

Pressemeldung

1. Konferenz

Qualitätssicherung in der Markt- Meinungs- und Sozialforschung

Wien - Am 18. Mai 2018 fand in Wien die erste Konferenz zum Thema „Qualitätssicherung in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung“ statt. Die Veranstaltung wurde gemeinsam von den Marktforschungsverbänden der D-A-CH-Region ADM (D), DGOF (D), VMÖ (AT), VSMS (CH) sowie TeleTrust (D) und Austrian Standards (AT) ausgerichtet. 70 Teilnehmer - vornehmlich aus Deutschland und Österreich, aber auch aus der Schweiz und den USA - verfolgten die Konferenz in den Räumlichkeiten der Wirtschaftskammer Österreich. Einheitlicher Tenor: Es mangelt in der Branche weder an Qualitätsrichtlinien noch an Möglichkeiten zur Qualitätssicherung. Ganz im Gegenteil: Sowohl die Institute als auch die Marktforscher in den Unternehmen orientieren sich sehr stark an strengen Qualitätskriterien, um damit die Aussagekraft und Genauigkeit von Studien zu garantieren.

Die Konferenz wurde von Markus Deutsch, Geschäftsführer der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Österreich, als Gastgeber eröffnet. In seiner Eingangsrede lobte er die gute Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaftskammer und dem Verband der Marktforscher in Österreich. Der Wirtschaftskammer ist es ein Anliegen, das Qualitätsstreben in der Marktforschung zu unterstützen und fordert die Branche auf, auch zukünftig auf eine hohe Qualität der Studien zu setzen.

Im Laufe der siebenstündigen Konferenz referierten insgesamt 10 namhafte internationale Experten: Der erste Themenblock gehörte den Betriebsmarktforschern Dr. Kai Bruns (D), Marktforschungsverantwortlicher beim globalen Pharmakonzern Lilly in Deutschland und Susan Shaw (CH), Präsidentin des Schweizer Verbandes VSMS (mit einer Videobotschaft). Sie präsentierten die Qualitätsanforderungen der Auftraggeber von Marktforschungsprojekten.

Als Fallbeispiele für Qualitätssicherung in den Full-Service-Instituten konnten zwei namhafte Vertreter global tätiger Institute als Referenten gewonnen werden: Hartmut Scheffler, Geschäftsführer von TNS Kantar (D), stellte das Qualitätsmanagement seines Institutes vor. In ihrer Funktion als Leader of Quality Management von GfK weltweit präsentierte Rita Kite (USA) den standardisierten Einkaufsprozess der GfK für Felddienstleistungen.

Robert Sobotka (Geschäftsführer Telemark Marketing und Vorsitzender des VMÖ) zeigte als österreichischer Beitrag zu dieser Konferenz die umfassenden Möglichkeiten zur Qualitätssicherung der Interviews im Telefonstudio von Telemark Marketing. Er argumentierte, dass eine Trennung zwischen Instituts- und Felddienstleistung positive Auswirkungen auf die Qualität hat.

Zur Präsentation von Qualitätssicherung in der Online Marktforschung wurde Jörg Tschasche, CPO der respondi AG (D) eingeladen. Er stellte fest, dass es immer schwieriger wird, unter wachsendem Zeitdruck die geforderte Qualität zu erbringen. Vor diesem Hintergrund werden eine enge Kooperation und offene Kommunikation zwischen Institut und Paneldienstleister immer wichtiger. Darüber hinaus warnt Tschasche neben schlechten Interviews von Teilnehmern vor Befragungsrobotern, die Online-Befragungen mittlerweile einem Menschen täuschend ähnlich beantworten können. Eine umfassende und fachlich fundierte Qualitätskontrolle der Interviews sowie die Integration einer umfassenden Datenkontrolle während des gesamten Projektprozesses sind für ihn daher heute unabdingbar.

Zu Wort kamen auch die deutschen Berufsverbände: „Die Markt- und Sozialforschung darf nie aufhören über Qualität und über die Anstrengungen zu sprechen, die die Branche zur Sicherung dieser Qualität unternimmt“, meint Bettina Klumpe, Geschäftsführerin des deutschen Institutsverbandes ADM. „Während die Verbände hierfür das Rüstzeug liefern, liegt die Verpflichtung zur Anwendung in der Praxis bei den Instituten. Gleichzeitig müssen die Endkunden Transparenz und Offenheit einfordern, um Qualität überhaupt ausreichend beurteilen zu können.“ Diese Ansicht teilt auch die deutsche Gesellschaft für Online Marktforschung (DGOF). Dieser Verband wurde in Wien durch deren stellvertretende Vorsitzende Alexandra Wachenfeld-Schell repräsentiert.

ISO-Normen sind ein probates Mittel, um auch in der Marktforschung die Qualität sicherzustellen. Das meint Holger Mühlbauer, Geschäftsführer Bundesverband IT-Sicherheit (TeleTrust) und stellvertretender Leiter des ONK 260. Mühlbauer war in den letzten Jahren federführend an der Entwicklung der ISO 20252 (ISO Norm für die Markt-, Meinungs- und Sozialforschung) beteiligt. Im Anschluss daran präsentierten Doris Hess vom deutschen Sozialforschungsinstitut Infas, wie die ISO 20252 in ihrem Institut Anwendung gefunden hat.

Zum Abschluss der Veranstaltung diskutierten mit Michael Nitsche, Geschäftsführer des österreichischen Gallup Institut und Dr. Thomas Winder (Geschäftsleitung von marketmind), zwei renommierte österreichische Institutsmarktforscher gemeinsam mit Kai Bruns in seiner Funktion als Betriebsmarktforscher und der deutschen Fachjournalistin Sabine Hedewig-Mohr über die Rolle der Qualität in der Marktforschung der Zukunft. Einhelliger Tenor: Qualität der Studien wird auch in den nächsten Jahren ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Markt- Meinungs- und Sozialforschung sein. Dr. Winder,

dessen Institut marketmind auf hochwertige Marktforschungsprojekte spezialisiert ist, sieht sich in seiner Strategie bestätigt. Es wird aber auch Marktforschung für einfache Fragestellung geben, die hinkünftig vermutlich von neuen Mitbewerbern (Google, Facebook etc.) durchgeführt wird. Michael Nitsche erkennt keinen Mangel an Richtlinien und Standards in der Branche. Qualitätskriterien, die in der Branche selbst definiert werden, sollten aber auch von allen Instituten eingehalten werden.

Dr. Holger Mühlbauer zieht zum Abschluss der Konferenz folgendes Resümee: "Die Wiener Konferenz hat in bester Weise gezeigt, welches Potential die grenzüberschreitende, interdisziplinäre Kooperation der Fachverbände entfalten kann. Dieses Potential zeigt sich auch in der Zusammenarbeit bei der Entwicklung Branchennorm ISO 20252 als internationalem Referenzstandard für Qualität in der Marktforschung."

FOTO



Gruppenfoto v.l.n.r.: Bettina Klumpe (ADM), Kai Bruns (Lilly International), Holger Mühlbauer (TeleTrust), Robert Sobotka (VMÖ), Rita Kite (GfK SE), Markus Deutsch (Wirtschaftskammer Österreich), Alexandra Wachenfeld-Schell (DGOF), Jörg Tschasche (Respondi AG), Hartmut Scheffler (Kantar TNS)

Bildrechte VMÖ, Abdruck kostenfrei

Rückfragen:

Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ)

Mag. Sabine Gwiss

Tel. +43-699-10230764

sekretariat@vmoe.at

www.vmoe.at