

About Marketagent



marketagent.

Marketagent auf einen Blick

- First Mover und Pionier in der Online Markt- und Meinungsforschung
- Marktführer in Österreich
- Größter Pool an befragungswilligen Konsumenten mit 2.000.000 Mitgliedern
- Einziges ISO-zertifiziertes Online Access Panel in Österreich
- Eigens rekrutierte Panelkapazitäten in 70 Ländern
- Jährlich mehr als 1.000 Digital Research Studien
- Umfangreiche Referenzen (15 der Top 20 werbetreibenden Unternehmen)
- Standorte in Baden, Zürich und Maribor
- Mehrfach ausgezeichnet (z.B. Auszeichnung mit dem Bundeswappen)
- Eigentümergeführt

Unternehmensgeschichte

Die Idee zu Marketagent geht auf das Jahr 2000 zurück, wenngleich sich die methodische Ausrichtung seither grundlegend geändert hat. In der ursprünglichen Konzeption stand eine „Do it yourself“-Plattform für SMS-Befragungen im Fokus. Durch die damals rasant anwachsende Internet-Durchdringung verlagerte sich jedoch der Schwerpunkt rasch in Richtung Online-Befragungen, eine damals in Österreich noch nicht vertretene Erhebungsart.

Nach rund 9-monatiger technischer Entwicklungsarbeit erfolgte im März 2001 der offizielle Start und die Firmengründung. Als „First Mover“ und Pionier der digitalen Datenerhebung gestaltete sich die Marktbearbeitung in den ersten beiden Geschäftsjahren jedoch überaus schwierig. Zwar zeigten potenzielle Auftraggeber durchaus Interesse an dieser neuen Forschungsdisziplin, es überwogen jedoch die methodischen Bedenken. Mag. Thomas Schwabl, Geschäftsführer und Gründer von Marketagent, leitete damals die Geschicke des noch jungen Unternehmens als One-Man-Show.

Insbesondere die Repräsentativität von Online-Befragungen wurde heftig diskutiert und war in der Anfangszeit häufig eine scheinbar unüberwindbare Barriere. Ein Umstand, der sich zwischenzeitlich grundlegend geändert hat. Online-Research ist mittlerweile die weltweit wichtigste Erhebungsmethode. Und dieser Entwicklung folgte auch Marketagent, heute Marktführer im Bereich der digitalen Forschung in Österreich.

Die ersten Projekte stammten allesamt aus dem Bereich der Werbemittelforschung, da im Vergleich zur telefonischen Befragung bei Online-Erhebungen TV-Spots sowie Print- und Plakatsujets eingebunden und abgetestet werden können. Die verschiedenen Visualisierungsmöglichkeiten unserer Methodik stellten somit eine Art Wegbereiter für den späteren Erfolg dar. Als ersten Kunden konnten wir die A1 Telekom Austria AG gewinnen, die wir seither erfolgreich betreuen.

Neben der Marktbearbeitung im B2B-Bereich und den Vertriebsbemühungen musste parallel auch ein Pool an befragungswilligen Konsumenten rekrutiert werden. Dieses sogenannte Online Access Panel startete ursprünglich in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Heute sind bei Marketagent rund 2.000.000 aktive Mitglieder aus mehr als 70 Ländern registriert. Das Umfrage-Service wird mittlerweile in 30 Sprachen angeboten.



Einen Beitrag zu diesem Erfolg leistet die voranschreitende Digitalisierung. Klassische Erhebungsmethoden verlieren stetig an Terrain und sind dadurch nicht mehr unantastbar. So rückt die Online-Forschung als weltweit wichtigste Erhebungsform in den Fokus – ein Prozess, der durch den Festnetzrückgang und die wachsende Internetdurchdringung auch in den kommenden Jahren vorangetrieben wird.

Die rasant zunehmende Internet-Durchdringung in den Jahren 2001 bis 2007 war auch der Nährboden für die erfreuliche Unternehmensentwicklung der Marketagent.com online reSEARCH GmbH. Nach und nach vertrauten uns immer mehr Auftraggeber und aus Interessenten wurden Geschäftspartner.

Unsere Referenzen:

- A1 Telekom Austria AG
- Beiersdorf
- Brau Union
- Coca-Cola
- Generali Versicherung
- IKEA
- Intersport
- Kuratorium für Verkehrssicherheit
- Maresi
- Nestlé
- OMV
- Österreichische Post AG
- Parship
- Raiffeisen Zentralbank
- Ruefa
- Spar AG
- Unilever
- UNIQA
- Universität Wien
- Wirtschaftskammer

Die Unternehmensgeschichte von Marketagent im Überblick:

- Gründung des Unternehmens im Jahr 2000
- Entwicklung von One-Man-Show zu 25 Full-Time Mitarbeitern am Standort Baden
- Marktführer in der digitalen Marktforschung in Österreich
- 1.000 Research Projekte pro Jahr
- Standorte in Baden, Zürich und Maribor
- Größtes heimisches Online Access Panel
- Einziges ISO-zertifiziertes Online Access Panel in Österreich
- Hoher Internationalisierungsgrad: Panelkapazitäten in 70 Ländern

2 Millionen befragungswillige Konsumenten

Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent ist ein über 2.000.000 Personen umfassendes Online Access Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH Region nach der ISO -zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt.

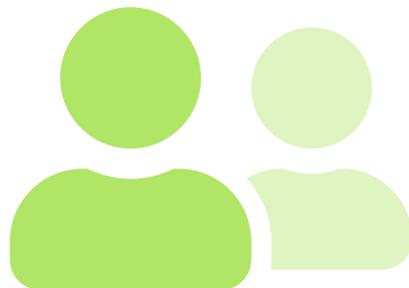
Um die Gesamtbevölkerung über ein Online Access Panel abzubilden, reicht eine reine Online-Rekrutierung von Umfrage-Teilnehmern nicht aus. Marketagent forciert daher seit jeher eine Vielzahl von Offline-Aktivitäten. So setzen wir in Punkto Panelrekrutierung auf Crossmedialität, um dem Kriterium der Repräsentativität gerecht zu werden.

Zu den Maßnahmen der Online-Akquisition von neuen Mitgliedern zählen:

- Schaltung von Werbebannern auf unterschiedlichsten Websites
- Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten
- Pressemeldungen
- Gewinnspiel-Sponsoring
- Regelmäßig durchgeführte Website-Tests auf verschiedensten Portalen im Internet
- Influencer- und Social Media Marketing

Klassische Methoden umfassen etwa die Anwerbung mittels:

- Printanzeigen & Advertorials
- Hörfunk-Kampagnen
- TV-Kampagnen
- Außenwerbung
- Call Centern



Zertifizierte Online- Forschung nach ISO 20252



Marketagent hat sich seit Anbeginn dem Thema „Qualität in der Markt- und Meinungsforschung“ verschrieben und bestätigt mit der ISO-Zertifizierung nicht nur seine Vorreiterrolle in der Online Markt- und Meinungsforschung, sondern unterstreicht auch den eigenen Qualitätsanspruch.

Das Zertifizierungsprogramm wurde durch die Deutsche Gesellschaft für Online Forschung und den Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute gemeinsam mit Austrian Standards plus Certification erstellt. Durch die ISO-Norm sind sämtliche Arbeits- und Prozessabläufe, von den gesamten Verantwortungs- und Managementstrukturen über die Rekrutierung der Panelmitglieder und die Validierung der Datensätze bis hin zum Reporting, berührt. ISO 20252 ist die international maßgebende normative Referenz für Access Panel Dienstleister.

Wir sehen diese Zertifizierung seit jeher sowohl als Auszeichnung als auch als Auftrag. Der Auftrag, den wir mit diesem Zertifikat übernommen haben, lautet einerseits die Einhaltung der dokumentierten Qualitätsauflagen sicherzustellen und andererseits die Prozesse kontinuierlich weiterzuentwickeln. Heute sind wir durch unsere Mitgliedschaft im nationalen Normungskomitee aktiv an der Gestaltung von Industriestandards zur Qualitätssicherung beteiligt.

70 Länder, 1 Ansprechpartner

Dank der breiten Rekrutierungsstrategie von Marketagent blicken wir auf eigene Panelkapazitäten in 70 Ländern, mit einem wachsenden Befragungspool von rund 1.800 neuen Mitgliedern pro Tag.

Das macht uns zum zentralen Ansprechpartner bei der Durchführung länderübergreifender Studien, sodass wir die parallele Abwicklung in mehreren Märkten anbieten können. Dies erlaubt eine maximale Ausschöpfung vorhandener Effizienz- und Effektivitätsvorteile. Die Abwicklung von Multi-Country-Studien zählt daher zu den Schwerpunkten von Marketagent.

Auszeichnungen

- Jury-Auszeichnung Multimedia-Staatspreis 2002 | „e-Organisation und Web Services“
- Bronzener Werbe-Hahn 2003, Landespreis für Werbung und Marktkommunikation NÖ
- 1. Preis beim NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer & der Donau Universität Krems
- 1. Platz beim GEWINN Jungunternehmer-Wettbewerb 2004 | „E-Business“
- Nominierung Goldener Werbehahn 2006 | „PR“
- Staatliche Auszeichnung für herausragende Verdienste um die österr. Wirtschaft 2018
- Aufnahme in das Leitbetriebe Austria Netzwerk 2019
- Staatliches Gütezeichen als familienfreundlicher Arbeitgeber 2019
- Austria's Leading Companies 2020: 1. Platz in NÖ „Unternehmen mit Umsatz bis 10 Mio. Euro“



Mitgliedschaften

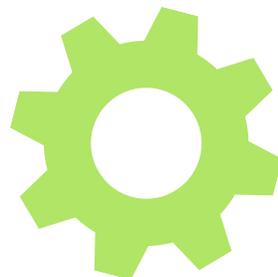
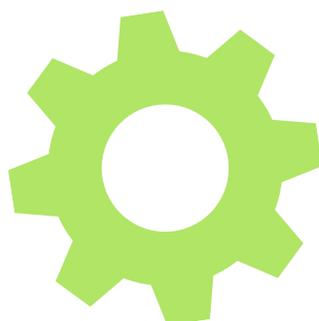
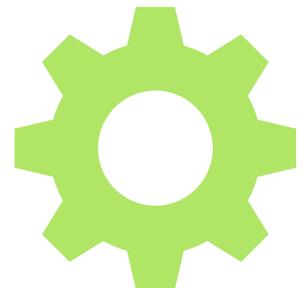
- ESOMAR
- VMÖ: Verband der Marktforscher Österreichs
- DGOF: Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V.
- VSMS: Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher
- BVM: Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.

Forschungsschwerpunkte

Marketagent nimmt eine führende Rolle unter den Full-Service Anbietern für digitale Markt- und Meinungsforschung im deutschsprachigen Raum ein. Pro Jahr werden mehr als 1.000 Projekte abgewickelt und im Zuge dessen rund 1.000.000 Web-Interviews durchgeführt.

Der Fokus dieser Forschungsprojekte liegt auf dem Consumer Research Bereich, wobei sämtliche Themenfelder der Markt- und Meinungsforschung abgedeckt werden:

- Werbemittelstudien: Pre- und Posttests | Effizienzkontrollen
- Image-Studien | Markenkernanalysen | Brand-Positioning
- Marktsegmentierung | Zielgruppenanalyse | Potenzialschätzung
- Trackingstudien: Ad- & Brand-Tracking
- Usage & Attitude Studien | Motiv-Analysen
- Ideenscreening | Konzept- und Produkttests | Product Launch Controlling
- Verpackungstests | Regaltests
- Online Home-Use-Tests
- Online Studien mittels POS-Rekrutierung
- Testimonial-Tests
- Logo- und Namenstests
- Claim- und Slogantests
- Pricing-Forschung
- Online Conjoint-Measurement
- Kunden- und Mitarbeiterbefragungen
- Interception Surveys | OnSite-Befragungen
- Cover-Optimizer
- picture.PROOF



Marketagent als Innovationsführer

Als erstes Unternehmen in Österreich, das sich auf Online Research spezialisierte und diese Erhebungsform auf dem Markt einsetzte, ist es uns gelungen eine Vorreiterrolle auf dem Gebiet der Online Markt- und Meinungsforschung einzunehmen. Um unserer führenden Rolle gerecht zu werden, sind wir stets darum bemüht neue Research-Methoden zu etablieren, um dadurch ein besseres Verständnis von Konsumentenmotiven zu generieren. Hier ein kleiner Auszug:

BRAND.Swipe NXT

Das „Tinder der Marktforschung“: Das intuitive Markenbewertungs-Tool via Smartphone App gilt als Vorzeige-Tool für mobile Marktforschung. Über das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links (positive oder negative Assoziation) wird fortlaufend spontan und spielerisch die Markensympathie von mehr als 1.000 Marken erhoben. In Summe wurden seit Jänner 2017 bereits mehrere Millionen Markenbewertungen abgegeben.

picture.PROOF

Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte: Über die innovative Research App von Marketagent dokumentieren unsere Panelisten ihren Konsumenten-Alltag oder Erfahrungen am POS via Fotos und Videos. Qualitative und quantitative Marktforschung verschmelzen durch dieses Crowdfunding-Tool.

Weitere Mobile Research Tools:

- Retail Employee Index
- Shopping Experience Index
- Slogan Check
- Testimonial Tracker
- Mobile Churn
- Radio Control

Weitere Aktivitäten

Advisory Board

Gemeinsam mit Boardsearch implementierten wir 2019 ein Advisory Board, das uns bei strategischen Entscheidungen rund um die konsequente Neuausrichtung von Marketagent begleiten wird. Mit diesem Beirat möchten wir unsere Position als Innovationsführer weiter stärken sowie unsere strikte Qualitätsorientierung unterstreichen.

Nach Verleihung des Staatswappens soll dadurch allen voran in der Außendarstellung und Kommunikation ein Image-Transfer in Richtung etablierter, hoch-qualitativer Beratungs-Dienstleister erreicht werden. Damit möchten wir der Quick & Dirty-Wahrnehmung, die unserer Disziplin seit jeher anhaftet, ein wenig entgegenwirken und unsere Seriosität und Professionalität unterstreichen. Dieser Beirat umfasst vier Personen mit fachlichem Background aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und Werbung.

Infografik Award

Befeuert durch die Digitalisierung sind Daten und Informationen heute allgegenwärtig. Diese Omnipräsenz stellt uns vielfach vor die Herausforderung, komplexe Inhalte auf den Punkt zu bringen, damit wir sie leicht erfassen können. Zahlenfriedhöfe müssen zu Insights verdichtet und im Anschluss gut verständlich visualisiert werden. Nur so können sie sinnvoll und prägnant kommuniziert werden. Infografiken haben sich als Tool dafür bewährt. Den Besten möchten wir nun erstmals in Österreich eine Bühne geben.

Zu gewinnen gibt es einen exklusiv für diesen Award entworfenen, streng limitierten und signierten Kunstdruck des Street Art Künstlers GOLIF, der durch sein 30.000 m² Mural „Der Beobachter“ weit über die Landesgrenzen Bekanntheit erlangte. Jeder Print ist „handfinished“ und somit ein echtes Unikat. Kaufen kann man diesen Druck nicht, den muss man schon gewinnen.

Nachhaltiges Engagement



Spendenpartnerschaften

Im Rahmen der Teilnehmer Incentivierung unterstützen wir gemeinsam mit unseren Panelmitgliedern seit Anbeginn die Caritas, die Aidshilfe Wien, Amnesty International und Global 2000.

Social Friday

Einmal im Quartal machen wir am Freitag „blau“ und stellen unsere MitarbeiterInnen für soziales Engagement frei. Diese Initiative basiert auf der sinnvollen Nutzung wenig produktiver Bürozeiten für den guten Zweck und wurde von uns erstmalig nach Österreich gebracht.

#GivingTuesday

Als „Gegenbewegung“ zum Black Friday und Cyber Monday dreht sich am #GivingTuesday alles darum, zu geben und Gutes zu tun. Das soziale Engagement soll an diesem Tag Sichtbarkeit bekommen. In unserem Fall verdoppeln wir die Spendensumme für Amnesty International in der Tauschbörse von 15. Juli bis 3. Dezember.

Research Bee

Mit dieser Initiative möchten wir einen kleinen, für uns aber wichtigen Beitrag gegen das Bienensterben leisten. Für jede Neuanmeldung in unserem Panel rund um den Welttag der Biene investieren wir 50 Cent in die Ansiedlung neuer Bienenstöcke.

Jede Dose zählt

Als offizieller Partner der Initiative „Jede Dose zählt“ stellen wir mit einer eigenen Dosen-Sammelstelle in unserem Office sicher, dass die Wiederverwertungs-Kette nicht bei uns reißt und aus Getränkedosen schon bald Fahrradrahmen werden.

Klimaschutz im Arbeitsalltag

Marketagent ist stets um einen niedrigen CO2-Fußabdruck bemüht. Dieses Bestreben schlägt sich nicht nur in unserer klimaneutralen Website nieder. Mit einer Photovoltaik-Anlage auf dem Bürodach tragen wir dafür Sorge, unseren Stromverbrauch möglichst nachhaltig zu decken. Auch unser Fuhrpark bleibt davon nicht unberührt und besteht zu 75% aus E-Autos.

Treedom

Frei nach dem Motto „Let's Green the Planet“ wächst dank unserer Umfrageteilnehmer unser eigener Unternehmenswald in Afrika. Gegen den Eintausch von Bonuspunkten pflanzen wir einen Baum für sie.

Familie und Beruf

Marketagent sieht sich insbesondere seinen MitarbeiterInnen gegenüber verpflichtet. Familienfreundlichkeit wird bei uns seit jeher groß geschrieben und bekommt durch das Audit *berufundfamilie* einen offiziellen Charakter.



**einfach
schnell
fragen.**