



Empro

Mit dem neuen Produkt von meinungsraum.at werden neue Maßstäbe in der Emotionsmessung gesetzt.

che nach Arbeitskräften ist tatsächlich schwieriger geworden und wird als Problem gesehen. Es ist schwer, beispielsweise Akademiker zu finden und diese dann auch an das Unternehmen zu binden. Aber auch in niedrig qualifizierten Bereichen kommt es zu Problemen. Dieser ‚War of Talents‘ findet gerade statt. Es gibt immer weniger Personen auf dem Arbeitsmarkt, gleichzeitig muss die Arbeit aber gemacht werden. Die Unternehmen treten also an uns heran, um beispielsweise herauszufinden, wie ihre Marke auf dem Markt bewertet wird. Hier kommt unser neues Produkt Empro besonders gut an, denn es kann den emotionalen Wert einer Marke bei den Mitarbeitern und potenziellen Mitarbeitern messen, und daraus können wichtige Rückschlüsse auch in der Mitarbeiteransprache gezogen werden.

Kling: Hier haben wir am 1. September ein völlig neues Produkt auf den Markt gebracht: Empro wird neue Maßstäbe in der Emotionsmessung setzen. Haben wir bisher mit einem Bildverfahren gearbeitet, so haben wir uns die wissenschaftlichen Kritikpunkte zu Herzen genommen und nun auf ein völlig neues Koordinatensystem umgeschwenkt. Die neue Methode wurde gemeinsam mit Wissenschaftlern entwickelt und ist deutlich kosteneffizienter und aussagekräftiger. Die ersten Feldstudien lieferten wirklich erstaunliche Ergebnisse und überraschte selbst unsere Kunden.

medianet: *Wie lange benötigen Sie für die Durchführung eines Projekts?*

Kling: Auch hier spielt die neue Methode ihre Stärken aus – wir konnten die Durchlaufzeit auf vier Wochen senken.



DSGVO

Die im Mai 2018 in Kraft tretende Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sorgt bei vielen Unternehmen für Kopfzerbrechen. Bei meinungsraum.at ist man gerüstet und setzt auf eine Blockchain-Lösung, die auch an Dritte verkauft werden soll.

medianet: *Wie weit geht Ihre Beratung?*

Kling: Sehr weit – wir sehen uns nicht nur als Marktforscher, sondern auch als echte Berater für unsere Kunden. Wir interpretieren nicht nur unsere Ergebnisse und verdeutlichen die Erklärungsmuster, die dahinterstehen, sondern zeigen auch Wege auf, wie man weiter vorgehen könnte. Wir sind zwar keine Strategieberater, aber wir können sehr wohl die Richtung einer Marketingkampagne vorgeben.

medianet: *Ein weiteres großes Thema, mit welchem Sie sich beschäftigen, ist der Human Resources-Bereich.*

Kling: Im Human Resources-Bereich gibt es derzeit einen großen Umbruch, und das spiegelt sich auch bei den vielen Anfragen bezüglich Employer Branding wider. Denn die Su-



Mein Team ist großartig, und mit unseren Produkten erfinden wir die Marktforschung gerade neu.

Herbert Kling
meinungsraum.at



medianet: *meinungsraum.at ist für die Zukunft also gewappnet?*

Kling: Wir haben uns 2017 wieder richtig zukunftsfit gemacht. Mein Team ist großartig, und mit unseren Produkten erfinden wir die Marktforschung gerade neu.