Coca-Cola
- Eviso
- Felix Austria
- Generali Versicherung
- Hervis
- IKEA
- Kuratorium für Verkehrssicherheit
- Maresi
- McDonald's
- Nespresso
- Österreichische Post
- Ottakringer
- Parship
- Sanova
- Sky
- Spar
- Stihl
- Universität Wien
- Ventocom
- willhaben

# Das sagen unsere Kund\*innen

karriere.at

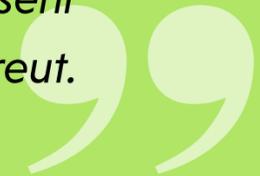


*Studien von Marketagent sind für uns ein umfassender Grad- und Trendmesser. Die Ergebnisse dienen uns sowie unseren Kunden und Partnern als wertvolle Orientierungshilfe und Handlungsanleitung. Als Branchenleader untermauern wir damit unsere Rolle als Impulsgeber und Innovationstreiber.*

Mag. Johanna Mayr, Head of Brand & Communications

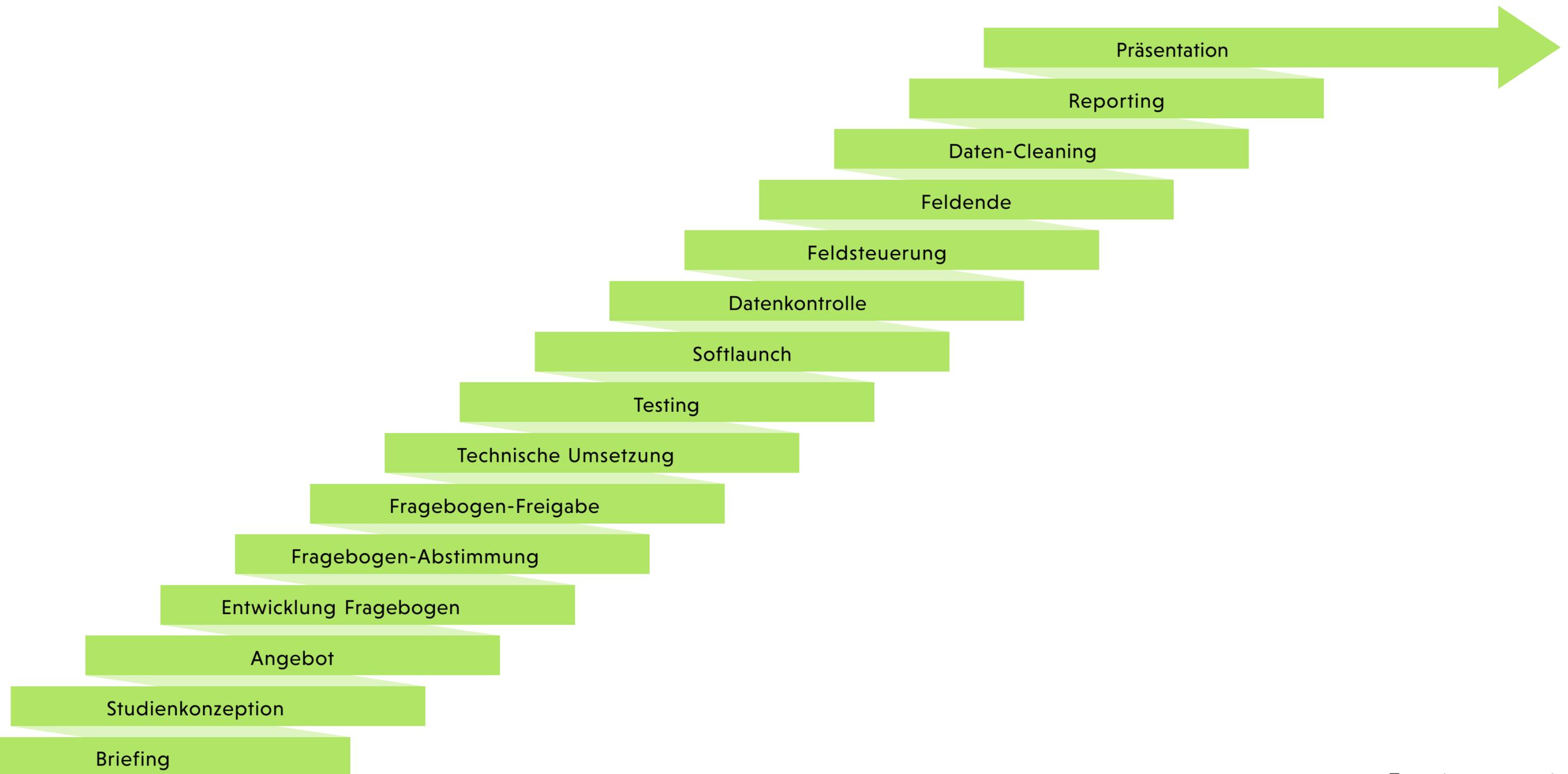
Österreichisches Rotes Kreuz

*Bei unterschiedlichen Umfragen oder spontan benötigten Studien werden wir von Marketagent unkompliziert, schnell, kompetent und dennoch sehr persönlich betreut.*



Gerald Czech, Marketingleiter

# Ein typischer Projektverlauf



# „Take the fast lane“



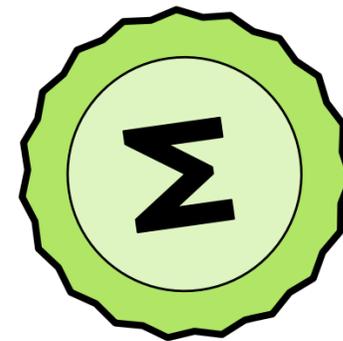
# 4 Stellschrauben für die Investitionskosten



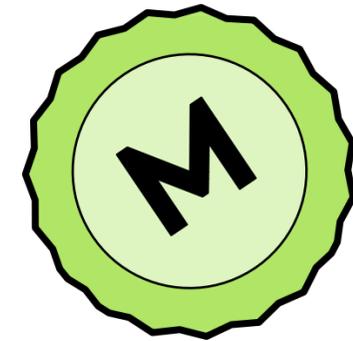
Fragebogenlänge



Stichprobengröße



Erreichbarkeit  
der Zielgruppe  
(Inzidenz)

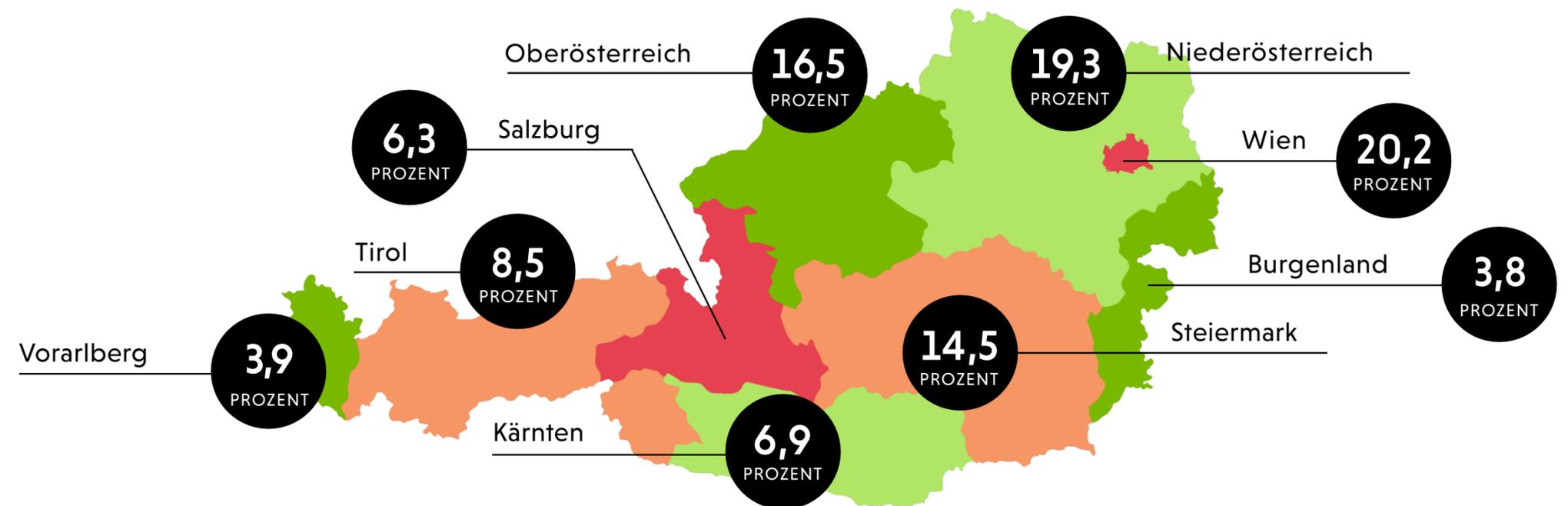
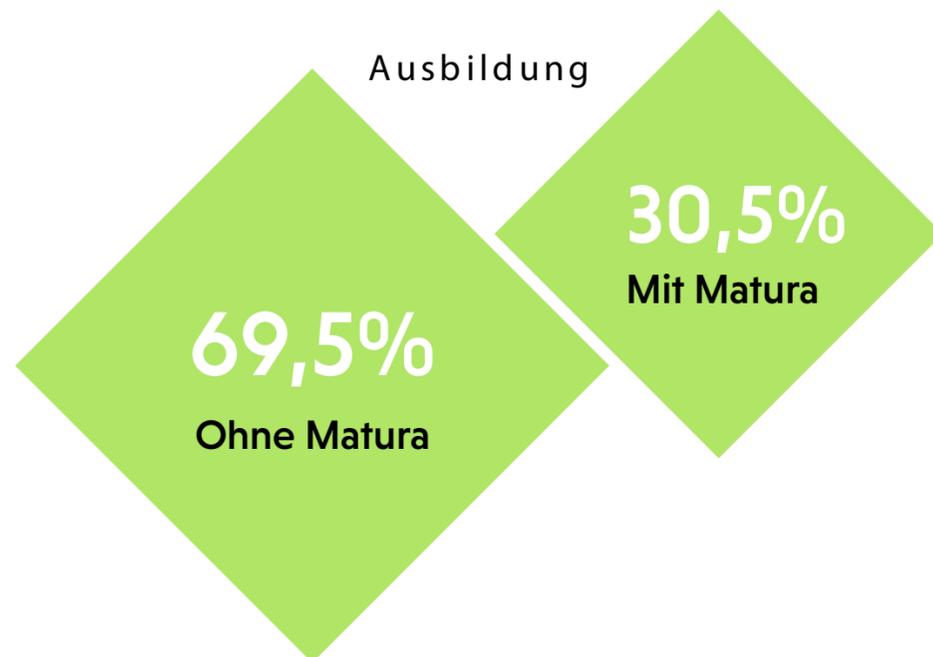


Beratungsumfang

# Stichprobenziehung

verkleinert, aber strukturgleich

	Männlich: 49,9 %	Weiblich: 50,1%	Sample total
14 - 19 Jahre	9,4%	9,9%	9,7%
20 - 29 Jahre	17,3%	17,3%	17,3%
30 - 39 Jahre	18,1%	17,5%	17,8%
40 - 49 Jahre	22,0%	22,0%	22,0%
50 - 59 Jahre	18,4%	18,3%	18,3%
60 - 69 Jahre	14,7%	14,9%	14,8%



# Das Herzstück: Unser Online Access Panel



Eigene Panelkapazitäten in 89 Ländern

Panel-Size: 3,2 Millionen

1.300 Neuanmeldungen pro Tag

# Die 4 Säulen der Panelrekrutierung

Heterogenität

Stetigkeit

Medienbruch

Validierung

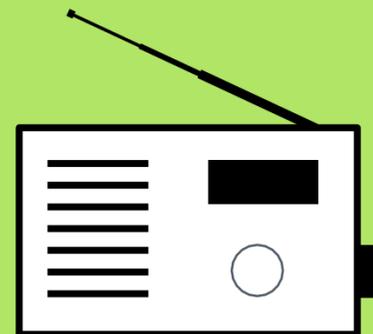
marketagent.

# Offline Rekrutierung



## TV

TV Spot-Kampagne mit  
IP Österreich



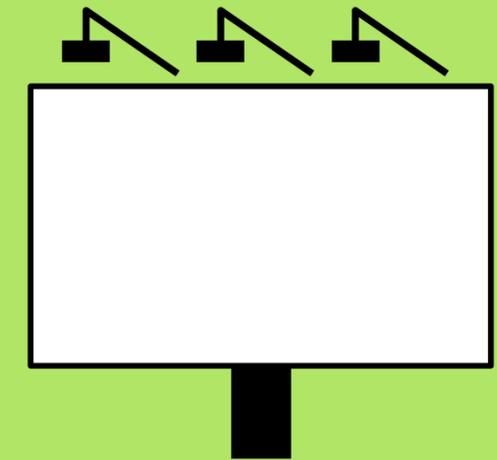
## Hörfunk

Kooperation mit  
KRONEHIT Radio



## Print

Anzeigen in weekend,  
WOMAN, Servus, u.v.m.



## Plakat

Außenwerbungskampagne  
mit EPAMEDIA

# Motive unserer Panelmitglieder

Die Top 5

1



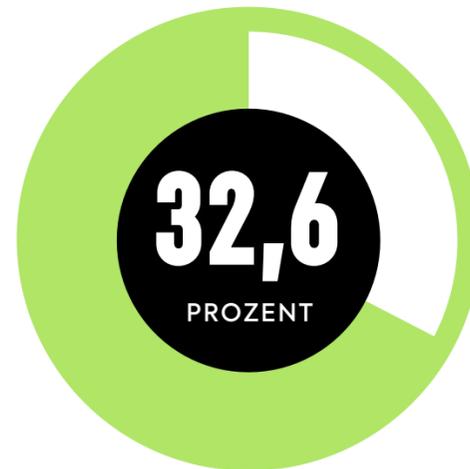
Grundsätzliches  
Interesse an Umfragen  
und Marktforschung

2



Neugier

3



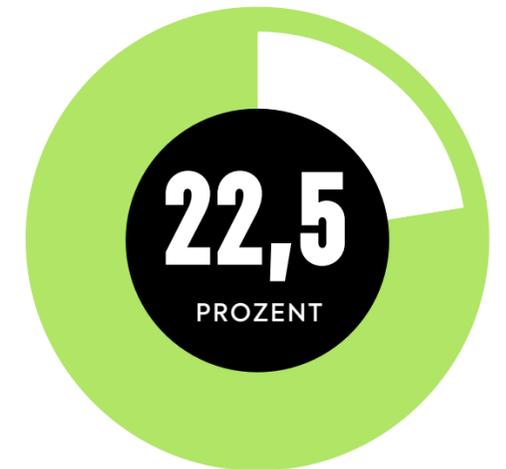
Die Möglichkeit, Trends  
und Produkte  
mitzubestimmen

4



Incentives  
(Bonuspunkte, etc.)

5



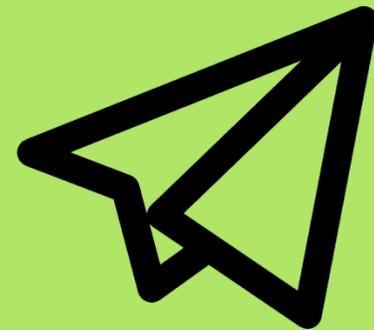
Teile gerne anderen  
meine Meinung mit

# Multi-Channel Einladungsmanagement



## E-Mail

Versand des Links zum Fragebogen via E-Mail



## Telegram

Einlade-Service über eine Telegram Schnittstelle



## App

Informationen zu verfügbaren Umfragen in unserer App



## Browser

Web-Push Benachrichtigungen laden zu aktuellen Umfragen ein

# Unser Investment in Qualität

Erstes zertifiziertes Online Access Panel nach ISO 20252

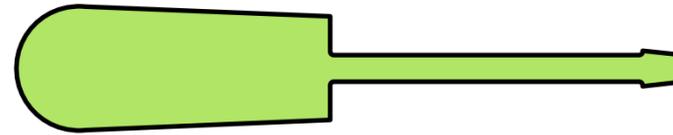


# 5 Indizien für mangelnde Interviewqualität

- Speeding | Bearbeitungsdauer
- Missings | Antwortverhalten bei offenen Fragen
- Straightlining | Muster-Klicker bei Matrix-Fragen
- Cheating | False-Answers
- Inconsistency | Widersprüchlichkeit zu den Profildaten



# Mobile Tools



Arbeitsmarktkompass

BRAND.Diamonds

Testimonial Tracker

BRAND.Swipe NXT

Luxury Research



**Kontakt**

# Kontakt

Mag. Thomas Schwabl

[info@marketagent.com](mailto:info@marketagent.com)

+43 2252 909 009

Mühlgasse 59

A-2500 Baden

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)