

Die Neuerfindung

meinungsraum.at überrascht die Branche mit dem Produkt Empro und ist für die Datenschutzgrundverordnung bestens gewappnet.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. meinungsraum.at startete in den Herbst mit vielen neuen Themen, die Geschäftsführer Herbert Kling im Interview mit medianet vorstellte. So ist man nicht nur deutlich schlanker geworden, sondern punktet auf dem Markt auch mit einem neuen Produkt.

medianet: Herr Kling, in Ihrem Unternehmen hat sich einiges getan ...

Herbert Kling: Nach über zehn Jahren erschien es mir notwendig, das gesamte Unternehmen auf den Prüfstand zu stellen. Wir haben gemerkt, dass wir in manchen Bereichen ineffizient geworden sind und Speck angesetzt haben. Es bedurfte leider an vielen Stellen harter Einschnitte. Das war zwar schmerzhaft, aber notwendig. Nun sind wir schlanker, aber deutlich schlagkräftiger. Gleichzeitig habe ich das Unternehmen an die anstehenden Umbrüche in der Branche angepasst. Nun habe ich eine Mannschaft, die voll hinter den neuen Themen rund um die Digitalisierung steht. Im nächsten Jahr werden wir aber wieder wachsen und unseren Fokus viel stärker auf die Themen Daten und IT richten. Dafür suchen wir nun Mitarbeiter, die ein tiefes Verständnis für diese Themen mitbringen.

medianet: Entwickelt sich meinungsraum.at also immer stärker zu einem quantitativen Profil?

Kling: 80 Prozent unserer Projekte sind quantitative. Doch nun entwickeln wir uns immer mehr Richtung Big-Data-Dienstleister. War das Thema bisher von den Technikern dominiert, so zeigt sich immer öfter, dass es auch die geisteswissenschaftliche Kompetenz in diesem Be-



© meinungsraum.at/Anna Stöcher

Geschäftsführer

Herbert Kling leitet das Unternehmen meinungsraum.at, einen Full-Service-Marktforschungs-Dienstleister. Der Schwerpunkt liegt auf der Online-Markt- und Meinungsforschung.

reich braucht. Große Datenmengen zu sammeln, ist ja schön, aber man muss diese auch sinnvoll auswerten können, und das haben wir wirklich gelernt.

medianet: Im Mai nächsten Jahres stehen Sie vor ganz neuen Herausforderungen, wenn die Datenschutzgrundverordnung eintritt.

Kling: Wir haben uns diesem Thema von den unterschiedlichsten Seiten angenähert und arbeiten intensiv an einer Blockchain-Lösung. Wir sind hier sehr engagiert und werden in den nächsten Monaten ein komplett

neues Service auf den Markt bringen, das wir auch anderen Unternehmen anbieten werden.

medianet: Können Sie hier einen Ausblick geben?

Kling: Beispielsweise müssen laut der neuen Verordnung Internetuser jedes halbe Jahr von Unternehmen gefragt werden, ob sie ihre Daten einzelnen Unternehmen noch zur Verfügung stellen. Das wird mühsam und könnte einen extremen Datenverlust bedeuten. Unser Ziel ist es, die einzelnen Personen von ihren Daten durch eine Blockchain zu trennen. Wir sammeln also keine privaten Daten mehr. Das ist technologisch sehr anspruchsvoll. Aus meiner Sicht gehen wir hier völlig neue Wege. Die Idee ist, dass jeder User eine Art Information-Wallet erhält, wo er sieht, bei welchen Services er angemeldet ist und welche Informationen diese von ihm besitzen. Der User kann dann entscheiden, ob diese Informationen den einzelnen Services auch tatsächlich zur Verfügung stehen sollen. Wichtig ist, dass diese Lösung serviceübergreifend ist – es geht also nicht nur um unsere Services, das würde viel zu kurz greifen.

medianet: Ihr Unternehmen steht vor allem für die Vermessung von Emotionen.

”

Wir sehen uns nicht nur als Marktforscher, sondern auch als echte Berater für unsere Kunden.

“