

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

DAS MARKETAGENT.COM ONLINE ACCESS PANEL  
ZERTIFIZIERT NACH ISO 26362



BADEN | ZÜRICH | MÜNCHEN | MARIBOR

## ONLINE RESEARCH WITH PASSION

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, Zürich, München und Maribor werden jährlich rund 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist ein Online Access Panel mit rund 700.000 Teilnehmern (Stand: Februar 2016). Dieser Pool an befragungswilligen Konsumenten wächst täglich um rund 350 Meinungsbildner und wurde nun als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert.

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.

Fünf zentrale Anforderungen der ISO-Zertifizierung und deren Umsetzung durch Marketagent.com soll der vorliegende Folder skizzieren.



## RESPEKT GEGENÜBER DEN PANELTEILNEHMERN

Das Online Access Panel von Marketagent.com wird ausschließlich für Marktforschungszwecke verwendet und aktiv betreut. Fairness, Freiwilligkeit, Vertraulichkeit und Transparenz sind wichtige Kernwerte der Panel-Administration. Dazu zählen ein gerechtes und offenes Incentive-System, keine Zwangsbindung an das Panel, 100%ige Anonymität, eine strikte Privacy Policy und eine offene Zwei-Wege-Kommunikation über ein breites Spektrum an Kanälen:

- Strikte Distanzierung von Direct Marketing-Aktivitäten
- Keinerlei Weitergabe personenbezogener Daten
- Aktives Panel-Management
- Breites und faires Incentive-System mit 10 Eintausch-Optionen
- Keine künstlichen Auszahlungsgrenzen
- Tägliche Kommunikation über Social Media-Sites
- Feedback-Button im Fragebogen
- Ideen-Box für die Panelteilnehmer
- Jederzeitige Abmeldemöglichkeit

## TRANSPARENTE PANEL-REKRUTIERUNG

Um Paneleffekte und Überforschung zu verhindern, rekrutiert Market-agent.com täglich rund 350 neue Panelteilnehmer. Die Anwerbung erfolgt über ein breites und dokumentiertes Spektrum an On- und Offline-Aktivitäten. Die Identität jedes Panelteilnehmers wird im Rahmen der Registrierung validiert, Mehrfach-Anmeldungen werden durch so genannte „unique machine-IDs“, eine Art digitaler Fingerabdruck, verhindert.

- Multi-Source-Rekrutierung
- Medienbruch durch On- und Offline-Rekrutierung
- Double Opt-In Registrierungsbestätigung
- Check der Registrierungsdauer und -muster
- Manuelle Prüfung sämtlicher Neuanmeldungen
- „digital fingerprint“ zur Identifizierung von Mehrfach-Anmeldungen
- CAPTCHA gegen automatisierte Anmeldungen durch Robots
- Erhebung von mehr als 60 Profildaten zur Feldsteuerung

## NICHT NUR DIE GRÖSSE ZÄHLT

Das Marketagent.com Online Access Panel enthält ausschließlich aktive Panelteilnehmer. Inaktive Mitglieder und Mitglieder, deren Antwortverhalten nicht den Qualitätsanforderungen entspricht, werden aus dem Panel entfernt. Eine jährliche Aktualisierung der Profildaten stellt sicher, dass die Feldsteuerung auf „frische“ Daten zugreifen kann und so eine möglichst streuverlustfreie Ansprache der Panelteilnehmer gewährleistet ist.

- Automatisierter Ausschluss inaktiver Teilnehmer
- Automatisierte jährliche Aufforderung zum Profildaten-Update
- Offline-Kontakt mittels Postkarte der Nicht-Reagierer
- Identitäts-Validierung vor der Umfrage-Teilnahme
- Ausschluss bei gehäuften Missings bei offenen Fragen
- Ausschluss bei Unterschreitung von Mindest-Bearbeitungszeiten
- Abgleich von Umfragedaten und Profildaten zur Qualitätssicherung

## STICHPROBENZIEHUNG NACH DEM ZUFALLSPRINZIP

Um dem Problem der Selbstselektion entgegen zu wirken, erfolgt die Stichprobenziehung per Random Selection. Nach einem Soft-Launch sowie anschließender Datenanalyse und Abbruchkontrolle stellen tägliche Einladungsvorgänge eine gleichmäßige Verteilung der Interviews über die Felddauer sicher. Über eine komplexe Quotensteuerung, gerne auch kreuzquotiert, kann eine exakte Sample-Struktur laut Quotenplan gewährleistet werden. Ein Homogenisierungsfiter bei der Feldsteuerung sorgt für eine gleichmäßige Panelauslastung, Profitester sind ausgeschlossen. Je nach Studiendesign können auch thematische Sperren spezifiziert werden. Durch die Definition von Mindestteilnahmen wird eine Bindung der Teilnehmer an das Panel gewährleistet.

- Ausweisung der Internet-Abdeckung für jede Stichprobe
- Verhinderung von Profi-Testern durch Zeitsperren
- Themensperren zur Vermeidung von Panel-Effekten
- Sperre von Panelteilnehmern aus bestimmten Rekrutierungsquellen
- Dynamische Quotensteuerung
- Kreuzquotierung zur Vermeidung von „schiefen“ Samples
- Streuverlustfreier Zugriff auf mehr als 60 Profildaten

## DOKUMENTIERTE QUALITÄT

Der gesamte Forschungsprozess, von der Angebots- bis zur Berichtslegung, wird von einem Qualitätsmanagementsystem begleitet und dokumentiert. Neben der Fragebogen-Konzeption im Buddy-System, unabhängigen Testern, standardisierten Pretests und systematischen Analysen der Abbruchquoten zählt vor allem die Interview-Validierung zu den Kernprozessen der Qualitätssicherung. Verdächtige Interviews werden automatisch markiert, manuell überprüft und gegebenenfalls aus dem Datensatz entfernt. Dieser Kontrollmechanismus basiert auf den folgenden vier Grundsäulen:

- Messung der Bearbeitungsdauer
- Analyse des Antwortverhaltens bei offenen Fragen
- Abgleich zwischen Umfragedaten und Profildaten
- Konsistenz-Prüfung mittels Kontrollfragen

**Marketagent.com online research GmbH**

Mühlgasse 59, A-2500 Baden

Tel.: +43 (0)2252 - 909009

E-Mail: [info@marketagent.com](mailto:info@marketagent.com)

