

LEADERSNET

by OPINION LEADERS NETWORK

✉ DAILY BUSINESS NEWS

Newsletter abonnieren

HOME
FOTO-GALERIE
EVENTKALENDER
LEADERSNET.TV
LUXURY NEWS
ÜBER

OLN NEWS
MEDIEN
AGENTUREN
HANDEL
IT
FINANZ & IMMO
AUTO
TOURISMUS
INDUSTRIE

Marktforschung: "Künstliche Intelligenz bedroht Datenqualität"

OLN NEWS, AGENTUREN | 24.05.2018

Die erste Konferenz zum Thema "Qualitätssicherung in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung" ging in Wien über die Bühne.



1 von 4 Bildern Michael Nitsche, Kai Bruns, Sabine Hedewig-Mohr, Thomas Winder und Robert Sobotka © VMÖ

In Wien fand die erste Konferenz zum Thema "Qualitätssicherung in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung" statt. Die Veranstaltung wurde gemeinsam von den Marktforschungsverbänden der DACH-Region ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute), DGOF (Deutsche Gesellschaft für Online Marktforschung), VMÖ (Verband der Marktforscher Österreichs), VSMS (Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung) sowie TeleTrust und Austrian Standards 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.

Gute Zusammenarbeit zwischen WKÖ und VMÖ

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 sei es ein Anliegen, das Qualitätsstreben in der Marktforschung zu unterstützen und deshalb fordere sie die Branche auf, auch zukünftig auf eine hohe Qualität der Studien zu setzen.

Im Laufe der siebenstündigen Konferenz referierten insgesamt zehn namhafte internationale Experten: Der erste Themenblock gehörte den Betriebsmarktforschern Kai Bruns, Marktforschungsverantwortlicher beim globalen Pharmakonzern Lilly in Deutschland und Susan Shaw, Präsidentin des VSMS. 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, stellte das Qualitätsmanagement seines Institutes vor. In ihrer Funktion als Leader of Quality Management von GfK weltweit präsentierte die US-Amerikanerin Rita Kite den standardisierten Einkaufsprozess der GfK für Felddienstleistungen.

ISO-Normen als probates Mittel zur Qualitätssicherung

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 eingeladen. Er stellte fest, dass es immer schwieriger wird, unter wachsendem Zeitdruck die geforderte Qualität zu erbringen. Zusätzlich bedroht auch die Anwendung "künstlicher Intelligenz" die Datenqualität: Er warnt vor Befragungsrobotern, die Online-Befragungen mittlerweile einem Menschen täuschend ähnlich beantworten können. Eine umfassende und fachlich fundierte Qualitätskontrolle der Interviews wird für ihn daher immer wichtiger.

ISO-Normen seien 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 präsentierte Doris Hess vom deutschen Sozialforschungsinstitut Infas, wie die ISO 20252 in ihrem Institut Anwendung gefunden hat.

Hochkarätige Diskussionsrunde

Zum Abschluss der Veranstaltung diskutierten mit Michael Nitsche, Geschäftsführer des österreichischen Gallup Institut und Thomas Winder (Geschäftsleitung von marketmind), zwei renommierte österreichische Institutsmarktforscher gemeinsam mit Kai Bruns und der deutschen

leadersnet.at

Fachjournalisten 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.

Holger Mühlbauer zog 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." (as)

www.vmo.e.at

www.wkoe.at