

Bunte Diagramme sind noch keine Lösung

Im Herbst möchte sich Herbert Kling mit seinem Marktforschungsinstitut meinungsraum.at neu positionieren.

2018

... Von Gianna Schöneich

In Zeiten von Big Data haben es Marktforschungsinstitute nicht leicht. Neue Konkurrenzen erschweren ihnen das Leben – über diese und andere Herausforderungen sprach mit **medianet** Herbert Kling, Geschäftsführer von meinungsraum.at. Vor seiner Neupositionierung im Herbst gab er Einblicke in seine derzeitige Situation und kommende Herausforderungen.

Kling: Wenn ich über eine Neuausrichtung von meinungsraum.at spreche, muss man auch über eine Neuausrichtung der *gesamten* Branche sprechen. Wir alle müssen unseren Kunden erklären, dass bunte Diagramme noch lange keine Lösung sind. Die Analyse von großen Datenmengen löst noch keine Probleme. Man sollte sich Dia-

Verordnung

Im Mai 2018 wird die EU-Datenschutz-Grundverordnung in Kraft treten. Mit dieser werden die Regeln für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten festgelegt.

medianet: Herr Kling, beschreiben Sie doch bitte die derzeit schwierige Situation der Marktforschungsinstitute.

Herbert Kling: Derzeit stehen wir Marktforscher vor einer Challenge. Es ist eine neue Konkurrenz aufgestanden – sie besteht aus riesigen Konzernen, die Unmengen von Daten be-

sitzen. Andererseits gibt es viele IT-Firmen, die sich darauf verstehen, Daten sehr gut darzustellen und diese ihren Kunden als Wahrheit zu verkaufen.

medianet: Im Herbst möchten Sie Ihr Institut neu positionieren.

gramme nicht aus einer IT-Sicht ansehen – es braucht Marketing-Know-how und ein Zielgruppenverständnis; das haben wir als Marktforscher. Wir müssen in diesen Dingen – im Bereich Big Data und auch abseits von Umfragen – besser werden. Ich glaube, dass IT-Abteilungen kein Zielgruppen- und kein Marktverständnis haben.

© Panthermedia.net/
mmxer