mrktgnt.

# NICHT RATEN, FRAGEN.

## Digitale Markt- und Meinungsforschung seit 2000

Marketagent steht für digitale Markt- und Meinungsforschung mit Tempo, Qualität und Herzblut. Seit 2000 leben wir nicht nur Online Research, sondern entwickeln es konsequent weiter. Heute forschen wir in 90 Ländern, realisieren jährlich mehr als 1.000 Studien und bringen Unternehmen näher an das, was ihre Konsument*innen denken, fühlen und antreibt.

Im Zentrum unserer Forschung stehen die Menschen: 2,5 Millionen Konsument*innen in unserem Online Access Panel, die uns täglich Einblicke in ihre Meinungen, Bedürfnisse und Lebenswelten geben.

Mit ISO-zertifizierten Panelkapazitäten in 90 Märkten erreichen wir die passenden Zielgruppen schnell und direkt. Auch länderübergreifende Studien bleiben dabei unkompliziert: ein zentraler Ansprechpartner, einheitliche Qualitätsstandards und effiziente Abläufe.



- 2,5+ Mio. Panel-Teilnehmer*innen
- 90 Länder
- 500 neue Mitglieder pro Tag
- 1 Mio.+ Interviews pro Jahr
- 1.000+ Online-Studien pro Jahr
- ISO 20252 - zertifizierte Qualität

mrktgnt.

# Digital Research mit Herzblut.

Wir waren dabei, als Online Research noch Pionierarbeit war. Und wir sind bis heute überzeugt: Gute Marktforschung muss nicht kompliziert sein. Unser Zugang ist pragmatisch, unser Qualitätsanspruch hoch. Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche, arbeiten schnell und effizient, aber stets ohne methodische Abkürzungen.

Quick & Dirty? Nicht unsere Welt. Wir nennen es lieber: Quick & Quality. Seit 2000 verbinden wir fundierte Methoden-Kompetenz mit konsequenter Innovation. Unser interdisziplinäres Team aus Marktforscher*innen, Soziolog*innen, Psycholog*innen, Betriebswirt*innen und IT-Expert*innen begleitet Projekte von der ersten Fragestellung bis zu den entscheidenden Insights.

## Wissen, was bewegt.

**Innovation & Produkt**
Ideenscreenings, Konzepttests, Produkttests, Online Home-Use-Tests, Product Launch Controlling

**Preis & Packaging**
Pricing-Forschung, Verpackungstests, Logotests, Namenstests, Claim- & Slogantests

**Marke & Zielgruppe**
Usage & Attitude-Studien, Motivanalysen, Marktsegmentierung, Zielgruppenanalysen, Markenkernanalysen, Brand Positioning

**Kommunikation**
Werbemittel-Pretests, Werbemittel-Posttests, Trackingstudien, Testimonialtests

**Customer & Employee Experience**
Kund*innenbefragungen, Mitarbeiter*innenbefragungen, Websitetests, Point-of-Sale-Rekrutierung

# Marketagent auf einen Blick.

**Online Research seit 2000**
Pionier der digitalen Markt- und Meinungsforschung

**Führend in der DACH Region**
Mit internationaler Reichweite und eigenen Panelkapazitäten in 90 Märkten

**Eigentümergeführt**
Kurze Wege, schnelle Entscheidungen und persönliche Betreuung

**2,5+ Mio. Panel-Mitglieder**
Direkter Zugang zu Konsument*innen rund um den Globus

**ISO 20252 zertifiziert**
Dokumentierte Qualität über den gesamten Marktforschungsprozess

**30+ Research Professionals**
Interdisziplinäre Kompetenz und persönliche Ansprechpartner*innen

**4 Standorte**
Baden, Wien, Zürich, Maribor

**Auf Sendung**
Bekannt aus „2 Minuten 2 Millionen“

## Vertrauen, das uns freut.

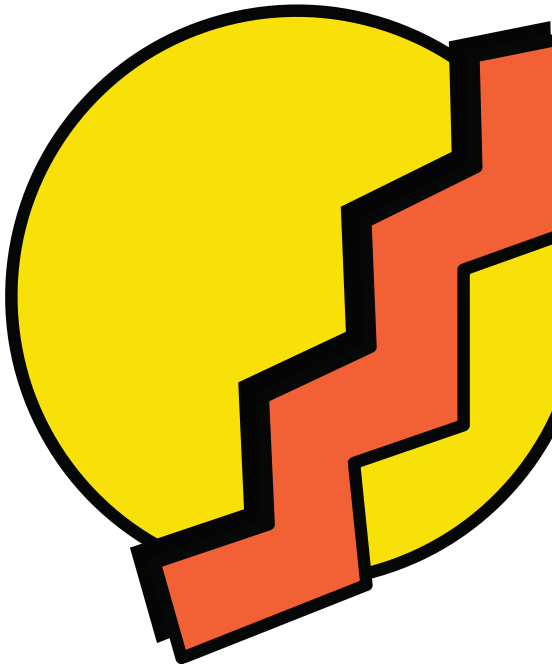
A1 Telekom Austria, AllergoSan, Allianz, ARBÖ, Bank Austria, Bipa, Deloitte, efko, EPAMEDIA, EY Austria, feibra, Generali Versicherung, Interwetten, Kotanyi, Kuratorium für Verkehrssicherheit, Maresi, McDonald’s, NÖM, Österreichische Post, Ottakringer, ORF, Parship, PwC, Ruefa, Sanova, Shell, Sigmund Freud Universität, SPAR, Universität Wien, Ventocom (HoT), willhaben, WKO

mrktgnt.

# Sie haben die Fragen, wir die Antworten.

Ob schnelle Entscheidungsgrundlage, tiefgehende Consumer Insights oder internationale Multi-Country-Studie: Wir bringen Ihre Forschungsfrage effizient ins Feld und relevante Erkenntnisse auf den Punkt.

Dabei geht unser Anspruch über die reine Datenerhebung hinaus. Wir schaffen Orientierung, machen Zusammenhänge sichtbar und übersetzen Ergebnisse in Erkenntnisse, die fundierte Entscheidungen ermöglichen.



# Was uns neugierig macht.

- Was entscheidet darüber, ob Menschen die Marke A oder die Marke B wählen?
- Wann wird aus Interesse eine Kaufentscheidung?
- Welche Faktoren machen aus einem Produkt ein Lieblingsprodukt?
- Was treibt Entscheidungen an (bewusst und unbewusst)?
- Warum unterscheiden sich Einstellungen und tatsächliches Verhalten?
- Welche Botschaften entfalten Wirkung und welche bleiben langfristig im Gedächtnis?
- Wie entstehen Präferenzen, Vertrauen und Loyalität?
- Welche Bedürfnisse bestimmen das Konsumverhalten von morgen?
- Und wie lassen sich Veränderungen erkennen, bevor sie offensichtlich werden?

mrktgnt.

# Was möchten Sie entscheiden?

- Welche Idee hat das grösste Potenzial?
- Welche Zielgruppe verspricht Wachstum?
- Welcher Preis funktioniert?
- Wie wird meine Marke wahrgenommen?
- Welche Kampagne überzeugt?
- Warum entscheiden sich Konsument*innen für den Mitbewerb?
- Was sollten wir als Nächstes tun?

# Human Insights, Smart Technology.

Technologie verändert, wie wir forschen. Nicht, warum wir forschen.

Mit KI-gestützten Tiefeninterviews verbinden wir qualitative Tiefe mit der Effizienz quantitativer Forschung. Intelligente Gesprächsführung ermöglicht es, im Rahmen von Online-Befragungen individuell nachzufragen, relevante Themen zu vertiefen und so Motive, Einstellungen und Emotionen hinter den Antworten besser zu verstehen.

Damit entstehen neue Möglichkeiten für hybride Forschungsdesigns: Statt sich zwischen großen Fallzahlen und tiefgehenden Einblicken entscheiden zu müssen, lassen sich beide Perspektiven miteinander verbinden. So erfahren wir nicht nur, was Menschen denken und entscheiden, sondern kommen auch dem Warum dahinter einen entscheidenden Schritt näher.

Von KI-gestützten Tiefeninterviews bis zu neuen Ansätzen mit synthetischen Daten nutzen wir neue Technologien dort, wo sie Forschung schneller, tiefer oder intelligenter machen. Im Mittelpunkt bleibt dabei immer der Mensch.

mrktgnt.

# Wir forschen auch, wenn uns niemand darum bittet.

Neugier gehört für uns zum Beruf. Deshalb untersuchen wir regelmäßig auf eigene Initiative Themen, die Menschen, Märkte und Gesellschaft bewegen.

Von Konsum und Arbeit über Technologie und Medien bis zu gesellschaftlichen Entwicklungen.

Weil wir nicht nur wissen wollen, was unsere Kund*innen beschäftigt. Sondern auch, was die Menschen beschäftigt.

## Research braucht neue Perspektiven.

Mit dem Consumer Research Award fördern wir innovative Forschungsansätze und junge Talente an der Schnittstelle von Wissenschaft, Technologie und Consumer Research. Gemeinsam mit der Fachhochschule Wiener Neustadt schaffen wir Raum für neue Fragestellungen, methodische Zugänge und zukunftsweisende Ideen.

Die überzeugendsten Forschungsdesigns werden dabei nicht nur ausgezeichnet, sondern gemeinsam mit Marketagent in die Praxis umgesetzt. So fördern wir den Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft und setzen neue Impulse für die Konsumentenforschung von morgen.

www.consumerresearchaward.at

# Ausgezeichnet, seit über 20 Jahren.

- Jury-Auszeichnung Multimedia-Staatspreis 2002
- 1. Preis beim NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer & der Donau Uni Krems
- 1. Platz beim GEWINN Jungunternehmer-Wettbewerb 2004
- 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 2021, 2. Platz Österreich Wertung „Top Kleinbetriebe"
- Austria's Leading Companies 2021, 1. Platz Niederösterreich Wertung „Top Kleinbetriebe"

## 2 Minuten 2 Millionen.

Marketagent ist Research-Partner der PULS 4-Start-up-Show „2 Minuten 2 Millionen" und bringt erstmals die Stimme des Marktes direkt ins TV-Format. Damit ergänzen wir die Einschätzung der Investor*innen um eine unabhängige, datenbasierte Perspektive der Konsument*innen.

Noch vor dem Pitch durchlaufen die Geschäftsideen einen repräsentativen Markt-Check. 500 Österreicher*innen bewerten die Konzepte anhand zentraler Erfolgsfaktoren wie Relevanz, Innovationsgrad, Vertrauen und Kaufbereitschaft. So wird frühzeitig sichtbar, welches Marktpotenzial tatsächlich in einer Idee steckt.

Für Gründer*innen bedeutet das mehr Transparenz, für Investor*innen mehr Sicherheit und für das Publikum ein neues, realistischeres Bild davon, wie Erfolg am Markt entsteht.

mrktgnt.

Noch Fragen? Gut so.

schweiz@marketagent.com
www.marketagent-schweiz.ch

marketagent