

Research On Research

Die Marktforschungslandschaft in Österreich



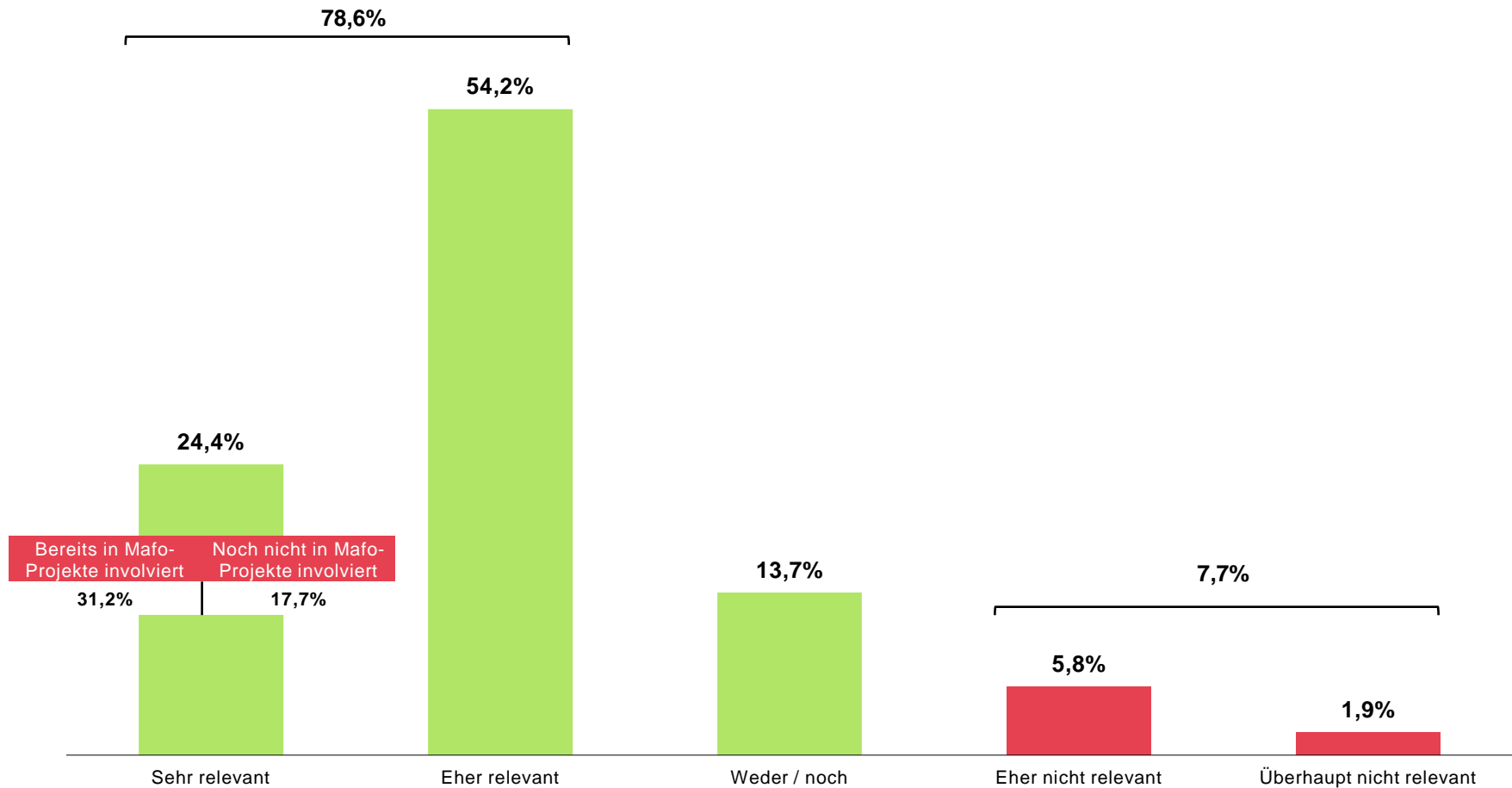
Juni 2023

marketagent.

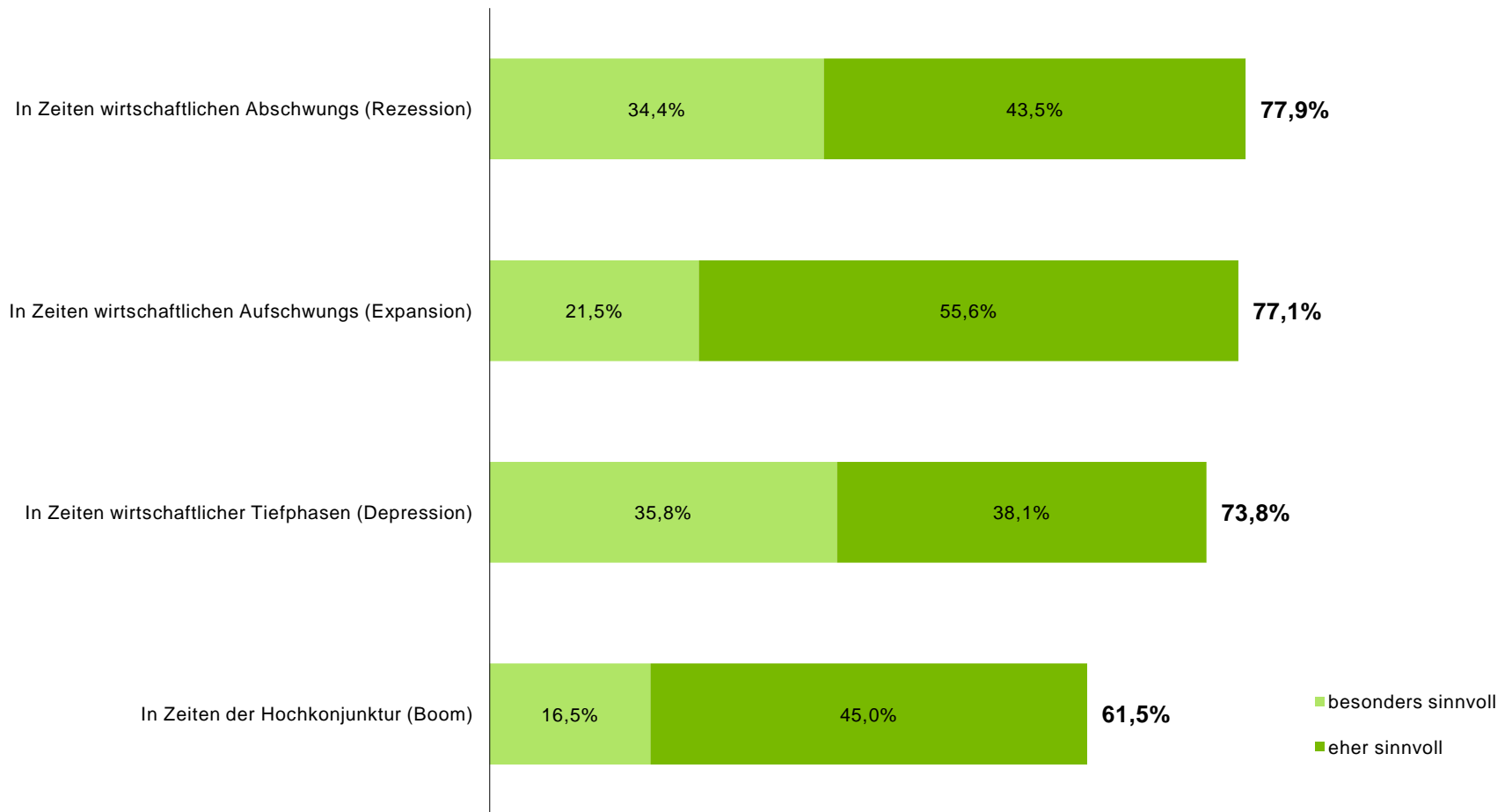
Umfrage-Basics | Studiensteckbrief

| | |
|-------------------------|---|
| Auftraggeber | B2B-Eigenstudie |
| Methode | CAWI Marketagent Online Access Panel |
| Sample-Größe | n = 520 Netto-Interviews (B2B) |
| Kernzielgruppe | Marketingentscheider*innen aus Österreich |
| Feldzeit | 28.04.2023 – 15.05.2023 |
| Studienumfang | 25 Fragen |
| Mobile Teilnahme | 53,3% |

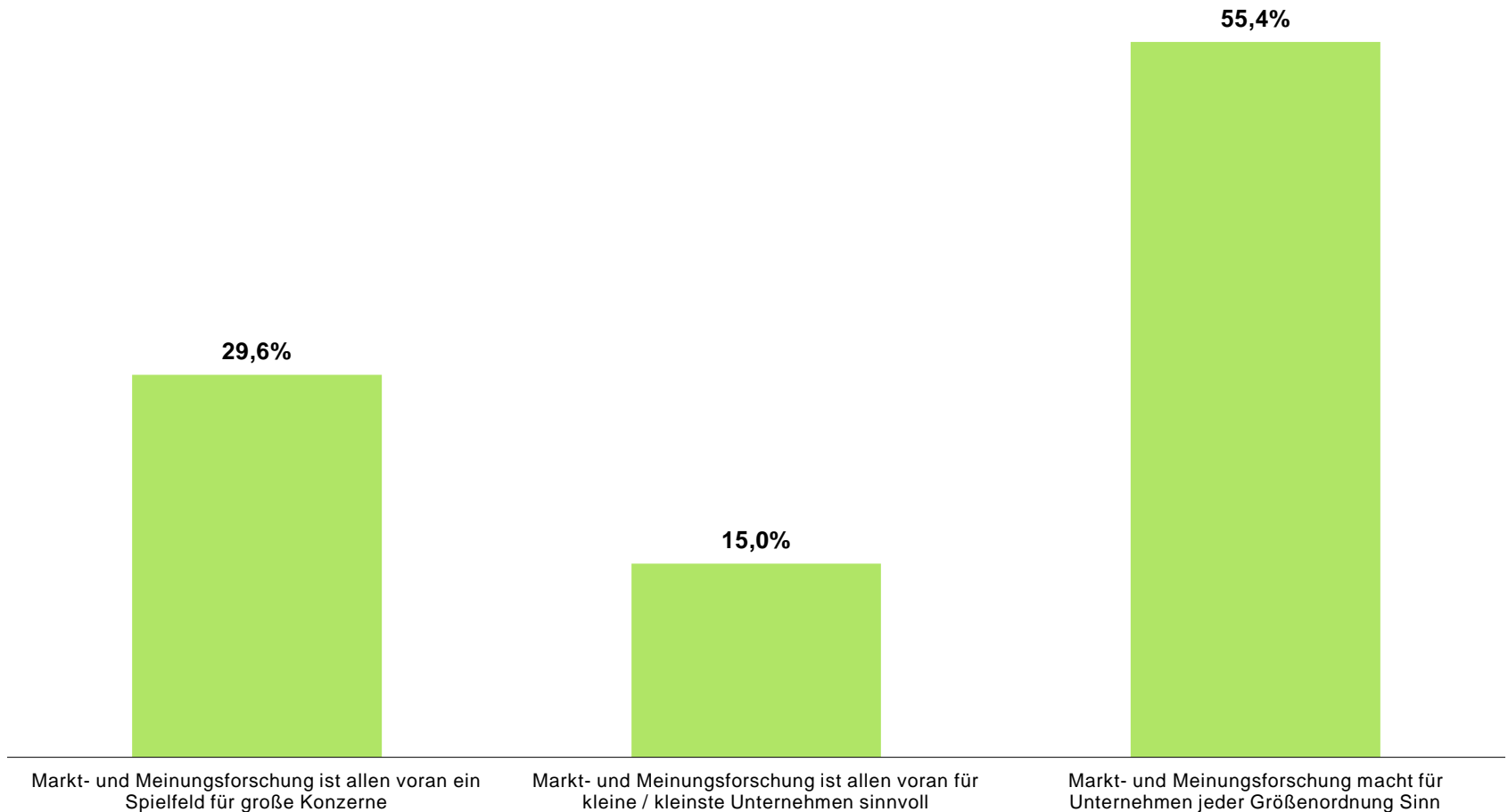
Relevanz der Markt- und Meinungsforschung für den Unternehmenserfolg



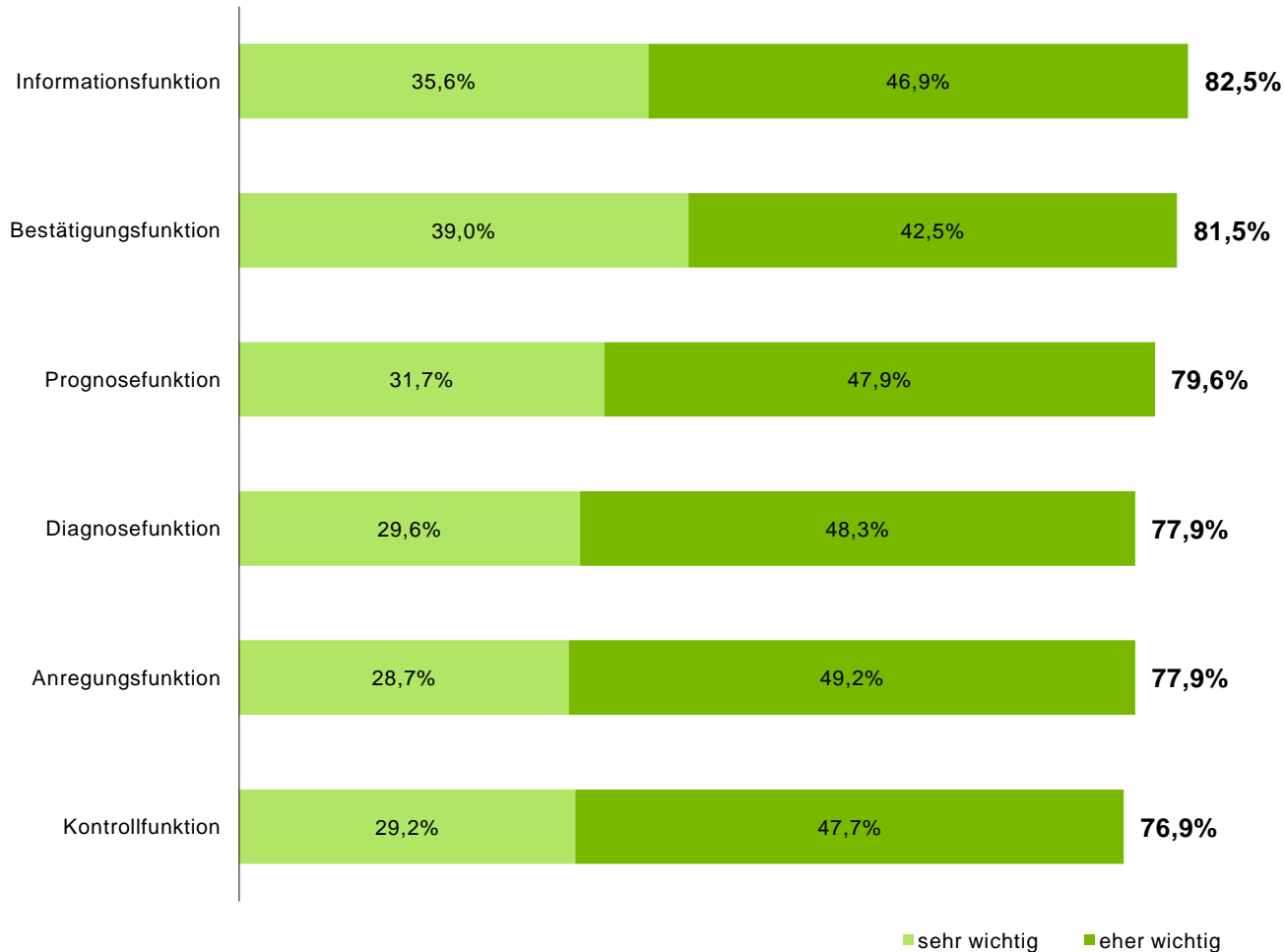
Sinnvoller Einsatz von Markt- und Meinungsforschung



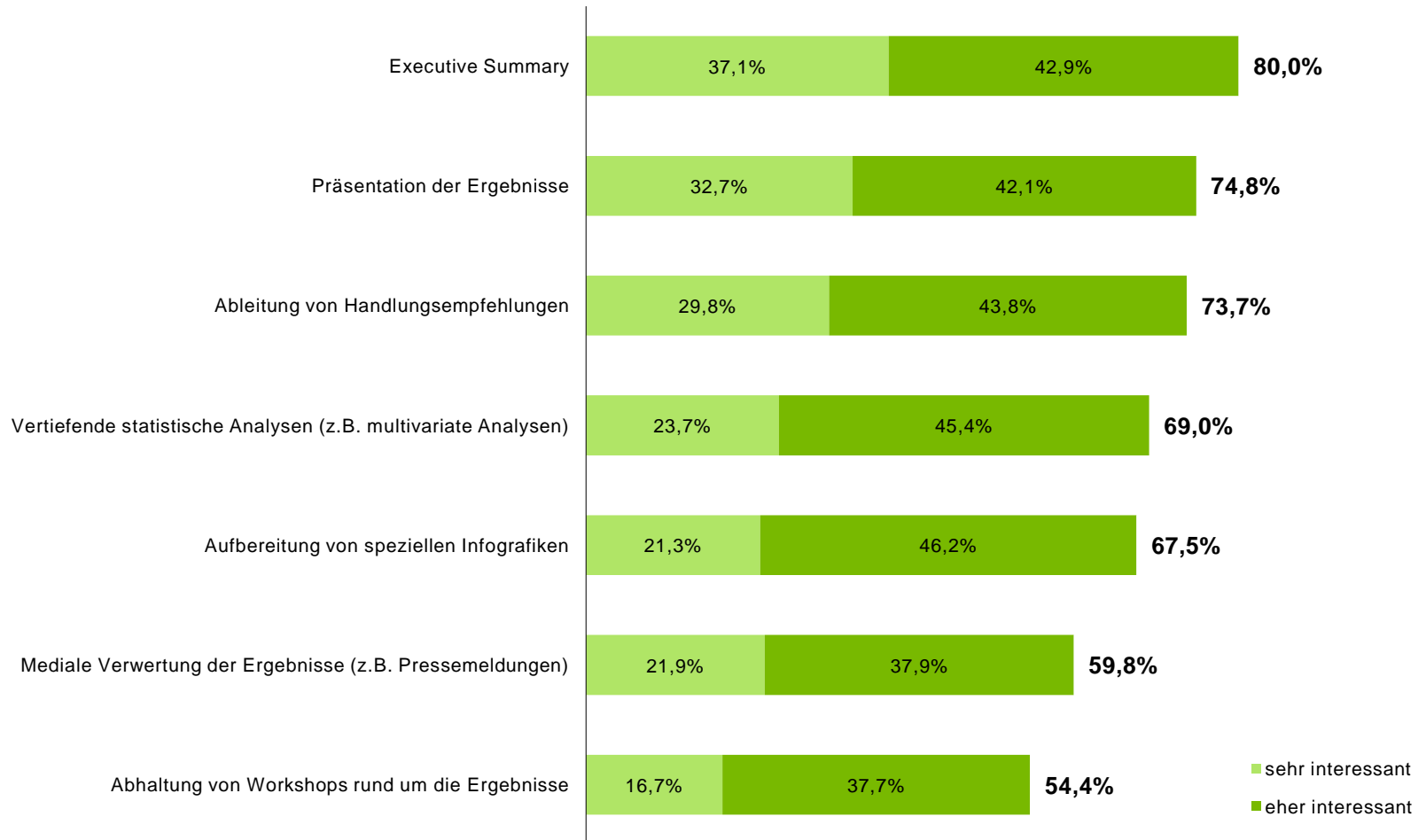
Einsatz von Markt- und Meinungsforschung nach Unternehmensgröße



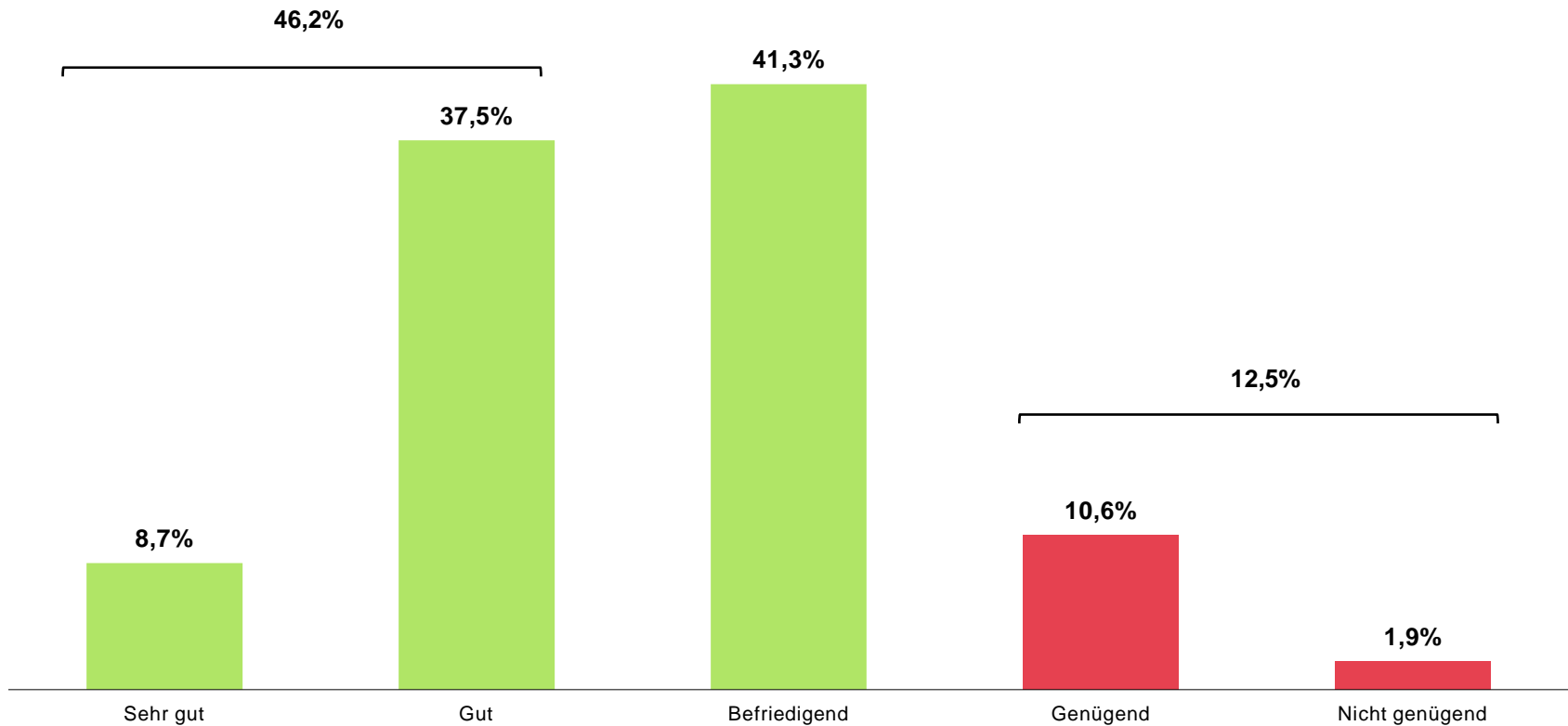
Wichtige Funktionen der Markt- und Meinungsforschung



Relevante Zusatzleistungen



Bewertung der eigenen Marktforschungskennntnisse





„Die hohe Relevanz der Markt- und Meinungsforschung zeigt die Wichtigkeit von einwandfreier Qualität. Der erste Schritt dafür beginnt beim Auftraggeber – hier ist die eigene Mafo-Kompetenz (von 46% als (eher) gut eingeschätzt) zielführend. In weiterer Folge ist es aber natürlich von großer Bedeutung, für die Durchführung der Studien auf vertrauenswürdige Partner setzen zu können.“

Alice Flamant, Market Manager bei Magenta Telekom & Vorstandsvorsitzende des VMÖ Verband der Marktforschung Österreich

Zutrauen: Fragebogen-Erstellung und Programmierung

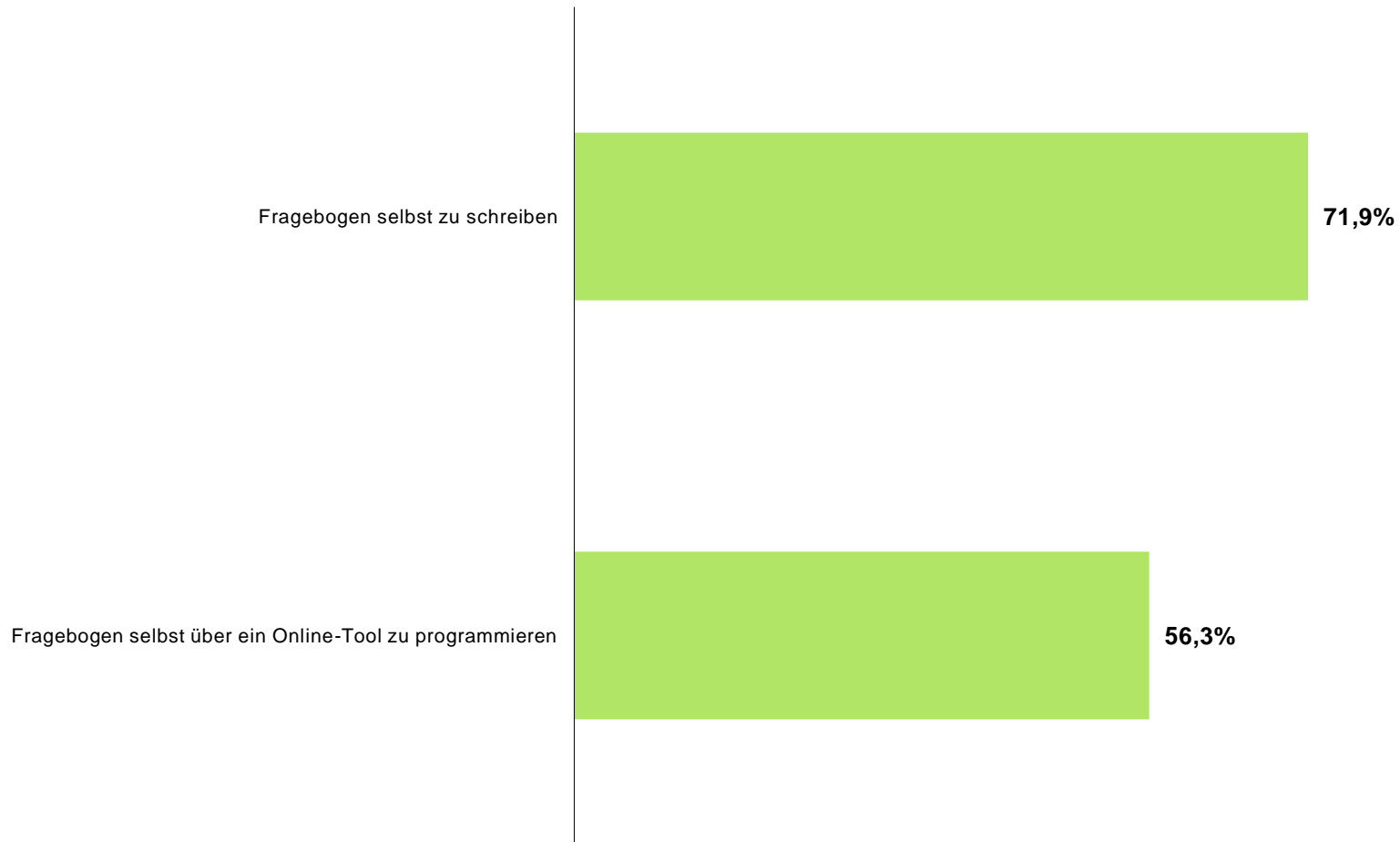
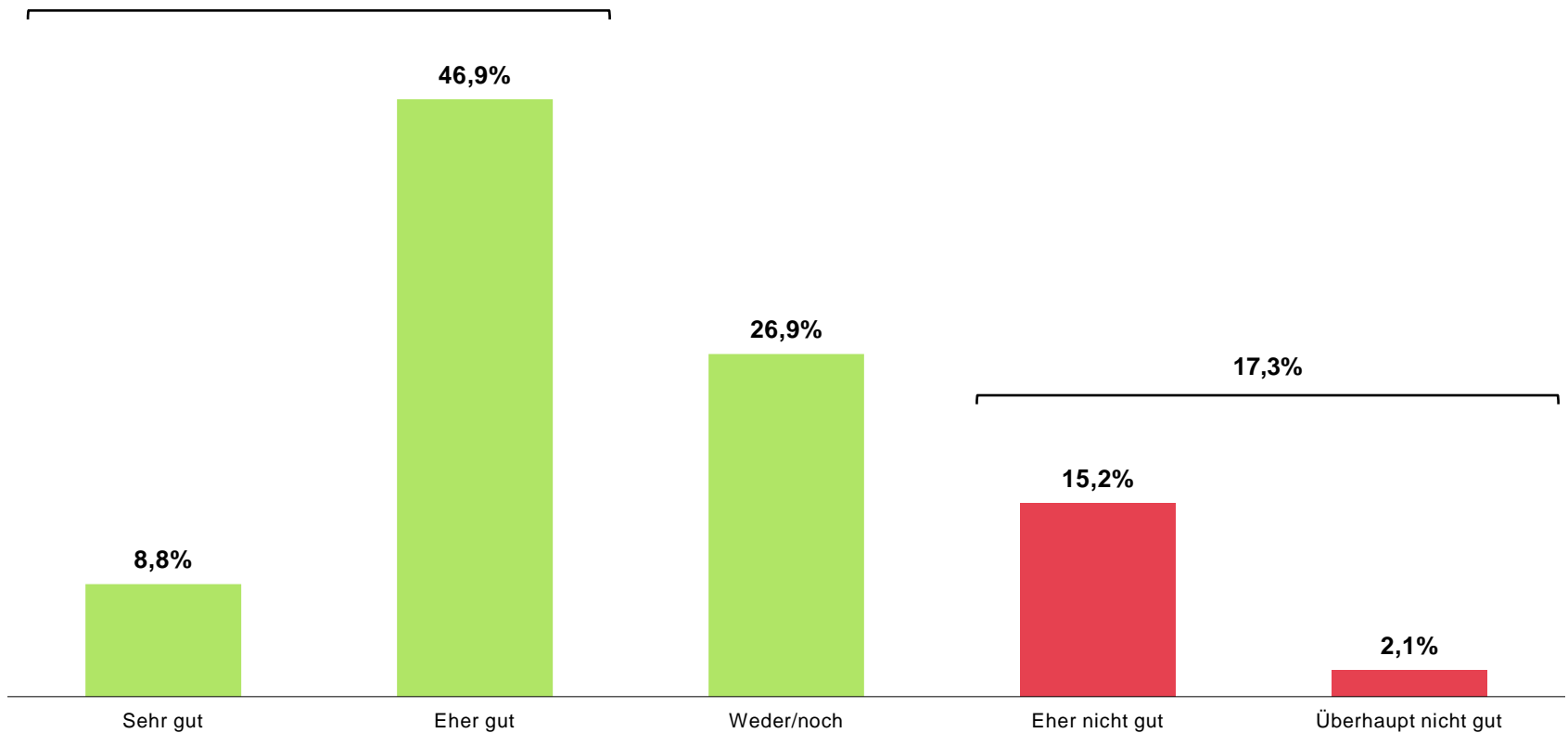
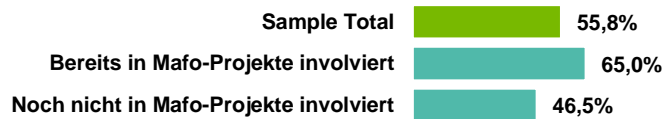
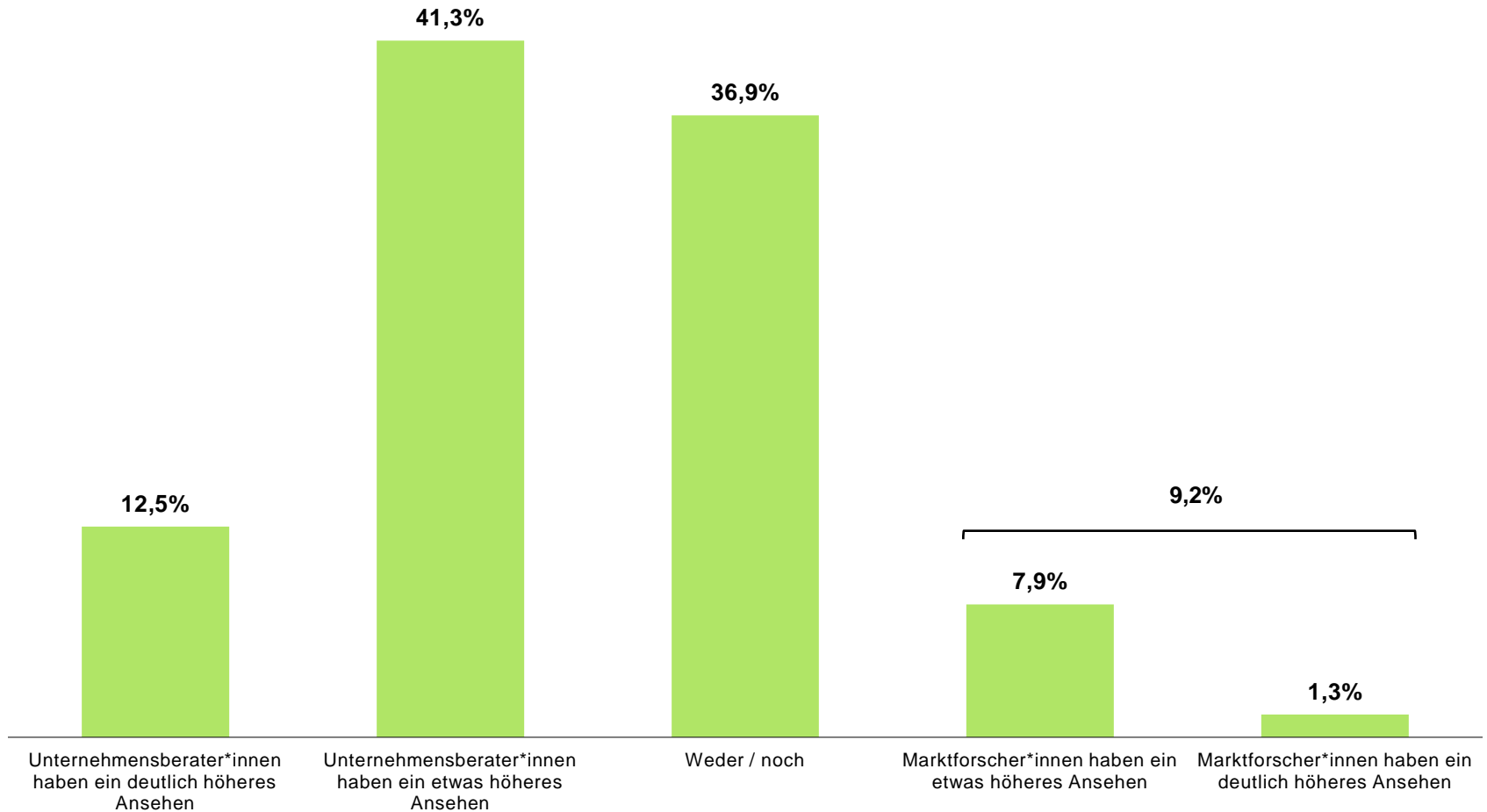


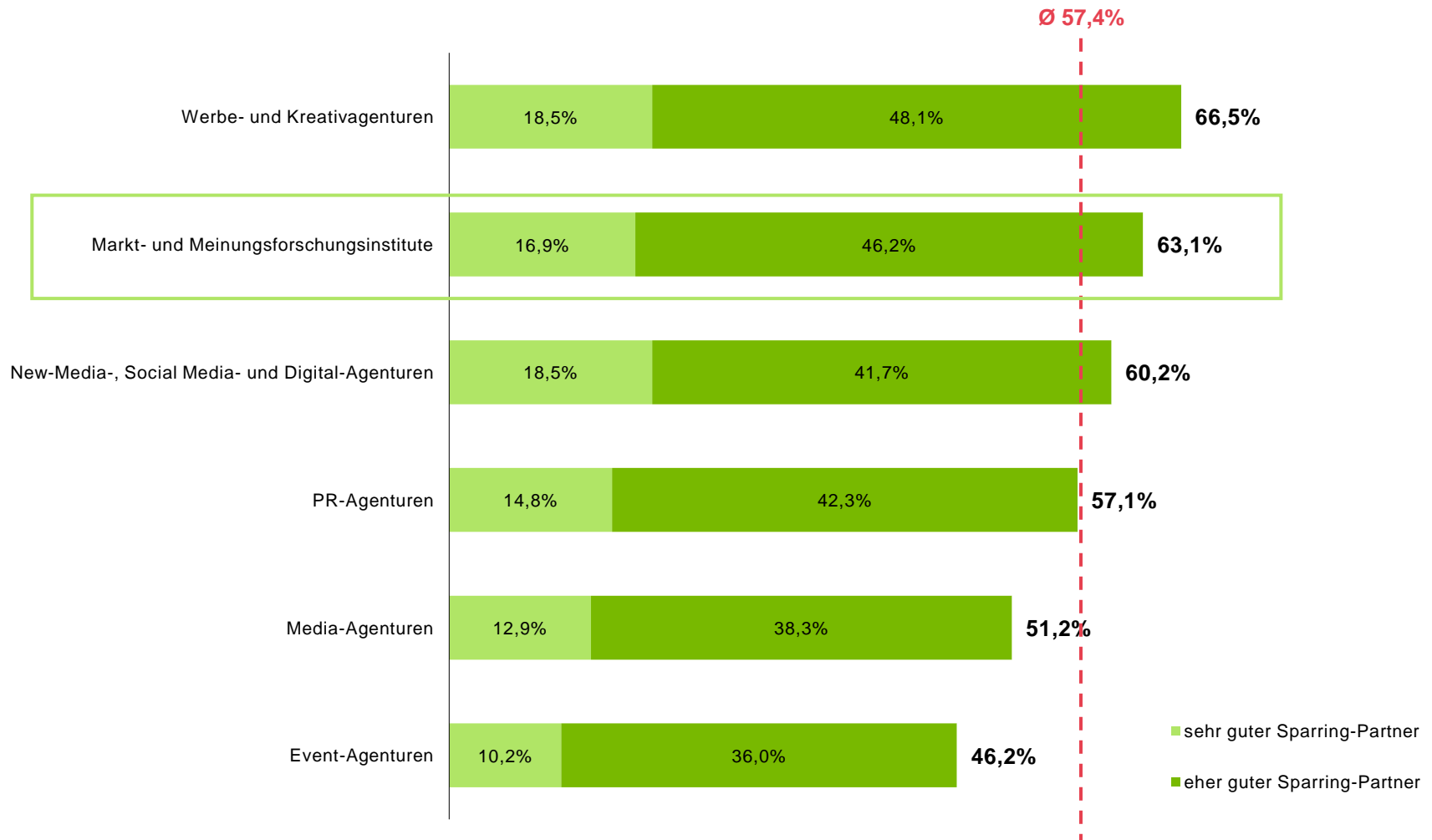
Image der Markt- und Meinungsforschung



Ansehen: Markt- und Meinungsforschung vs. Unternehmensberatung



Agenturen als Sparring-Partner für heimische Wirtschaft



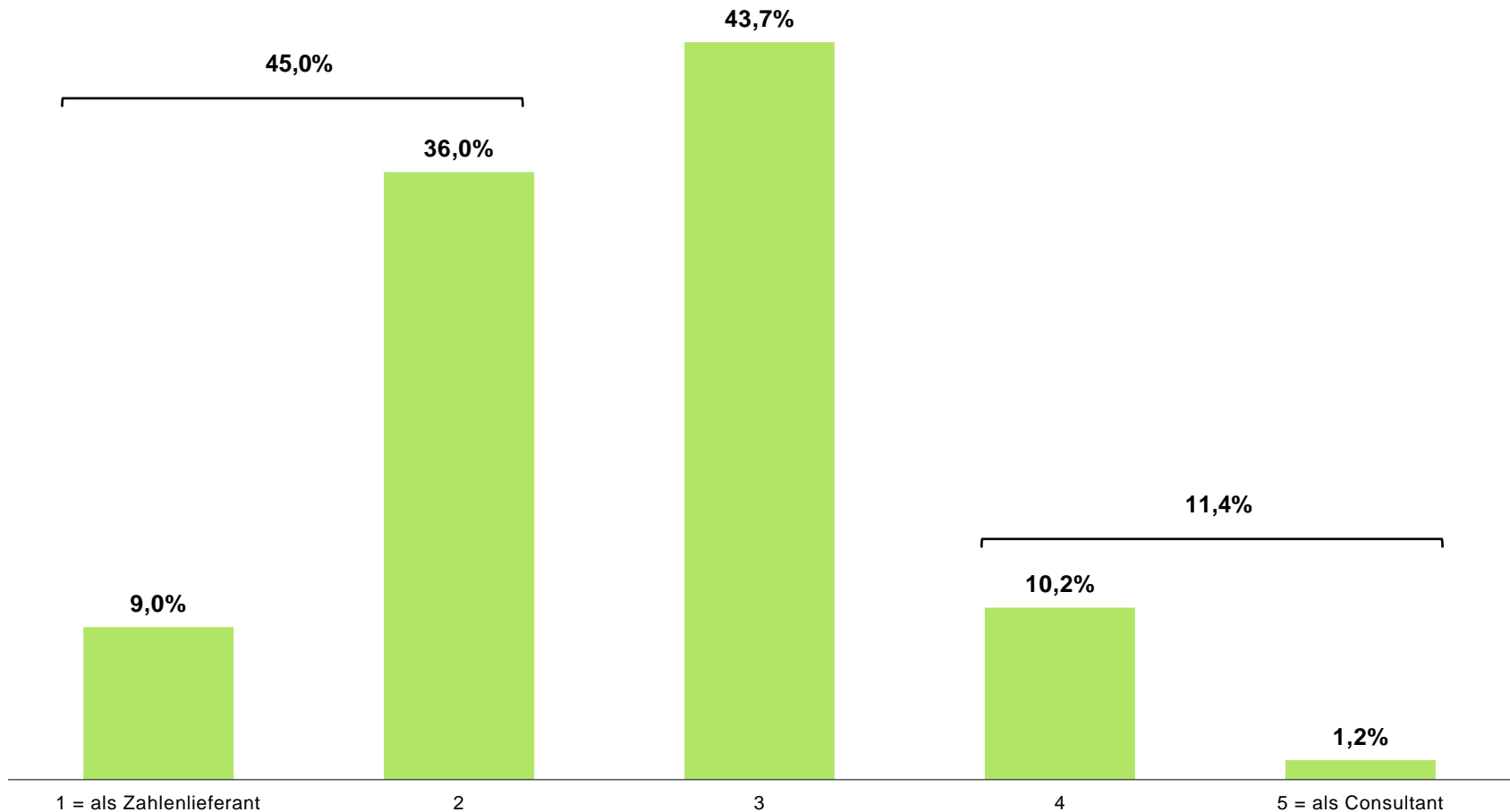
14. Und wenn wir jetzt den Vergleich zur Agentur-Szene wagen, inwieweit sind die folgenden Agenturen/Institute Sparring-Partner auf Augenhöhe für die heimische Wirtschaft? || n=520 || Top-2-Box: sehr guter Sparring-Partner / eher guter Sparring-Partner



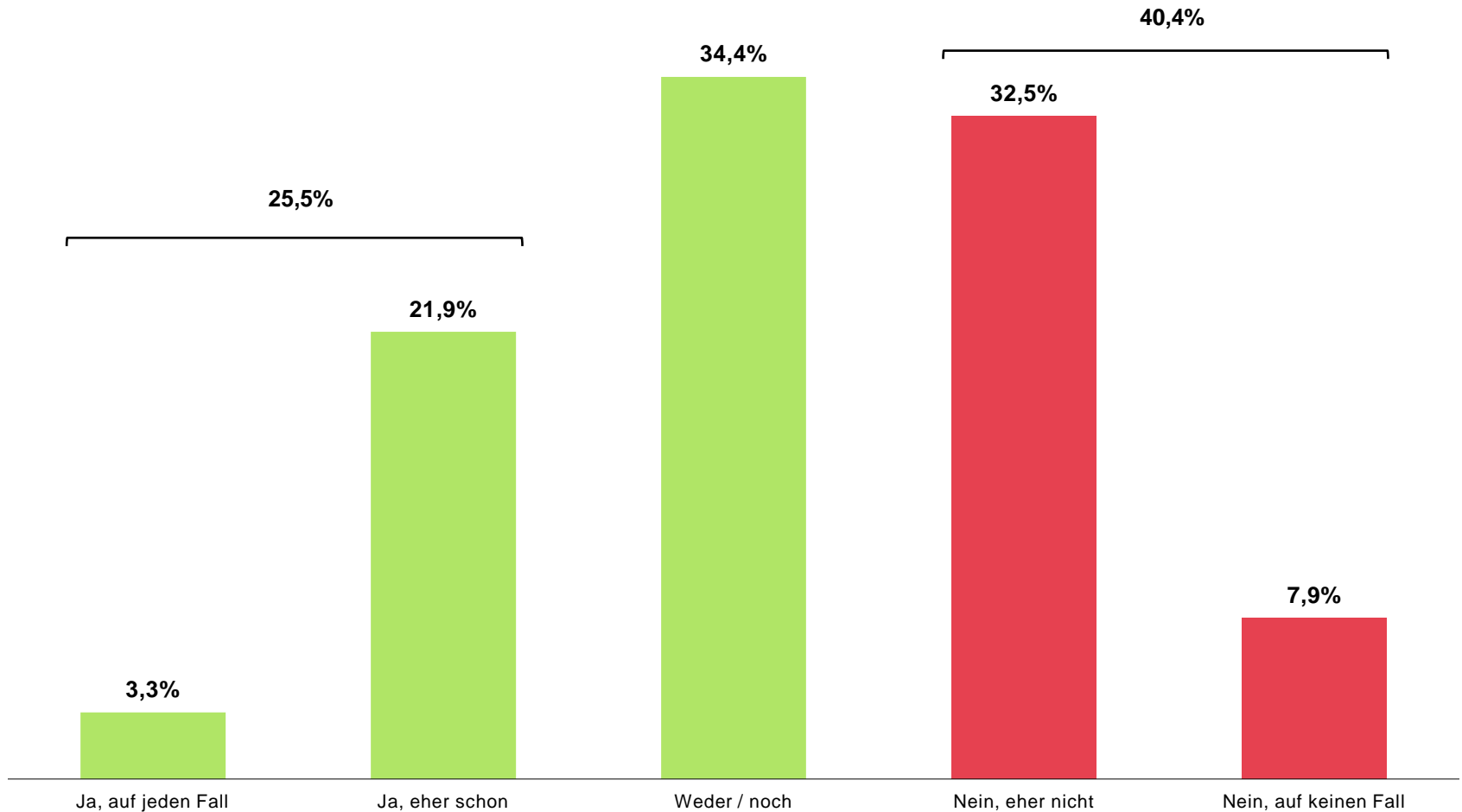
„Als Sparring-Partner für die heimische Wirtschaft steigt die Markt- und Meinungsforschung gegenüber Werbe-, Kreativ-, PR-Agenturen und Co. überdurchschnittlich gut aus. Die Research Institute werden von knapp zwei Drittel als Partnerin auf Augenhöhe gesehen.“

Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent

Marktforscher*innen: Zahlenlieferanten vs. Consultant

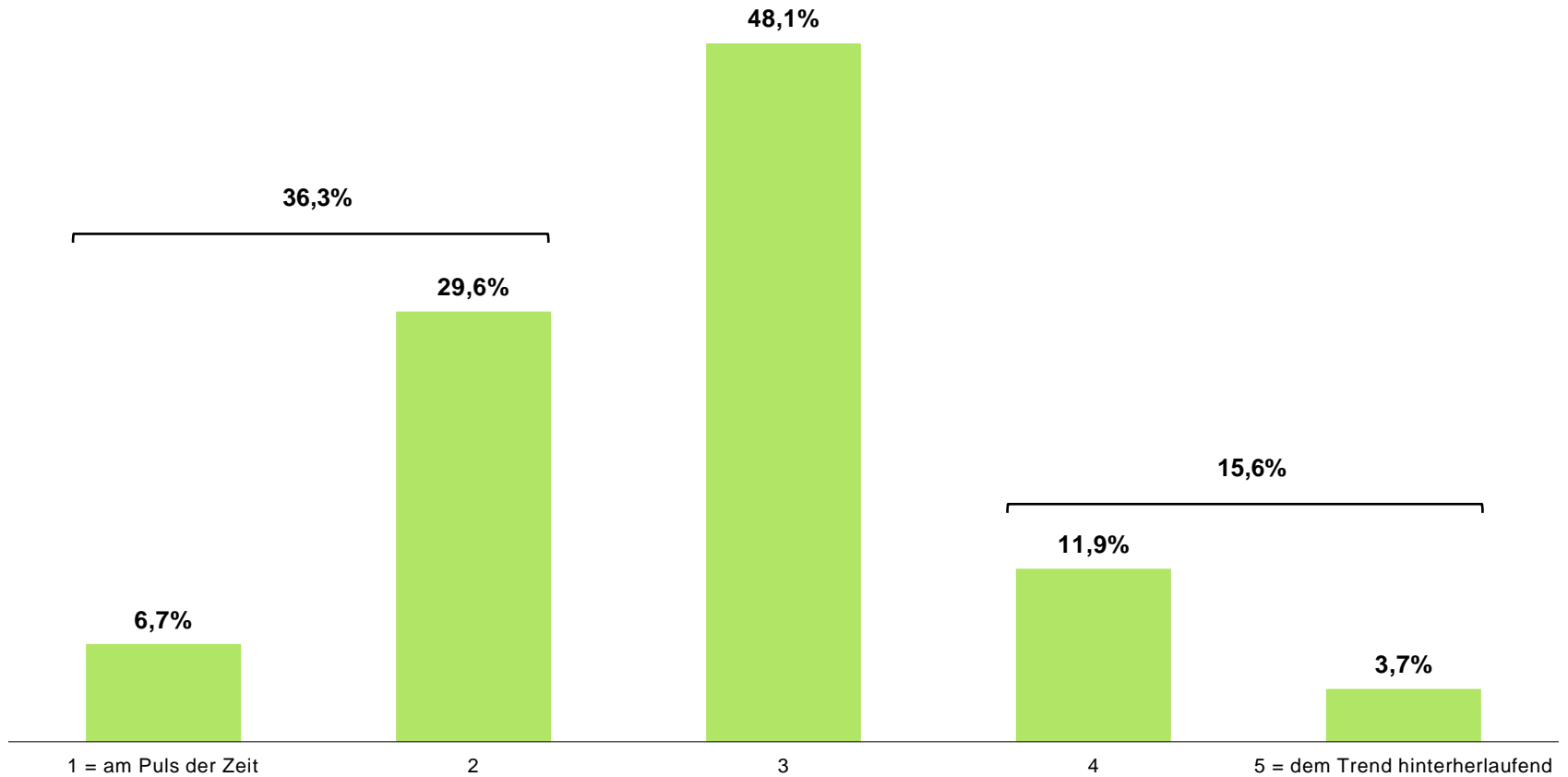


Marktforschung als Kreativitätskiller

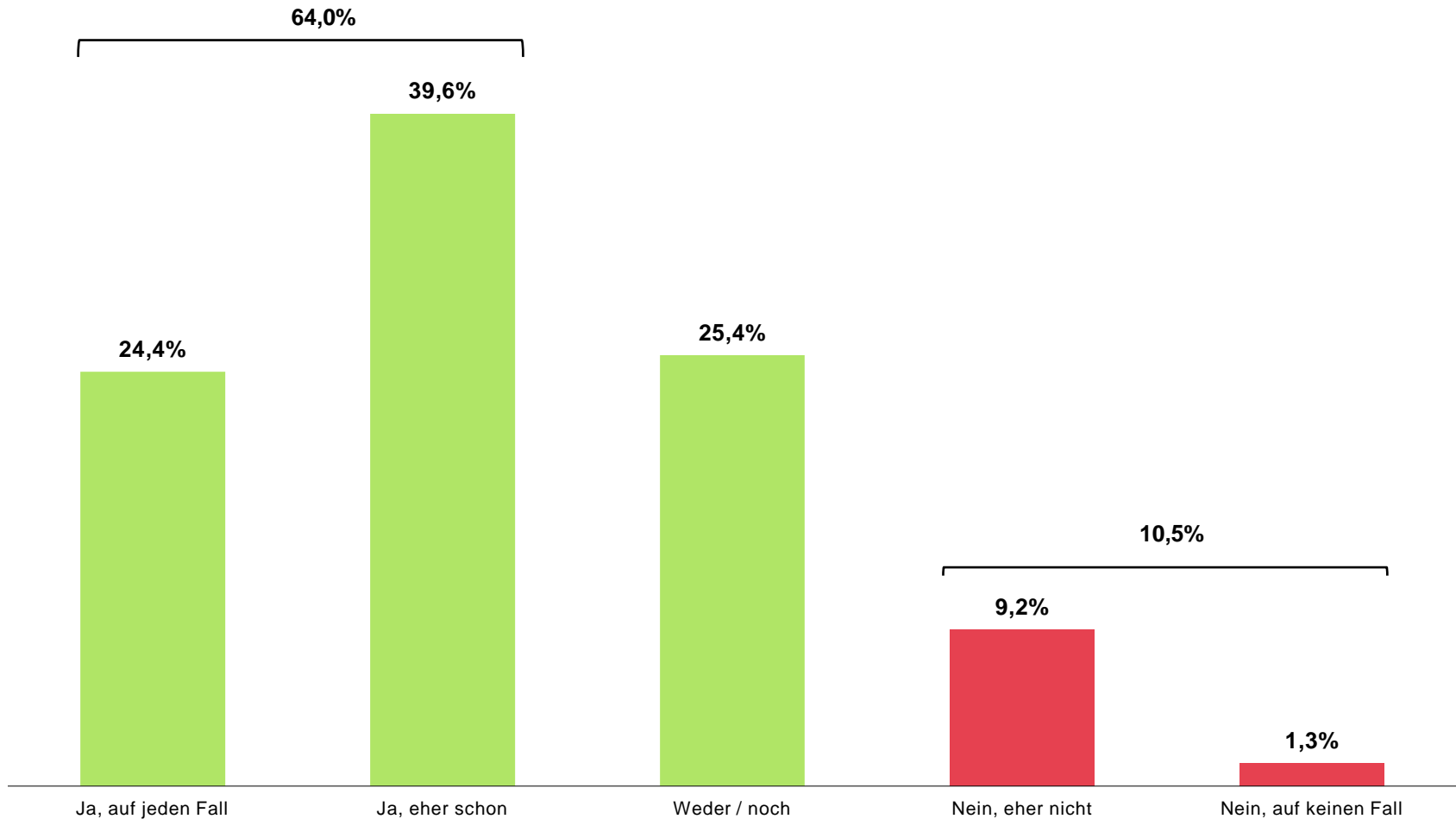


16. Der Kreativchef einer großen Werbeagentur hat vor vielen Jahren die Empfehlung ausgesprochen: "Geben Sie Marktforschern Hausverbot". Sehen Sie die Marktforschung ebenfalls als Kreativitätskiller? || n=520 || MW 3,2

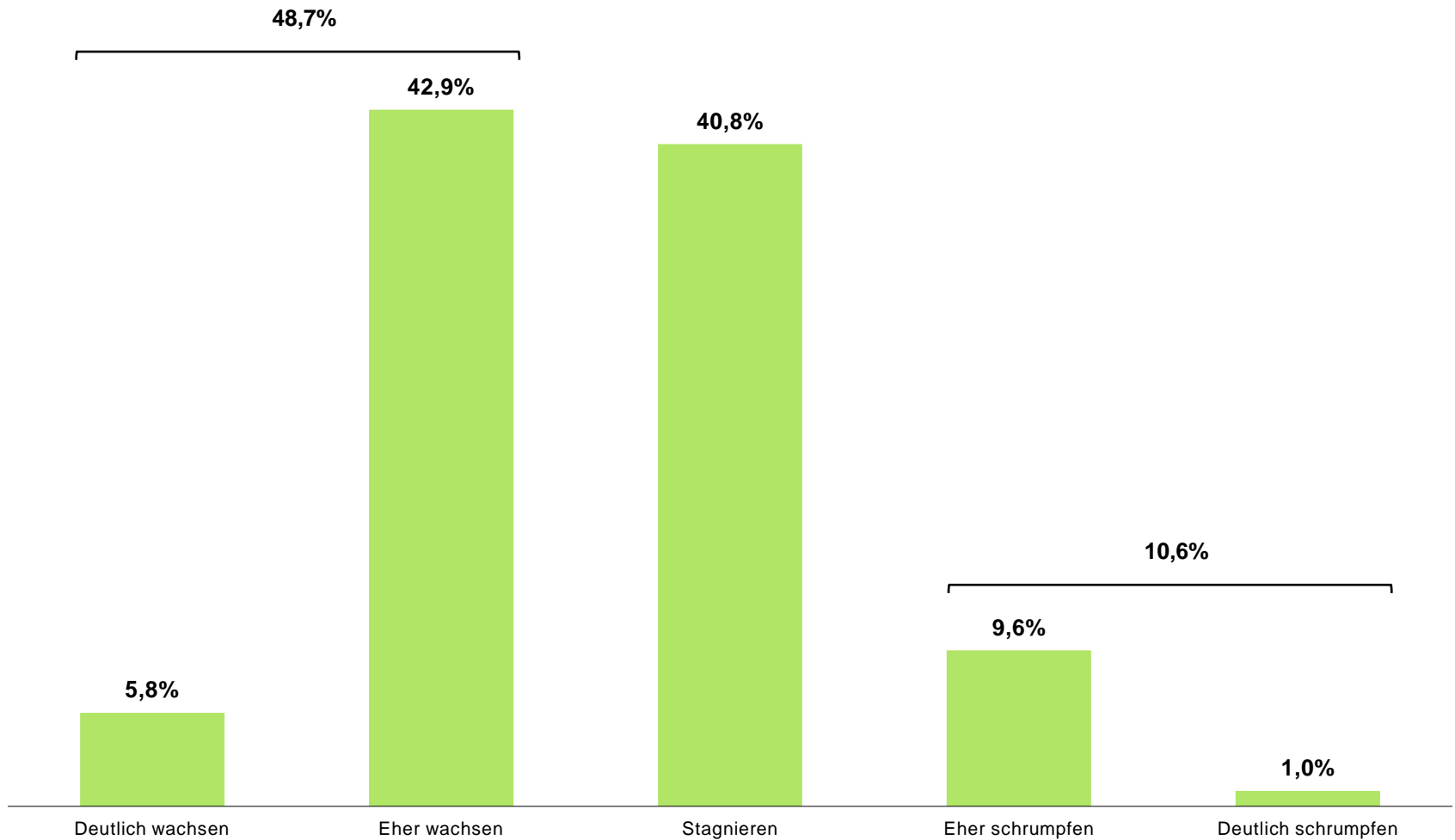
Innovativität der heimischen Marktforschungslandschaft



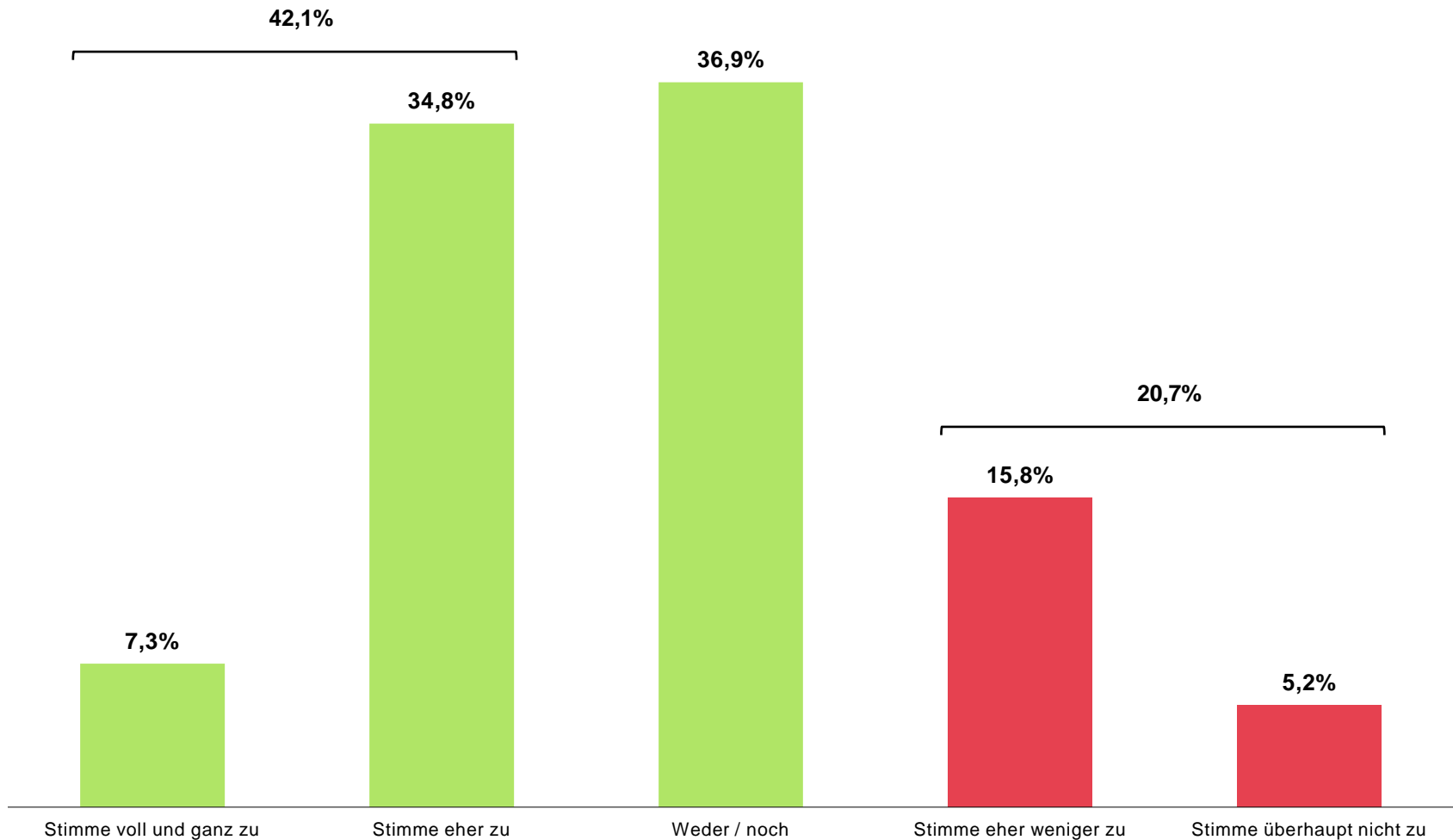
Schädigung der heimischen Marktforschungslandschaft durch Karmasin/Beinschab-Affäre



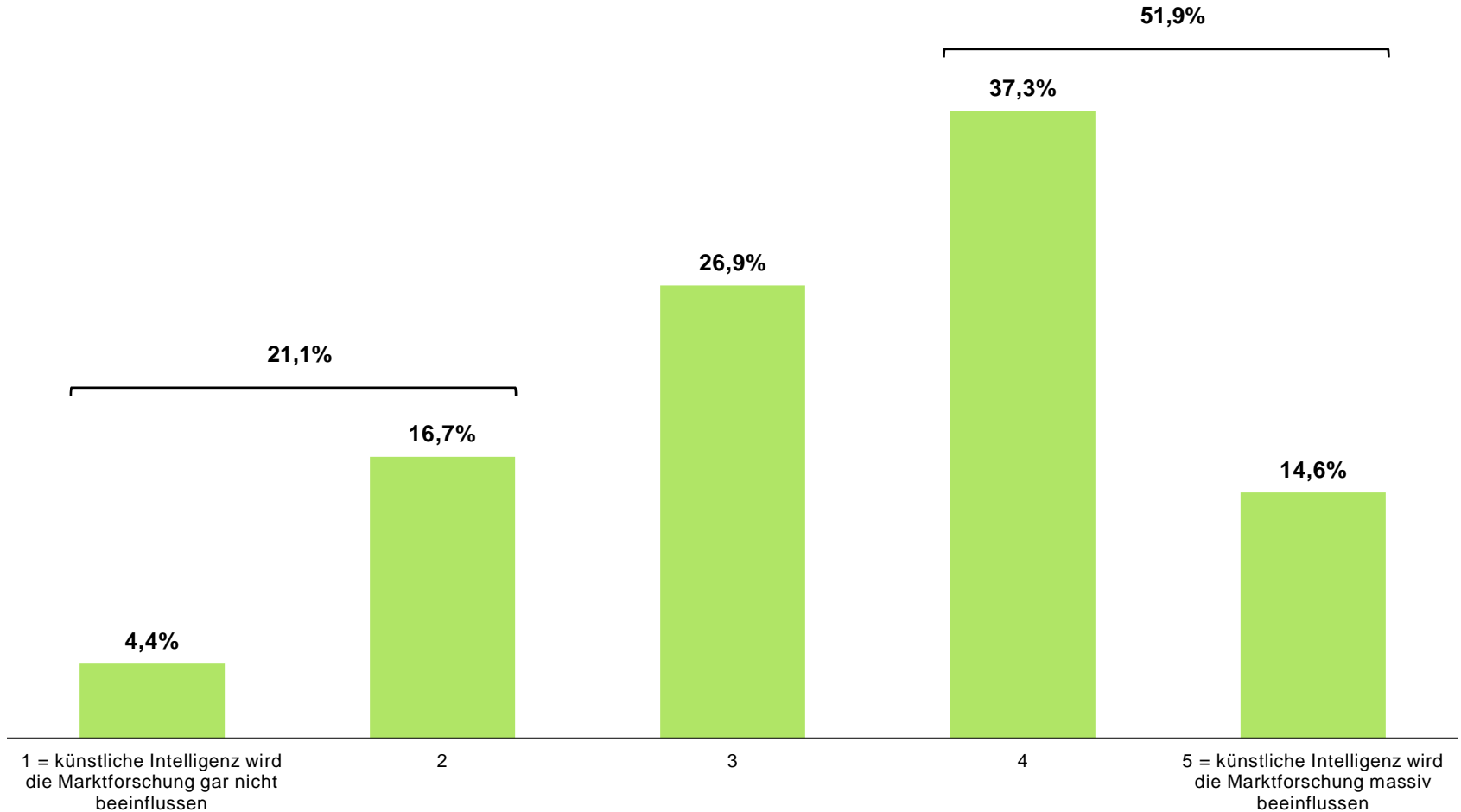
Entwicklung des Marktes für Markt- und Meinungsforschung



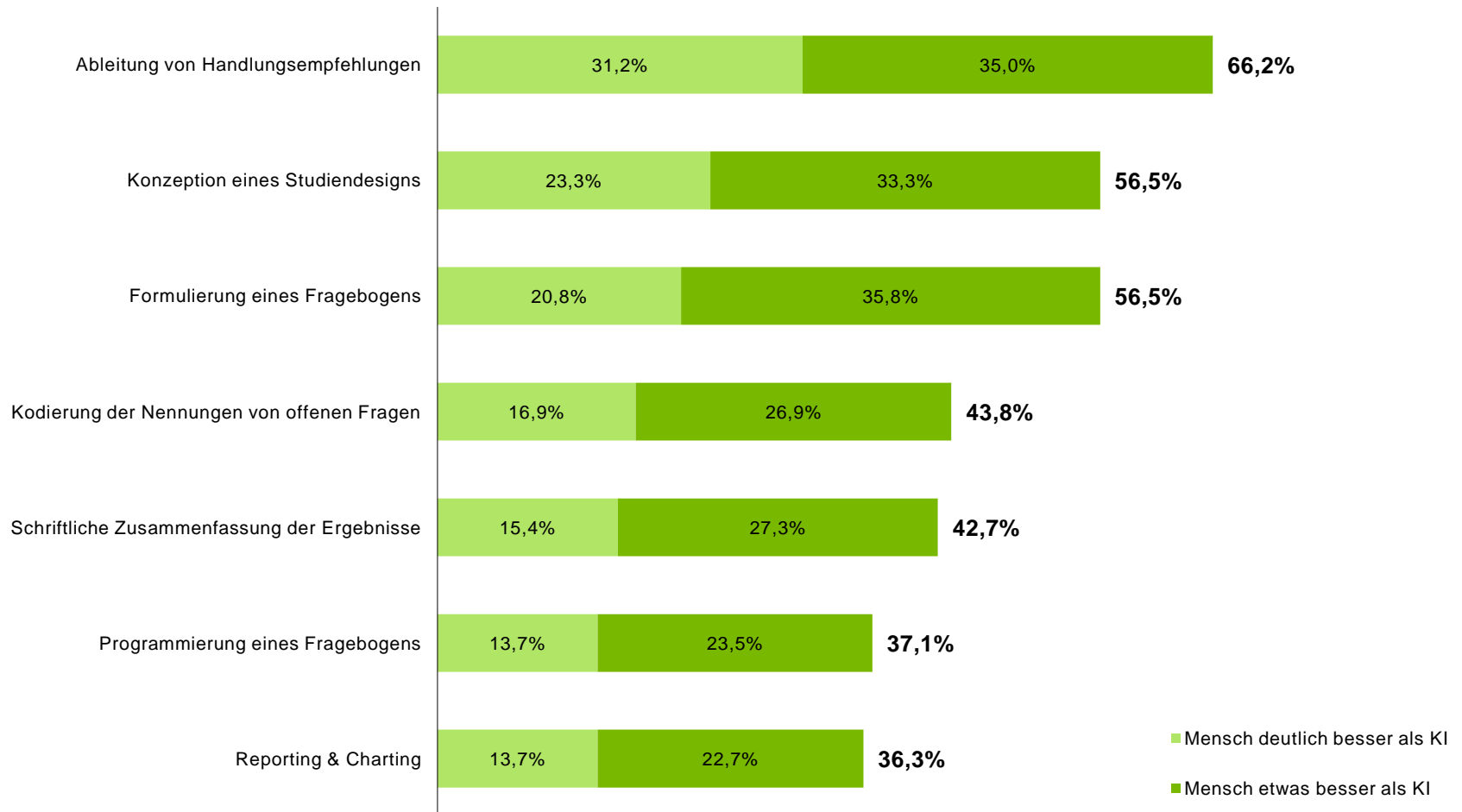
Zustimmung zur Aussage: „Big Data ist der natürliche Feind der Markt- und Meinungsforschung“



Einfluss von KI auf traditionelle Markt- und Meinungsforschung



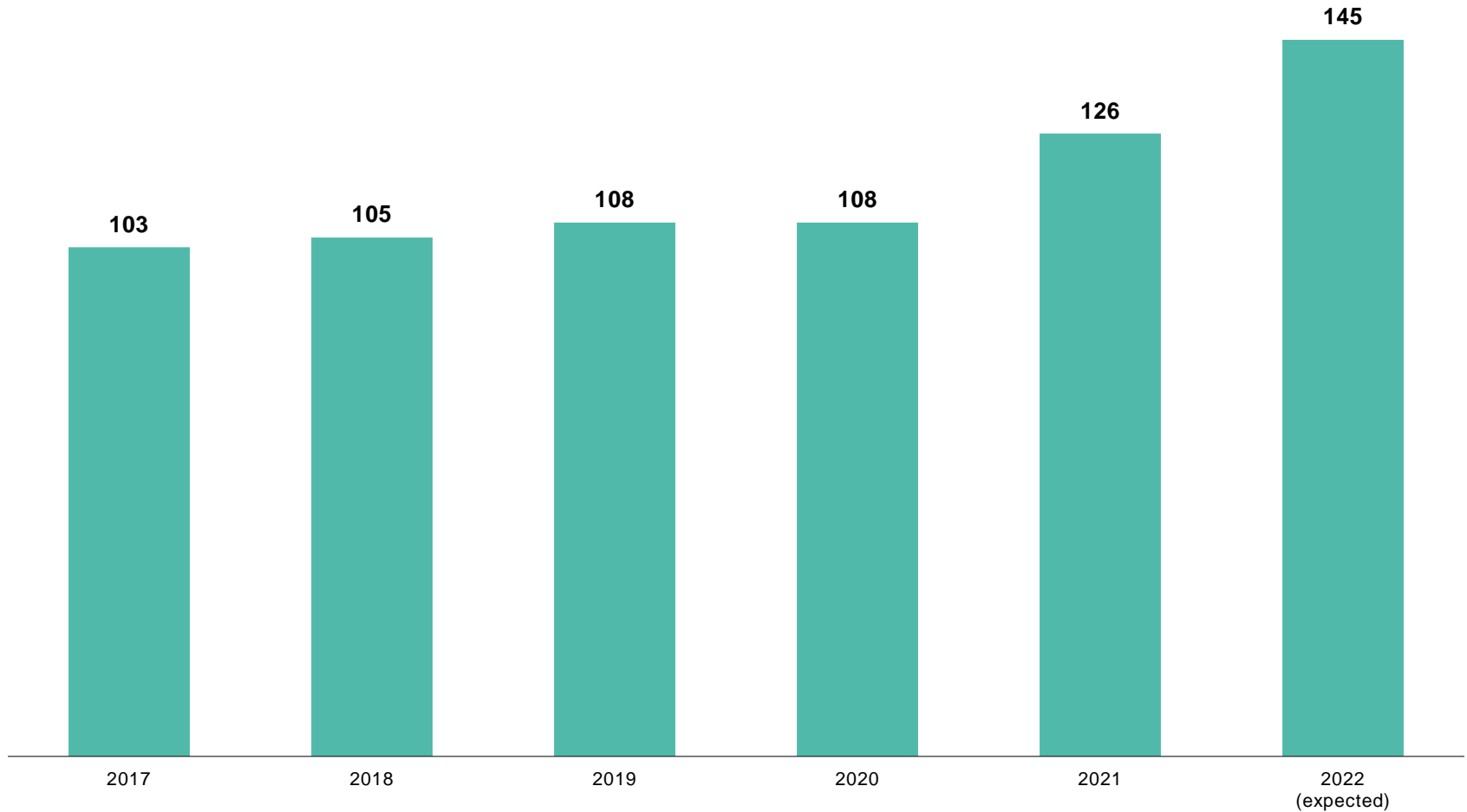
Fähigkeiten Mensch vs. KI bei folgenden Tätigkeiten



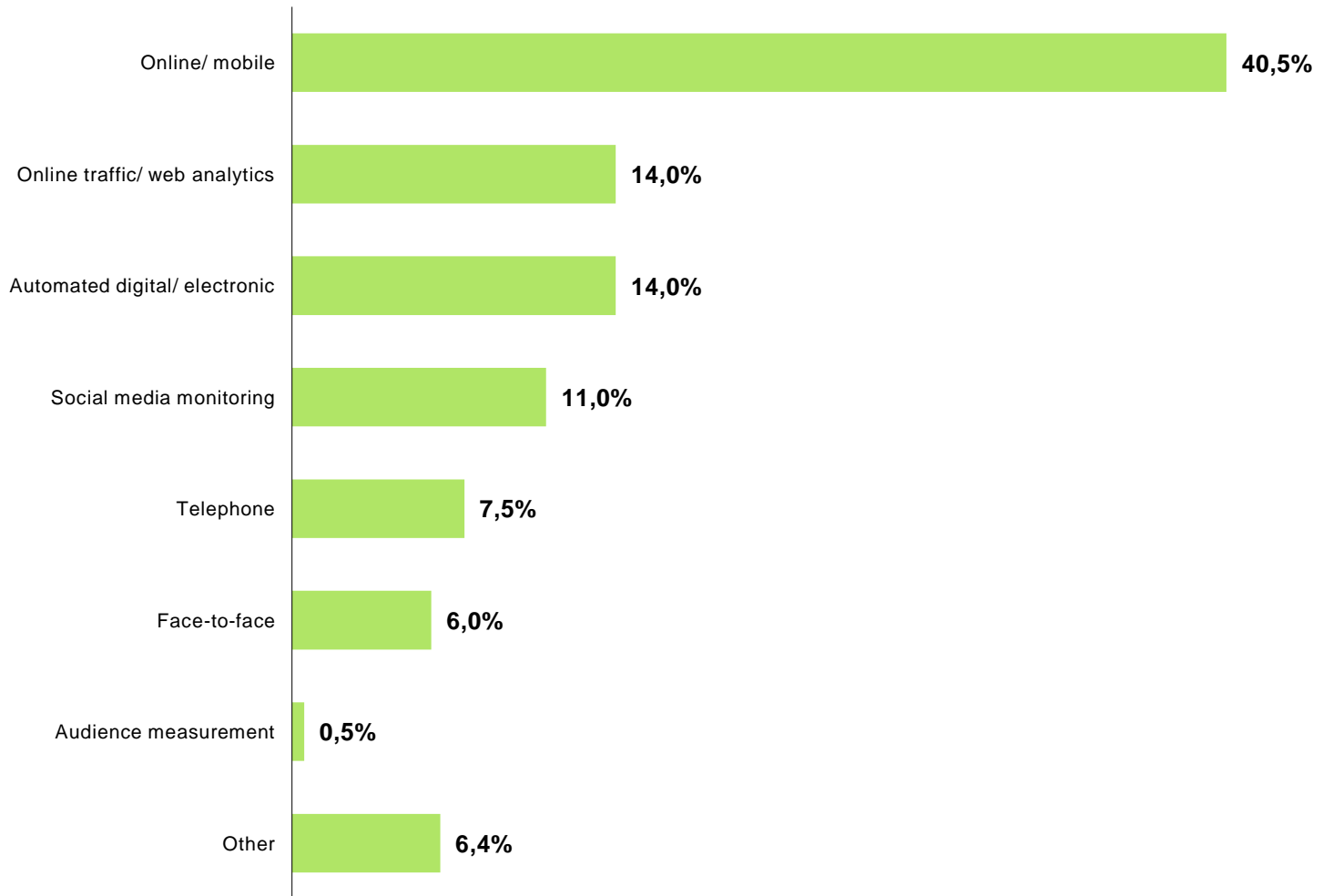
Global Market Research 2022



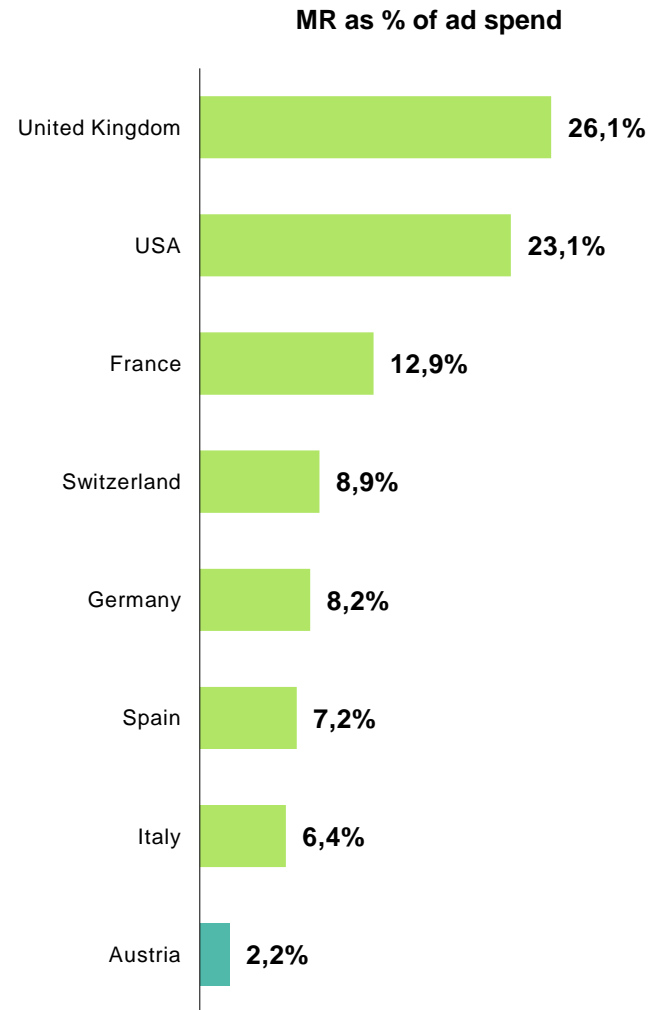
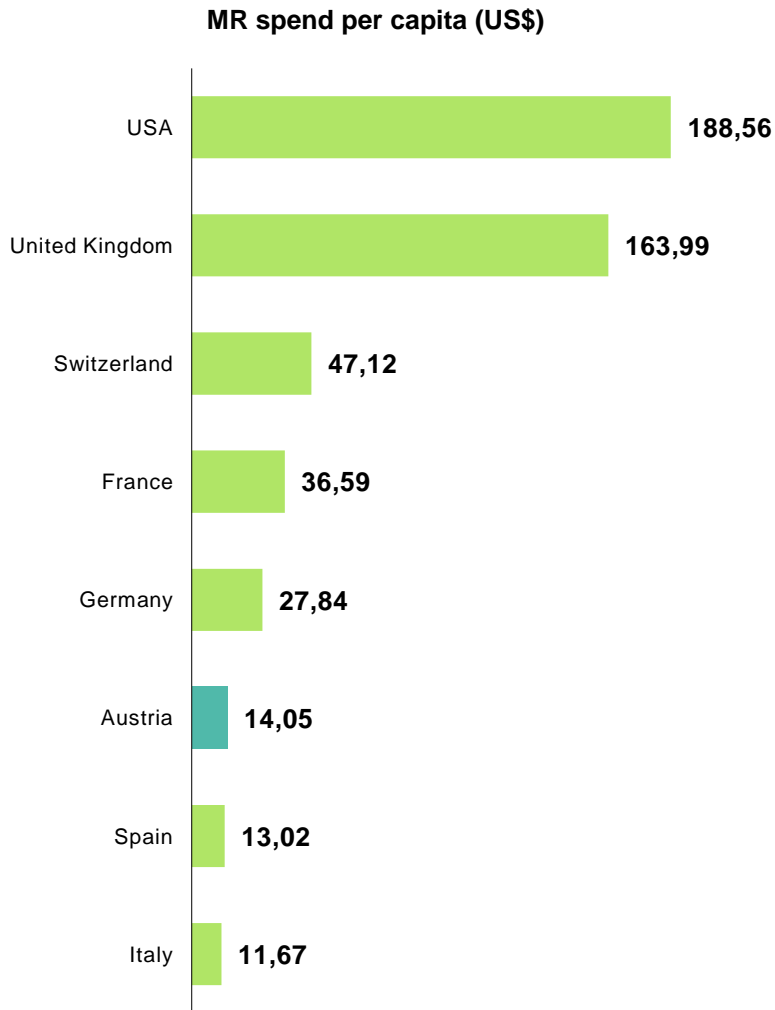
Market Research Turnover (US\$m): Austria



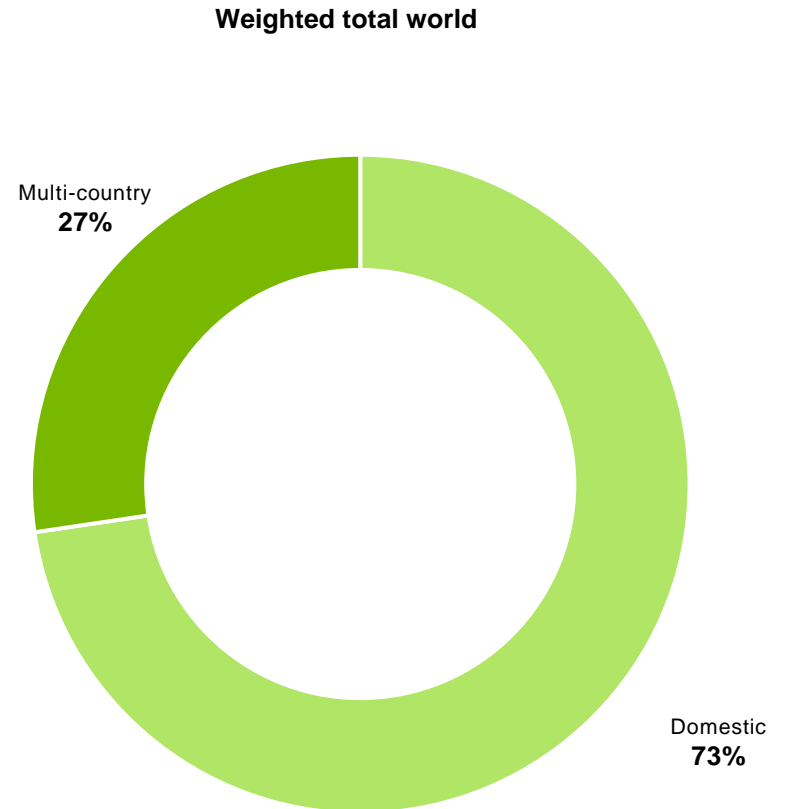
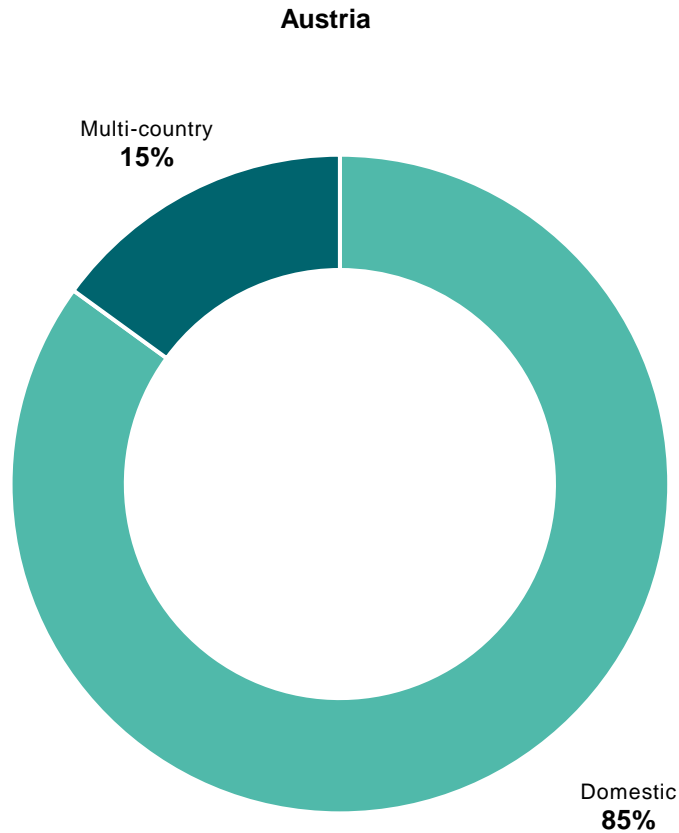
Market share of quantitative methods



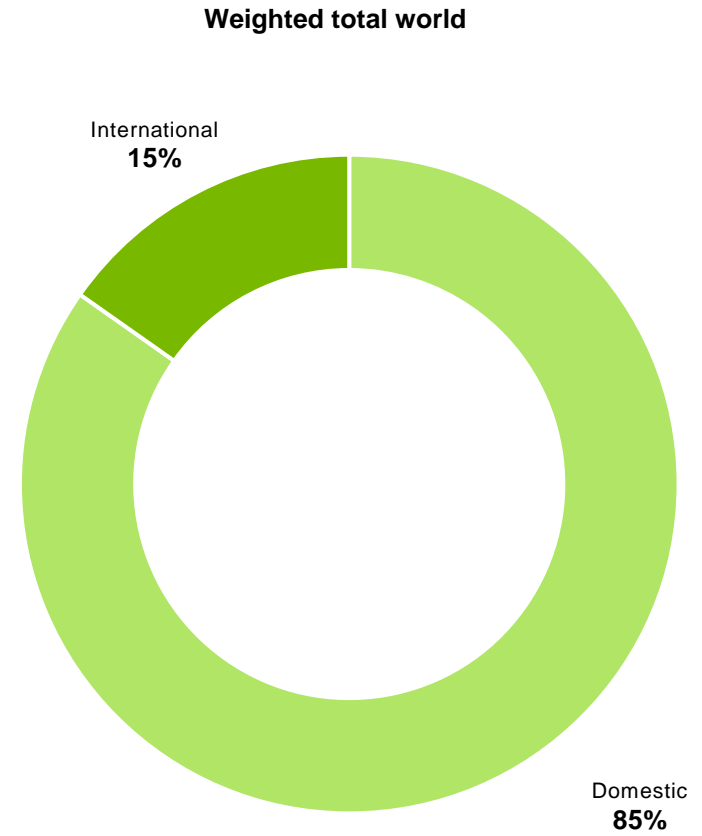
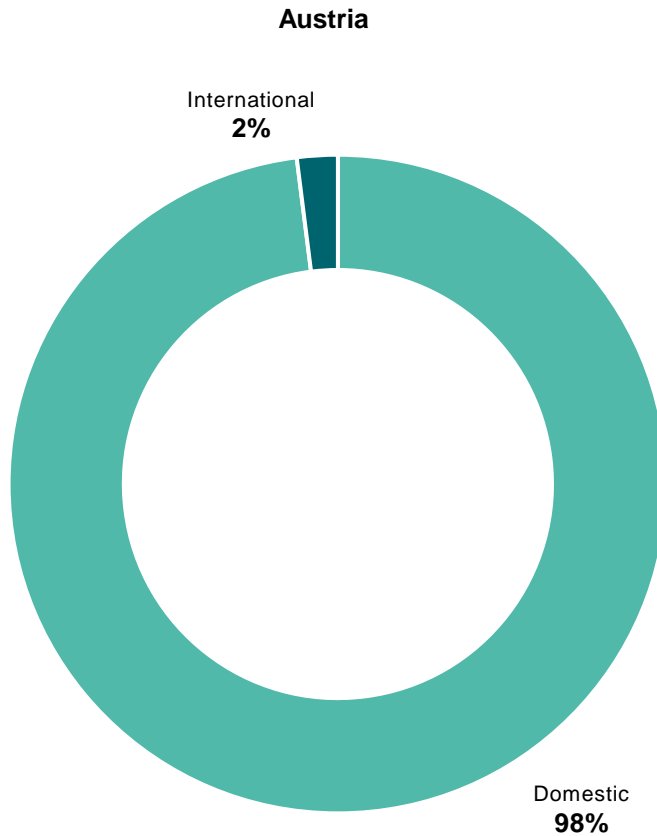
Market research and advertising spend



Domestic vs. multi-country projects



Domestic vs. international clients



**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Andrea Berger

Research & PR

a.berger@marketagent.com

02252 909 009

Mühlgasse 59

2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.