

# Auf Expansionskurs

Marketagent.com hat mit seinem Online-Panel den 60. Markt erschlossen und plant 2019 zahlreiche Neuerungen.

... Von Sascha Harold

BADEN. Um auf die Herausforderungen der Zukunft zu reagieren, hat sich das digitale Marktforschungsinstitut Marketagent.com einiges vorgenommen. Herzstück des Unternehmens ist ein Online-Panel, das knapp 1,3 Mio. aus mittlerweile 60 Ländern umfasst. „Unser Panel wächst derzeit um 1.500 neue Mitglieder pro Tag und umfasst jetzt auch Indien“, erklärt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Neben größerer Unabhängigkeit vom Heimmarkt ermögliche die Expansionsstrategie auch Zugang zu Mehrländerstudien, die durch die Globalisierung spürbar an Bedeutung gewinnen, so Schwabl weiter. Marketagent.com verwaltet nun eigene Panel-Kapazitäten auf allen sieben Kontinenten und bietet sein Research-Service in knapp 30 Sprachen an.



## Expansion

Das Online-Panel umfasst knapp 1,3 Mio. Mitglieder aus mittlerweile 60 Ländern.

## Stagnation bedeutet Druck

Traditionelle Marktforschungsansätze kommen durch die voranschreitende Digitalisierung und die zunehmende Wichtigkeit von Daten stärker unter Druck. „In einem stagnierenden Markt ist das Verlassen ausgetretener

Pfade unabdingbare Grundvoraussetzung für eine positive Unternehmensentwicklung“, erläutert Schwabl. Das Unternehmen hat ein erfolgreiches Jahr hinter sich und blickt auf einen Umsatzanstieg von 15% zurück. Auch 2019 soll dieser Wachstumskurs fortgesetzt werden. Im ersten Halbjahr stehe deshalb ein komplettes Re-Branding, die Implementierung eines Advisory Boards, zwei Corporate Social Responsibility-Initiativen und die Konzeption eines neuen Awards auf dem Programm, beschreibt Schwabl die kommenden Projekte.

## Staatlich ausgezeichnet

Seit wenigen Monaten darf sich das digitale Marktforschungsinstitut zudem mit der Führung des österreichischen Bundeswappens schmücken und reiht sich damit unter jene 0,4 Prozent

der heimischen Betriebe, die berechtigt sind, dieses als staatlich ausgezeichnetes Unternehmen zu tragen. „Wir sehen die Verleihung des Staatswappens zugleich als Auszeichnung, aber auch als Ansporn, die Digitalisierung der Markt- und Meinungsforschung in Österreich weiter voranzutreiben“, gibt Schwabl den weiteren Weg vor. Aktuell ist eine der Herausforderungen die Transformation der Forschungsarbeit in Richtung Mobile Research – also dem verstärkten Einsatz des Smartphones zu Erhebungszwecken.

## Disruption und Globalisierung

Mit dem Expansionskurs will Marketagent.com auf die steigende Wichtigkeit der Globalisierung reagieren, die für Schwabl eine der größten Herausforderungen der Markt- und Meinungsforschung ist. Als zwei-

te große Herausforderung macht er die Digitalisierung aus, die auch in der Marktforschung zum Game Changer werden könnte. „In den letzten zwei Jahrzehnten hat sich unsere Branche massiv verändert, und es ist davon auszugehen, dass das Tempo weiterhin hoch bleibt“, blickt Schwabl in die Zukunft.

Für Marketagent.com steht neben den angesprochenen Projekten der weitere Ausbau des Online-Panels auf dem Tapet. Um die Verzerrung in Richtung Internet-Vielnutzer bestmöglich zu verhindern, setzen die Marktforscher aus Baden auch verstärkt auf Offline-Aktivitäten, wie Print-Anzeigen, Plakat-Werbung, Hörfunk- und TV-Spots. Im Mai 2019 will Marketagent.com außerdem eine crossmediale Kampagne starten, die dem Teilnehmerpool einen weiteren Wachstumsschub verleihen soll.

”

*Wir haben uns zum Ziel gesetzt, wirtschaftlich zu wachsen und unsere Position als Innovationsführer stetig zu stärken.*

**Thomas Schwabl**  
Geschäftsführer  
Marketagent.com

“