

Wir über uns

pharos Institute of Market Research ist ein unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut mit Sitz in Bad Homburg v. d. Höhe, gegründet im Jahr 2003.

Wir bieten das gesamte Instrumentarium der empirischen Forschung von der Datenerhebung bis zur Präsentation. Der Schwerpunkt liegt dabei in der quantitativen Adhoc-Marktforschung. Unser erklärtes Ziel ist es unseren Kunden auch unter Zeitdruck einen maßgeschneiderten Marktforschungs-Service in Top-Qualität zu garantieren.

Gegründet wurde pharos durch Herrn Diplom-Kaufmann Manfred Brümmer, der über langjährige Erfahrungen in der eigenverantwortlichen Projekt- und Feldleitung aus verschiedenen renommierten Instituten verfügt.

Instituts-Background

- ▶ **Czaia Marktforschung, Bremen**
- ▶ **Forsa-Institut, Berlin**
- ▶ **IPSOS Deutschland, Hamburg**
- ▶ **Media Markt Analysen, Frankfurt**

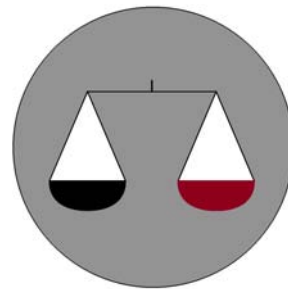
Projekt-Expertise

- ▶ **Medien- und Werbeforschung**
- ▶ **Marktforschung für Konsumgüter**
- ▶ **Mysterie Shopping**
- ▶ **Mit den Zielgruppen B-2-C als auch B-2-B**
- ▶ **Mittels der Methoden: PAPI, CAPI und CATI**

Schwerpunkt: Quantitative Marktforschung

Charakteristika

- ▶ **Große Stichproben**
- ▶ **Standardisierte Erhebung**
- ▶ **Quantifizierung von Verhaltensweisen**
- ▶ **Breites Spektrum statistischer Auswertungsmöglichkeiten**
- ▶ **Repräsentativität der Ergebnisse**



Bestimmungsfaktoren der Erhebungsmethodik

- ▶ **Umfang und Inhalt der Befragung**
- ▶ **Hilfsmittel / Vorlagen zur Befragung**
- ▶ **Abgrenzbarkeit der Grundgesamtheit**
- ▶ **Möglichkeiten der Stichprobenbildung**
- ▶ **Erreichbarkeit der Zielgruppe**
- ▶ **Anforderungen bzgl. der Repräsentativität**
- ▶ **Das zeitliche und monetäre Budget**

Die quantitative Marktforschung erstreckt sich in erster Linie auf die verschiedenen Arten der Fragebogenerhebung (persönlich, telefonisch, postalisch und elektronisch). Es kommen zumeist Stichproben mit größeren Fallzahlen und standardisierte Untersuchungsmethoden zum Einsatz, um die Erfordernisse hinsichtlich Repräsentativität, Reliabilität und Validität zu erfüllen.

Die Wahl der adäquaten Erhebungsmethodik im Rahmen einer quantitativen Untersuchung ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig wie bspw: dem Umfang und Inhalt der Befragung, der Verwendung von Vorlagen oder der Abgrenzbarkeit der Grundgesamtheit.

Basierend auf unserer Expertise und unter Berücksichtigung aller Erfordernisse und Restriktionen der Studienanlage bestimmen wir die Methode zur Datenerhebung bestimmt, die sich am besten zur Beantwortung Ihrer Forschungsfragen eignet.

Kernkompetenz: Medienforschung

Werbeträgerforschung

- ▶ Reichweiten-Studien
- ▶ Nutzer-Struktur-Analysen
- ▶ Markt-Media-Studien



Redaktionelle Forschung

- ▶ Nullnummern-Test
- ▶ Relaunch-Begleitung
- ▶ Kündigung-Befragungen
- ▶ etc.

Werbemittelforschung

- ▶ Pre-, Posttests
- ▶ Trackings
- ▶ Folder- und Copytests
- ▶ Day-after-Recall
- ▶ etc.

Machen Sie Ihren Werbeträger attraktiv für Mediaplaner und Anzeigenkunden. Mittels Reichweiten- und Nutzerstrukturanalysen weisen Sie Kontaktchancen und Kontaktqualitäten Ihres Objektes nach.

Helfen Sie Ihren Kunden mit Werbewirkungsstudien bei der Optimierung ihres Werbemiteleinsatzes.

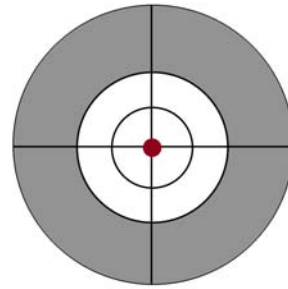
Optimieren Sie die redaktionellen Inhalte Ihres Werbeträgers auf die Bedürfnisse der Nutzer hin und steigern Sie seine Attraktivität für neue Zielgruppen.

pharos unterstützt Sie in Ihrer Argumentation mit Adhoc-, Panel- und Trackingstudien.

Branchenschwerpunkte

Spezielle Marktexpertise

- ▶ **Medienforschung**
- ▶ **Fast Moving Consumer Goods**
- ▶ **Pharma / OTC**
- ▶ **Finanzdienstleistungen**
- ▶ **Unterhaltungselektronik**
- ▶ **Mysterie Shopping**
- ▶ **Wohnen und Garten**
- ▶ **Verkehrsmarktforschung**
- ▶ **Tourismus**



Typische Fragestellungen

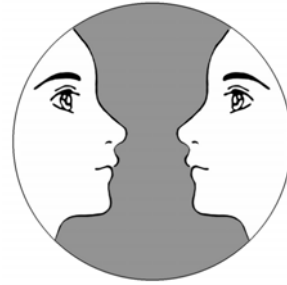
- ▶ **Marktanteilsbestimmungen**
- ▶ **Nutzer- / Zielgruppenstrukturen**
- ▶ **Imageanalysen**
- ▶ **Produkt-Assoziationen**
- ▶ **Werbeträger-Reichweiten**
- ▶ **Werbewirkungs-Messungen**
- ▶ **etc.**

Neben der Medienforschung, die gleichzeitig auch immer Forschung für verschiedenste Märkte ist, sind wir in der Marktforschung für eine ganze Reihe von Branchen und Produktgruppen erfahren. Einige der Märkte und Forschungsfragen sind hier im Überblick stichworthaft aufgeführt.

Datenerhebung

Face-to-Face-Umfragen

- ▶ **Bundesweit mehr als 500 Interviewer**
- ▶ **Nationale und regionale Umfragen**
- ▶ **Inhome-, POS- und Messebefragungen**
- ▶ **Consumer und Business-to-Business**
- ▶ **Standard: 15% Rücklaufkontrolle**



Für pharos sind im gesamten Bundesgebiet mehr als 500 ausgesuchte Interviewerinnen und Interviewer als freie Mitarbeiter tätig. Darunter befinden sich ca. 150 Mitarbeiter, die erfahren sind in der Befragung von Firmen, Führungskräften sowie anderer anspruchsvoller Zielgruppen (wie z.B. Ärzten und Apothekern) und entsprechend eingesetzt werden können.

Für jedes Projekt erfolgt eine genaue schriftliche Einweisung. Falls die Anlage des Projektes es erfordert wird eine vertiefende Einweisung in die Studie auch „vor Ort“ durchgeführt.

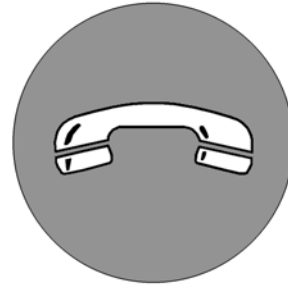
Alle vom Mitarbeiter durchgeführten Interviews werden hinsichtlich formaler Richtigkeit (z.B. Filterführung), Vollständigkeit und Plausibilität einer inhaltlichen Nachkontrolle unterzogen. Zudem werden standardmäßig 15% aller Interviews im Rahmen einer schriftlichen oder telefonischen Durchführungskontrolle verifiziert. Dabei werden Details der Studie abgefragt sowie das Einhalten der Quoten kontrolliert. Zur Dokumentation der Qualität unserer Feldarbeit erhält jeder Auftraggeber einen detaillierten Feldbericht.

Selbstverständlich wird bei uns jedes Befragungsinstrument einem Pretest unterworfen.

Datenerhebung

Telefonische Umfragen & Rekrutierungen

- ▶ **Generierung der Stichprobe**
- ▶ **Bestimmung der Stichprobengröße**
- ▶ **Konzeption des Fragebogens**
- ▶ **Durchführung per Kooperationspartner**
- ▶ **Ergebnisdarstellung**
- ▶ **Management Summary**



Telefonische Interviews führen wir mit renommierten Kooperationspartnern durch, mit denen uns eine mehrjährige Zusammenarbeit verbindet. Wir können Ihnen über unsere Kontakte höchste Qualität zu sehr konkurrenzfähigen Preisen anbieten.

Die Einweisung in die spezifischen Anforderungen der Studie, das Controlling während der Feldlaufzeit sowie die Auswertung und Darstellung der Ergebnisse erfolgen direkt durch pharos.

Als Kunde haben Sie jederzeit die Möglichkeit, sich direkt vor Ort im Telefonstudio über die Durchführung der Interviews zu informieren, und sich direkt live in die stattfindenden Interviews einzuschalten.

Datenerhebung

Online-Umfragen

- ▶ **Generierung der Stichprobe**
- ▶ **Bestimmung der Stichprobengröße**
- ▶ **Konzeption des Fragebogens**
- ▶ **Durchführung per Kooperationspartner**
- ▶ **Ergebnisdarstellung**
- ▶ **Management Summary**



Online-Interviews führt pharos mit einem renommierten Kooperationspartner durch. Auf Grund gegenseitiger Kontakte mit diesem Anbieter können wir Ihnen Umfragen dieser Methodik zu für Sie sehr interessanten Preisen anbieten.

Die Konzeption des Befragungsinstrumentes sowie die Auswertung und Darstellung der Ergebnisse erfolgen direkt durch pharos.

Eine Vorquotierung der Befragung ist nach verschiedenen Merkmalen möglich: Demographie, Mediennutzung, Freizeitinteressen, technische Ausstattung des Haushalts etc.

Wir bieten eine vollständige Transparenz durch Echtzeit-Darstellung des Ergebnisverlaufs.

Die Rohdaten stehen Ihnen sofort nach Feldende zur Verfügung und ein tabellarischer Bericht bereits einen Tag später.

Datenerfassung

Leistungsumfang

- ▶ **Erfahrene Datatypistinnen**
- ▶ **Plausibilitätskontrollen bei der Erfassung**
- ▶ **Maschinelle Datenprüfungen**
- ▶ **Datengewichtung**
- ▶ **Lieferung der Clean Tapes**
- ▶ **Erstellung von Codeplänen**
- ▶ **Vercodung der Verbatims**



Die Erfassung der Umfragedaten erfolgt durch erfahrene Datatypistinnen. Durch in das Erfassungstool eingearbeitete Plausibilitätsprüfungen erzielen wir eine sehr gute Datenqualität.

Die erfassten und anschließend nochmals per Programm geprüften Daten liefern wir Ihnen als Clean Tapes auf Wunsch in den Formaten: Ascii, Column Binary, Quantum, Excel oder als SPSS-Datei.

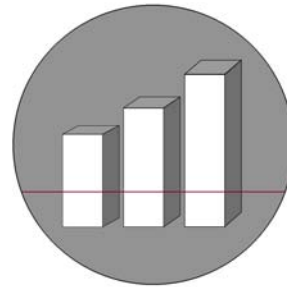
Bei extrem hohen Anforderungen an die Erfassungsqualität werden die Daten doppelt erfasst und ein Abgleich zwischen den Datensätzen durchgeführt.

Neben der Datenerfassung übernehmen wir auch die Erstellung von Codeplänen für die offenen Fragen.

Datenanalyse

Leistungsumfang

- ▶ **Tabellenbände**
- ▶ **Verchartung**
- ▶ **Multivariate Analysen**
- ▶ **Management Summary**
- ▶ **Präsentation**



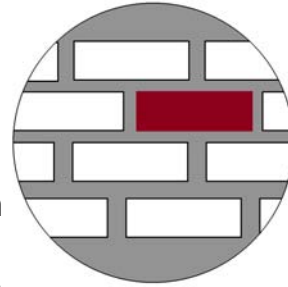
Wir erstellen tabellarische Ergebnisdarstellungen nach Ihren Auswertungsvorgaben. Je nach Wunsch in Papierform, auf Folie oder im benötigten Datenformat: Powerpoint, PDF, Excel oder SPSS.

Die Ergebnisse der Auswertung werden zudem bei Bedarf verchartet, statistisch analysiert, interpretiert und präsentiert.

Modularität des Angebotsspektrum

Unsere Leistungen sind auch einzeln abrufbar

- ▶ Erfassung vorliegender Fragebögen
- ▶ Adress-Recherche zur Vervollständigung Ihrer Kundendatei
- ▶ Konzeption eines Fragebogens mit dem Sie Ihre Kunden oder Mitarbeiter befragen möchten
- ▶ Bereitstellung von Interviewerkapazitäten zur Durchführung Ihrer Umfrage
- ▶ Definition der Grundgesamtheit und Etablierung einer Stichprobe
- ▶ Auswertung bereits vorliegender Daten



Sie benötigen für die Durchführung Ihres Marktforschungsprojektes nur in Teilbereichen Unterstützung durch ein Marktforschungsinstitut. Auch in dem Fall stehen wir Ihnen mit unserer Kompetenz und Erfahrung beratend zur Seite.

Ob Sie nun eine Studie in Eigenregie durchführen möchten und Beratung über die Durchführung benötigen oder Sie eine qualitative Vorstudie in eine quantitative Untersuchung einfließen lassen möchten, wir helfen Ihnen.

Wir unterstützen Sie bei Handling und Auswertung oder Gewichtung Ihrer Daten ebenso wie bei Fragen zur Stichprobendefinition, Auswahl von Feld-Dienstleistern oder der Konzeption eines Befragungsinstrumentes.

pharos taxi

Die kalkulierbare Omnibus-Alternative

Mit pharos taxi können Sie Studien, die Sie normalerweise aufgrund des begrenzten Fragenumfanges im Omnibus schalten müssten, als Ad-hoc-Studie durchführen. Und dies zu den Preisen eines Bustickets.



Besonders interessant wird unser Angebot für Sie, wenn:

- ▶ Sie auf Exklusivität Ihrer Studie bestehen und Mehrthemenumfragen somit ausscheiden.
- ▶ Sie bei zeitkritischen Projekten den Termin des Feldstarts frei bestimmen möchten.
- ▶ Sie sicher sein wollen, dass die Länge des Gesamtfragebogens die Befragten nicht überfordert.
- ▶ Sie eine hohe Variabilität bzgl. der Stichprobengröße suchen.
- ▶ Sie mehrere Busschaltungen und damit mehr Zeit bis zur Ergebnislieferung benötigen würden, weil:
 - ▶ Sie eine demographische Teilpopulation befragen möchten.
 - ▶ Sie einen disproportionalen Stichprobenansatz realisieren möchten.
 - ▶ Sie nur in bestimmten Regionen befragen möchten.

Quintessenz: pharos taxi bietet Ihnen die Vorteile einer Ad-hoc-Studie zu Preisen einer Mehrthemenumfrage.

pharos taxi

Leistungen, die in den Standard-Kosten je Frage enthalten sind:

- ▶ Bevölkerungsrepräsentatives Quota-Sample
- ▶ Quotenmerkmale:
 - ▶ Bundesländer
 - ▶ Ortsgrößenklassen
 - ▶ Berufstätigkeit
 - ▶ Geschlecht
 - ▶ Altersklassen
- ▶ Starttermin: frei vereinbar
- ▶ Ergebnislieferung:
 - ▶ Tabellenband mit bis zu 13 frei wählbaren Aufrissgruppen
 - ▶ Datensatz im ASCII-Format
 - ▶ Ergebnisse 11 Werktage nach Feldstart

Zusatz-Leistungen, die zu einer Erhöhung der Standard-Kosten je Frage führen können:

- ▶ Studienindividuelle Zielgruppen-Definition
- ▶ Studienindividuelle geographische Definition des Befragungsgebietes
- ▶ Ergebnislieferung:
 - ▶ Charts
 - ▶ Statistische Analysen

pharos taxi

Standard-Kosten je geschalteter Frage:

Für die Zielgruppe: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten.

Preis-Tabelle	N = 500	N = 1000
Frage mit bis zu 3 Kategorien	Euro 500,--	Euro 625,--
Frage mit bis zu 10 Kategorien	Euro 600,--	Euro 750,--
Frage mit bis zu 20 Kategorien	Euro 650,--	Euro 800,--
Halboffene Frage (gefiltert)	Euro 700,--	Euro 850,--
Halboffene Frage (ungefiltert)	Euro 750,--	Euro 900,--
Offene Frage (gefiltert)	Euro 800,--	Euro 950,--
Offene Frage (ungefiltert)	Euro 850,--	Euro 999,--
Skalierte Fragen je Statement	Euro 175,--	Euro 225,--
Mindestumsatz	Euro 5600,--	Euro 7900,--

Gerne unterbreiten wir Ihnen auch Angebote, deren Kalkulationen nicht auf der Fragenanzahl, sondern auf der geschätzten, durchschnittlichen Interviewdauer basieren.

pharos 1st-study

Das doppelte Kennenlern-Angebot

pharos 1st-study ist für den Fall gedacht, dass eine Studienreihe schon für längere Zeit mit demselben Institut durchgeführt wird. In diesem Fall liegen Benchmarks vor und ein Institutswechsel wird auf Grund der so genannten Instituts-Handschriften erschwert. Um ohne großen Kosten- und Zeitaufwand prüfen zu können, ob ein Wechsel zu pharos möglich ist, d.h. eine weitestgehende Ergebnisstabilität trotz Wechsel des Anbieters gegeben ist, bieten wir dieses Design an.



Stufe 1: Der Instituts-Pretest

Wir verdeutlichen das Prozedere am Beispiel eines Anzeigen-Copytests. Parallel (kann, muss aber nicht) zum Copytest, den das Bestandsinstitut durchführt, wird von pharos mit der gleichen Ausgabe und den gleichen Quoten ein auf die wesentlichen Elemente verkürzter Copytest zum Vergleich durchgeführt. Die Ausgestaltung des Pretests könnte dabei bspw. wie folgt sein:

- ▶ **100 Interviews mit Lesern der Testausgabe**
- ▶ **Verkürzter Fragebogen (Interviewdauer 10 Minuten)**
- ▶ **Inhalte des Fragebogens:**
 - ▶ **Fragen zur Kontaktqualität**
 - ▶ **Produktinteressen**
 - ▶ **Fragen zu einem Produktbereich**
 - ▶ **Copytest (evtl. verkürzte Anzahl Testanzeigen)**
 - ▶ **Demographie**

pharos 1st-study

Nach dem Pretest

Kommt es nach dem Instituts-Pretest zu einer ersten „regulären“ Zusammenarbeit (Stufe 2), so ist der Pretest für den Kunden komplett kostenlos. Sollte es zu keiner Zusammenarbeit kommen, so beteiligt sich der Kunde an den Kosten mit 1.000 bis 1.500 Euro – je nach Umfang des Pretests. Die darüber hinaus angefallenen Durchführungskosten werden von pharos getragen.

Stufe 2: Die erste Zusammenarbeit

Die erste Zusammenarbeit rabattieren wir mit 15% vom späteren regulären Preis. Dies, da wir auch diese erste Zusammenarbeit als einen erweiterten Pretest sehen, bei dem die Frage, ob pharos qualitativ und inhaltlich den Erwartungen des Kunden, in dem Maße, wie es der Pretest vermuten ließ, entspricht.

Stufe 3: Die weitere Zusammenarbeit

Durch pharos 1st-study haben Sie die Möglichkeit ein neues Institut bei minimalem Aufwand zu sehr geringen Kosten im Rahmen einer empirischen Studie zu testen.

Damit Sie einschätzen können, ob unser Angebot für Sie ökonomisch von Interesse ist, senden wir Ihnen auf Wunsch gerne unsere Broschüre zu 1st-study zu, die den Leistungsumfang und die Kosten für ein konkretes Beispielangebot enthält.

Impressum

pharos
Institute of Market Research

Haberweg 29
61352 Bad Homburg v. d. Höhe

Internet: www.pharos-institute.de
E-Mail: info@pharos-institute.de

Fon: 06172-279976
Fax: 06172-662743

Registergericht: Amtsgericht Bad Homburg
Registernummer: HRA 4513

pharos ist korporatives Mitglied im



pharos ist Member of Team Red

