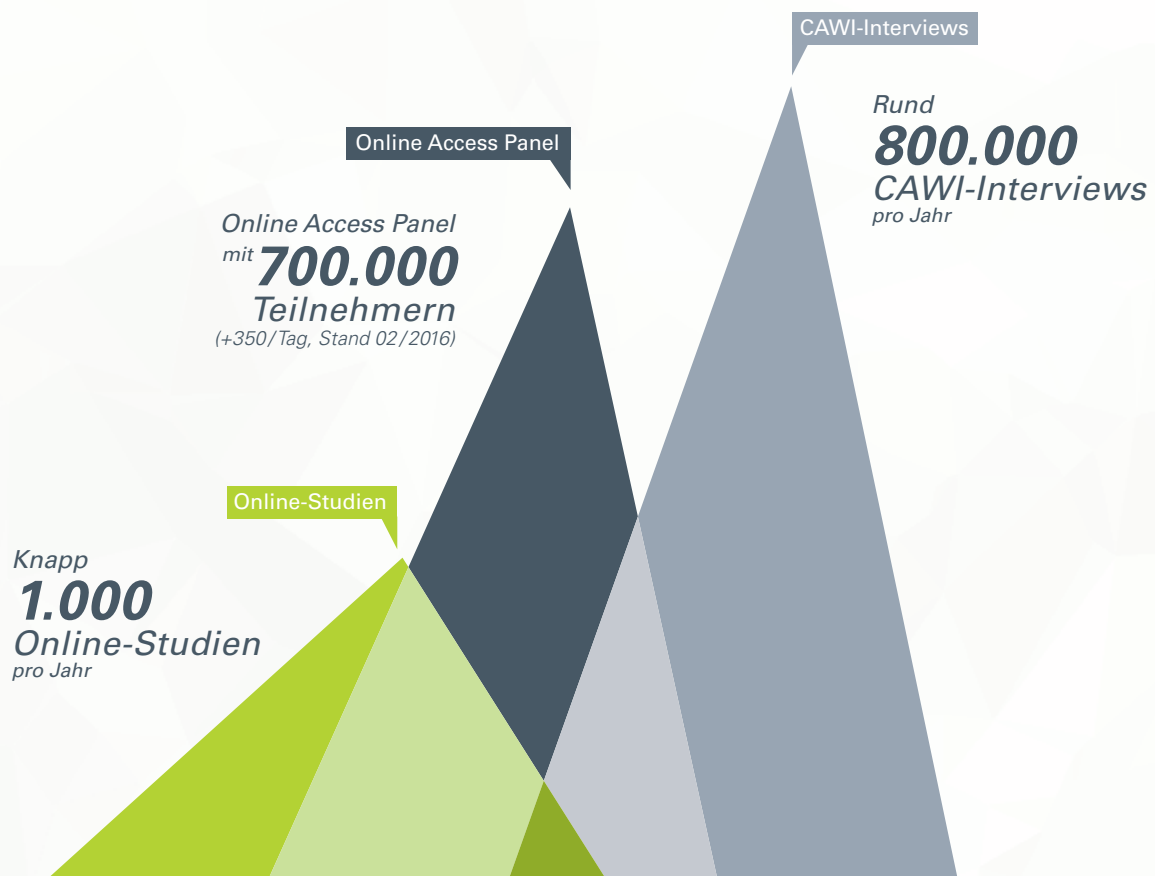


**WISSEN
WAS
BEWEGT**



INSTITUTSPROFIL IN STICHWORTEN

- Österreichs führendes Full Service Online Research Institut
- Online Markt- und Meinungsforschung seit 2000
- Methodenschwerpunkt: Consumer Online Access Panel - Befragungen
- Aktiv mit eigenen Standorten in Österreich, Deutschland, Schweiz und Slowenien
- Eigene Panel-Kapazitäten in 20 Märkten
- Mehrfach ausgezeichnet (u.a. GEWINN Jungunternehmer Kat. eBiz.)
- Mitgliedschaften: VMÖ, ESOMAR, DGOF, VSMS, BVM
- Erstes zertifiziertes Online Access Panel nach ISO 26362
- Büros in Baden bei Wien, Zürich, München und Marburg
- 25 Full-Time Mitarbeiter
- Eigentümergeführt

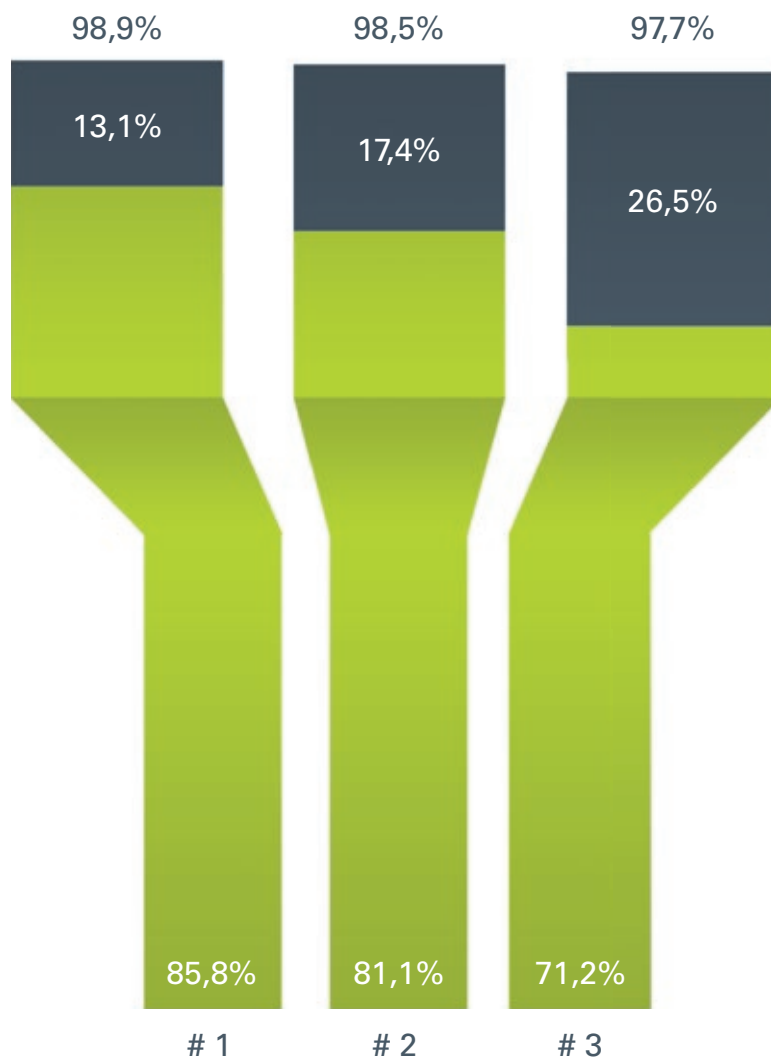
Mit jährlich knapp 1.000 Online Research Studien und rund 800.000 Internet-basierten Interviews zählt Marketagent.com mit Niederlassungen in Baden bei Wien, Zürich, München und Marburg zu den führenden Full Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com bildet ein Online Access Panel mit 700.000 Konsumenten (+ 350 /Tag) in mehr als 20 Ländern, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende heimische und internationale Top-Unternehmen wie A1 Telekom, die Österreichische Post AG, Generali, UPC, Nestlé, die Brau Union oder McDonald's. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.

DIE MARKETAGENT.COM TOOLBOX

- Werbemittelstudien: Pre- und Posttests | Effizienzkontrollen
- Image-Studien | Marken-Kernwert-Analysen | Brand-Positioning
- Marktsegmentierung | Zielgruppenanalyse | Potenzialschätzung
- Trackingstudien: Ad- & Brand-Tracking
- Usage & Attitude Studien | Motiv-Analysen
- Ideenscreening | Konzept- und Produkttests | Product Launch Controlling
- Verpackungstests | Regaltests
- Online Home-Use-Tests
- Online Studien mittels POS-Rekrutierung
- Testimonial-Tests
- Logo- und Namenstests | Claim- & Slogantests
- Pricing-Forschung
- Online Conjoint-Measurement
- Kunden- und Mitarbeiterbefragungen
- Interception Surveys | OnSite-Befragungen
- Qualitative Online Forschung | Online Fokusgruppen
- Social Media Monitoring

WIE UNS UNSERE KUNDEN BEWERTEN



1 ... Zufriedenheit mit der Abwicklung des letzten Projekts
2 ... Erneute Beauftragung mit demselben Projekt
3 ... Weiterempfehlung

■ = sehr zufrieden/auf jeden Fall ■ = eher zufrieden/eher schon

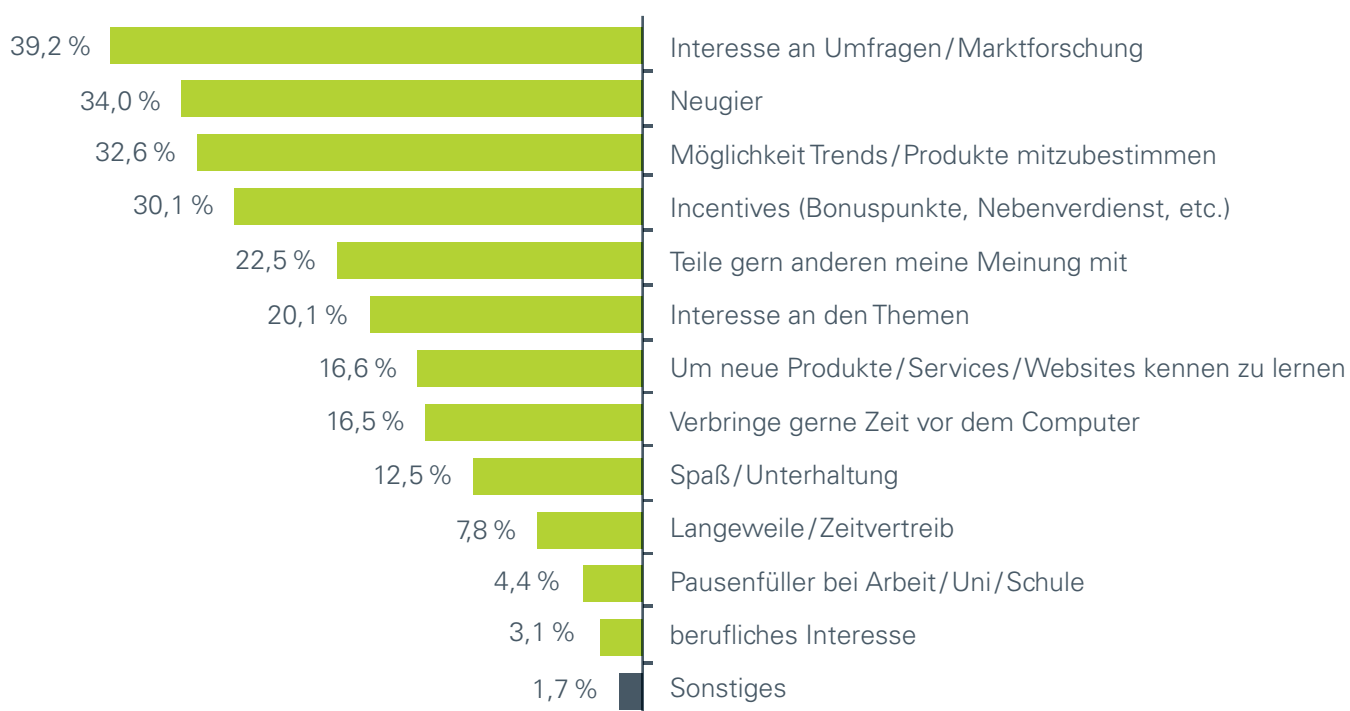
Quelle: Marketagent.com Kundenzufriedenheitstracking, November 2008 - 2015,
N=465 Netto-Interviews, jeweils 5-stufige Skalierung



VIELEN DANK FÜR IHR VERTRAUEN

A1 Telekom Austria AG | Allianz | Almdudler | AMA |
Atomic | Bawag P.S.K. | Beiersdorf | Brau Union |
bwin | card complete | Coca-Cola | Danone | DocLX |
Dr. Oetker | easybank | Emmi | Erste Group | Felix Austria |
Generali | Heineken | Hofer AG | IKEA | ING-DiBa |
Jollydays | Kelly | Kuoni | Lindt & Sprüngli | L'Oréal |
Manner | Maresi | McDonald's | Mövenpick | Nah & Frisch |
Nestlé | Novartis | ÖAMTC | Österreichische Post |
Parship | paysafecard | Raiffeisen Zentralbank |
Red Bull MOBILE | Ruefa | s.Oliver | Siemens |
Spar | Swiss Life | T-Mobile |
UniCredit Bank Austria | UNIQA |
willhaben.at

WAS BEWEGT UNSERE PANELMITGLIEDER

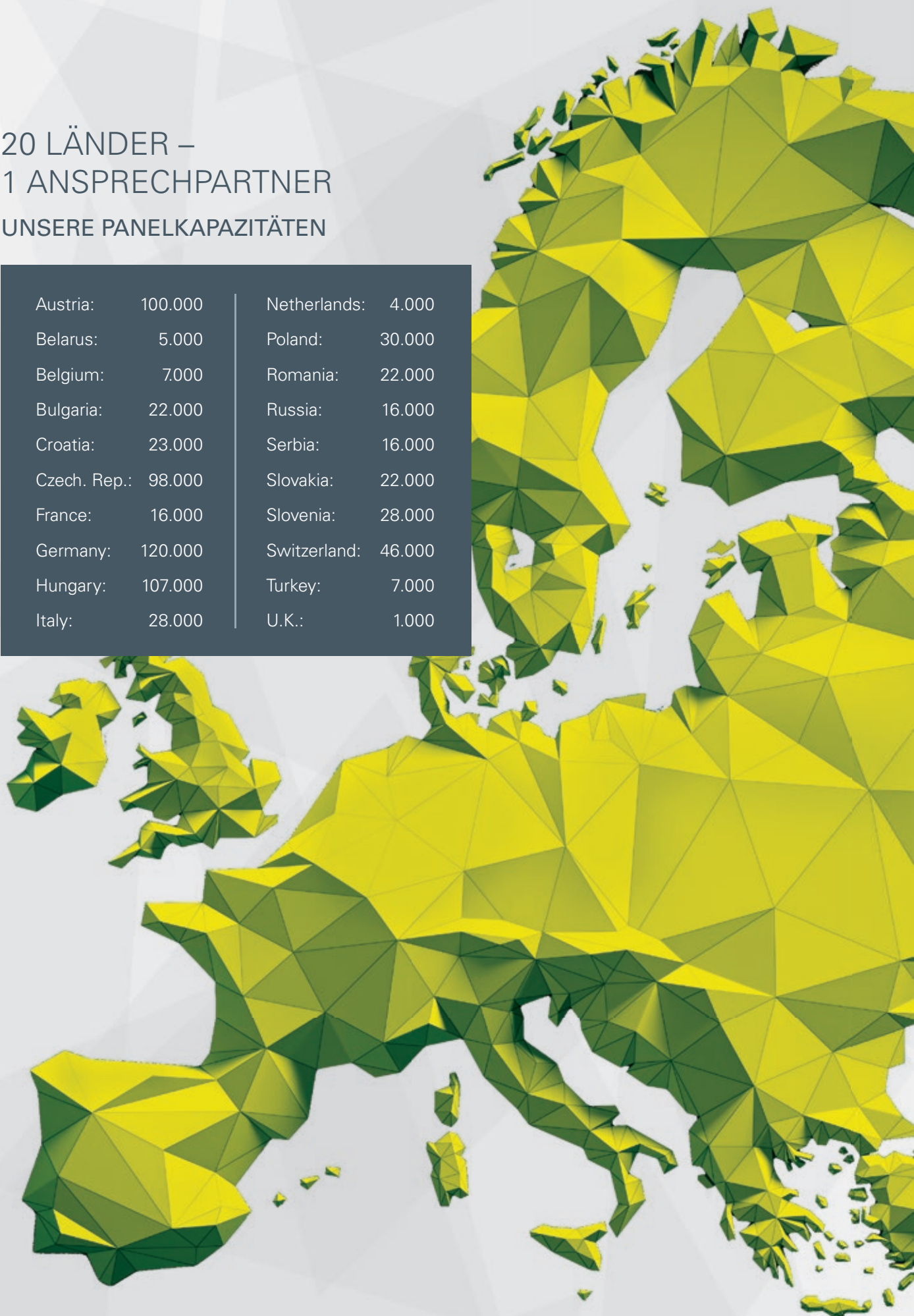


Quelle: Marketagent.com Panel-Motivstudie:
CAWI, N=1.504 Netto-Interviews, DACH-Region

20 LÄNDER – 1 ANSPRECHPARTNER

UNSERE PANELKAPAZITÄTEN

Austria:	100.000	Netherlands:	4.000
Belarus:	5.000	Poland:	30.000
Belgium:	7.000	Romania:	22.000
Bulgaria:	22.000	Russia:	16.000
Croatia:	23.000	Serbia:	16.000
Czech. Rep.:	98.000	Slovakia:	22.000
France:	16.000	Slovenia:	28.000
Germany:	120.000	Switzerland:	46.000
Hungary:	107.000	Turkey:	7.000
Italy:	28.000	U.K.:	1.000



WARUM WIR VON ONLINE FORSCHUNG SO ÜBERZEUGT SIND

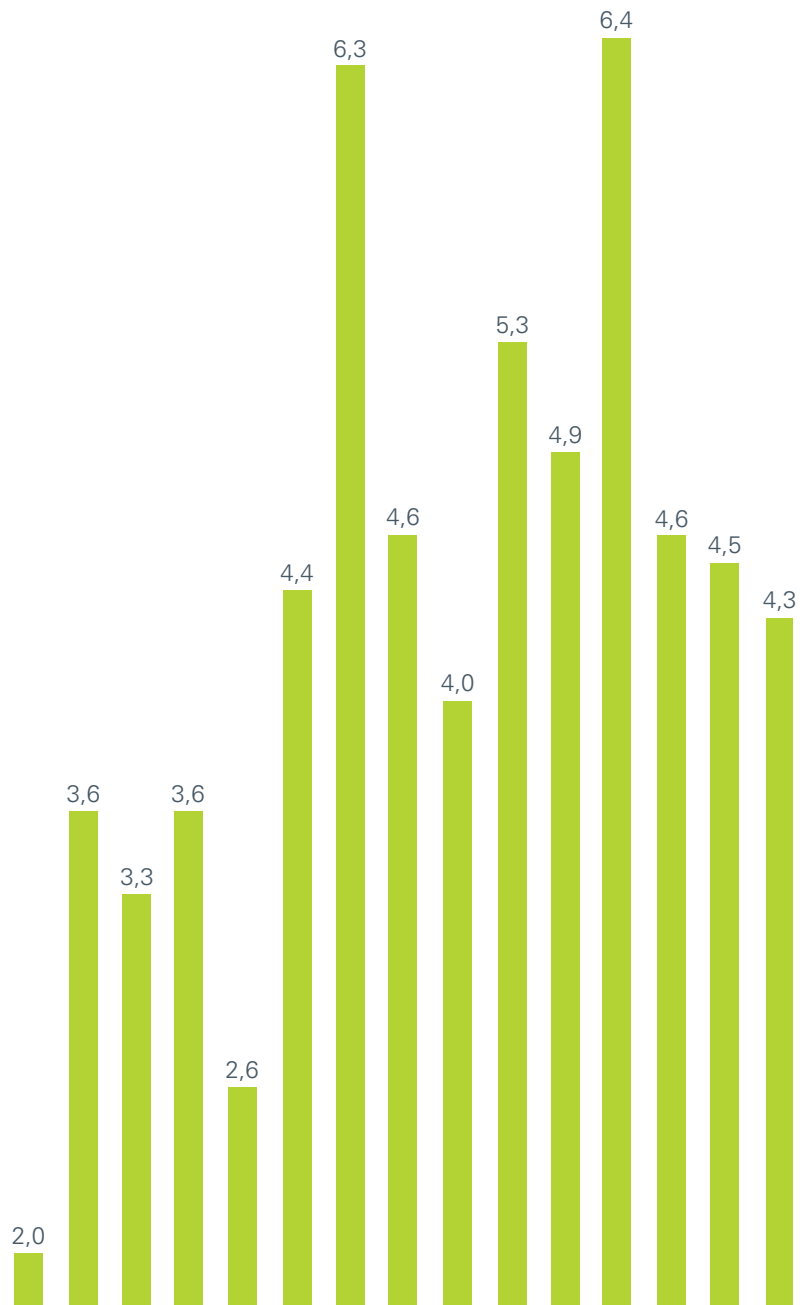
- Kurze Feldzeiten, Zwischenergebnisse in Echtzeit
- Interessantes Preis-/Leistungsverhältnis
- Effiziente Erreichbarkeit von Nischen-Zielgruppen mit niedriger Inzidenz
- Eignung für „heikle“ Themen durch geringere soziale Präsenz
- Reduzierte Interviewlänge durch vorliegende Panelinformationen
- Optimale regionale Streuung der Interviews
- Flexibilität bezüglich Ort & Zeit, globale Erreichbarkeit – 24/7
- Automatische Filterführung, intuitive Verzweigungen
- Rotierungen/Randomisierungen, Vermeidung von Reihenfolge-Effekten
- Dynamische Quotensteuerung auch während der Feldphase
- Input-Validierung in Echtzeit (Online-Checks)
- Keine Interviewereffekte
- Multimedia-Einbindungen, Visualisierung von Werbemitteln
- Keine Codierung der Daten notwendig
- Ausführliche Beantwortung offener Fragen
- Hohe Rücklaufquoten, freie Wahl des Beantwortungszeitpunktes
- Fehlerminimierung durch Automatisierung
- Effiziente Abwicklung von Multi-Country-Studien

Mit der ISO-Zertifizierung bestätigt Marketagent.com nicht nur seine Vorreiterrolle in der Online Markt- und Meinungsforschung, sondern unterstreicht auch den eigenen Qualitätsanspruch. Das Zertifizierungsprogramm wurde durch die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung und den Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute gemeinsam mit Austrian Standards plus Certification erstellt. Durch die ISO-Norm sind sämtliche Arbeits- und Prozessabläufe, von den gesamten Verantwortungs- und Managementstrukturen über die Rekrutierung der Panelmitglieder und die Validierung der Datensätze bis hin zum Reporting, berührt. ISO 26362 ist die international maßgebende normative Referenz für Access Panel-Anbieter.

UNSER INVESTMENT IN QUALITÄT

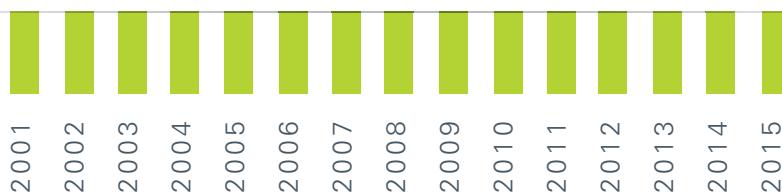
- Aktives Panel-Management, reines MAFO-Panel
- On- und Offline-Rekrutierung | Multi-Source-Rekrutierung | Medienbruch
- Double Opt-In Registrierung
- Unique Machine-ID gegen Mehrfach-Registrierungen im Panel („digital fingerprint“)
- CAPTCHA gegen automatisierte Registrierungen (Robots)
- Manueller Check sämtlicher Neu-Registrierungen und Incentive-Auszahlungen
- Messung von Bearbeitungszeiten
- Teilnahme-Ausschluss bei gehäuften Missings bei offenen Fragen
- Abgleich Profildaten vs. Umfragedaten
- Regelmäßige Aktualisierung der Profildaten
- Keine Profitester: Themen- und Zeitsperren | Homogenisierungsfiler
- Ausschluss inaktiver Panel-Teilnehmer
- Drop-Out Kontrolle zur Aufdeckung systematischer Abbrecher
- Offline-Kontakt bei Non-Response, etc.





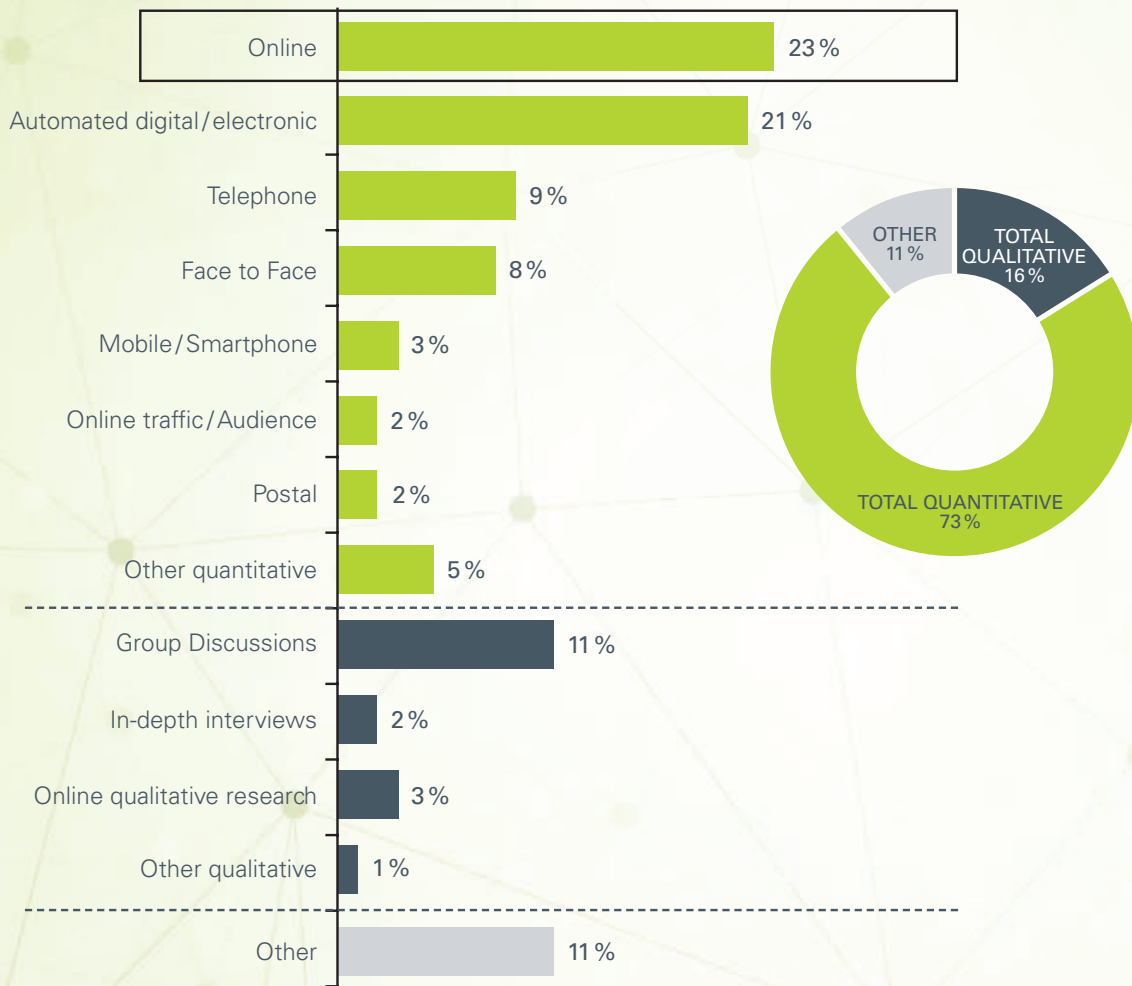
TEILNAHMEHÄUFIGKEIT PRO JAHR

*Quelle: Marketagent.com Meta-Daten-Analyse,
Dezember 2015, Full Service & Sample Only Mittelwerte AT*



KEINE PROFITESTER, KEINE ÜBERFORSCHUNG

ESOMAR: WELTWEITE UMSÄTZE NACH ERHEBUNGSMETHODEN



Quelle: Global Market Research 2015, ESOMAR Industry Report, Amsterdam 2015, Seite 20, Umsatzverteilung 2014



MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Mühlgasse 59, A-2500 Baden | Tel.: +43 2252 909009 | E-Mail: info@marketagent.com