

Jetzt: „Kantar TNS“

Es gab schon einige Namenswechsel in der Geschichte des Instituts. Nun beginnt einer neuer Abschnitt.

WIEN. Ende 2016 wurde TNS Info Research Austria zu Kantar TNS Austria. Damit beginnt ein neuer Abschnitt für das 1961 gegründete Institut für Marktforschung und Marketingberatung.

Trotz zahlreicher Namenswechsel im Laufe seiner Geschichte ist das renommierte Wiener Unternehmen – seit vielen Jahren mit TNS assoziiert – nach wie vor eigenständig und erfolgreich unterwegs. Die jetzt erfolgte Namensänderung resultiert aus der Entscheidung der globalen Kantar-Gruppe, die Zusammengehörigkeit aller Tochterunternehmen wie TNS, Millward Brown, Added Value

und weitere durch den Zusatz „Kantar“ zu verdeutlichen.

Stabiles Benchmark-System

Kantar TNS Austria bietet unter anderem exklusiv den ad hoc Werbemittel-Pretest Link Test an. Dieser wurde in über 100 Ländern bereits 140.000 Mal durchgeführt. Entwickelt wurde der Test von Kantar Millward Brown. Verwendet werden kann er für verschiedene Werbemittel. International arbeitet Link Test mit einem sehr stabilen Benchmark-System, das es ermöglicht, die Qualität von Werbung mittels breit gefächelter Benchmark genau zu ermitteln und zu vergleichen. Für Öster-

Neuzugang

Das Team wird durch Gabriele Peiskammer verstärkt.



© Kantar TNS

reich wird dies gerade aufgebaut. Eine weitere Neuigkeit aus dem Hause Kantar TNS Austria ist die Stärkung des Bereichs Qualitative Marktforschung. So verstärkt Gabriele Peiskammer das Team. Außerdem wurde ge-

rade ein Projekt mit Flüchtlingen abgeschlossen; dabei ging es um die Erforschung von deren Lebensverhältnissen anhand von Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen, zum Teil mit Dolmetschern. (gs)



Wo geht's lang?

Der direkte Weg zu Ihren Kunden ist keine Glückssache! Wir liefern die Grundlage Ihrer künftigen Entscheidungen. entdecken@comrecon.com | comrecon.com


comrecon
brand navigation