## Hohes Teilnehmer-Involvement durch den "mingle-Trend"

*Mitmach-Web: Panelisten möchten stärker involviert werden*

Mitmach-Web: Panelisten möchten stärker involviert werden

Anlässlich des Relaunches unserer Panel-Portale haben wir uns im vergangenen Jahr gefragt, wie wir dafür sorgen können, dass wir auch in Zukunft für die Befragungen unserer Kunden engagierte Panelisten zur Verfügung stellen können.
Die Herausforderung dabei: In Zeiten des "Mitmachwebs" haben Panelisten immer häufiger das Bedürfnis, über die Ergebnisse von Befragungen, an denen sie teilgenommen haben, informiert zu werden. In unserer täglichen Praxis ist das nur in den seltensten Fällen möglich.

Der neue mingle-Trend: Demonstrieren, was Engagement bewirkt

Um das Teilnehmer-Involvement weiter hoch zu halten, haben wir 2010 den mingle-Trend entwickelt. Im Rahmen dieses Programms befragen wir unsere Panelisten in Deutschland, UK und Frankreich wöchentlich zu Themen, die in diesen Ländern jeweils aktuell eine besonders wichtige Rolle spielen. Die Befragungsergebnisse bereiten wir mindestens dreimal wöchentlich redaktionell auf und spielen sie den Panel-Mitgliedern in mehreren eigens dafür geschaffenen Blogs zurück.
Bei unseren Panelisten möchten wir damit einen ähnlichen Effekt erzielen, den die Initiative Markt- und Sozialforschung derzeit in der Öffentlichkeit erreichen möchte: das Bewusstsein, dass Marktforschung einen greifbaren "Alltagsnutzen" hat, und dass das Engagement des Einzelnen etwas bewirkt - auch wenn dem Teilnehmer vielleicht nicht immer vollständig klar ist, zu welchem Zweck er an einer Befragung teilnimmt.

Ziel erreicht: Das Panelisten-Involvement ist unverändert hoch

Wie unsere aktuelle Panelisten-Befragung zeigt, zahlt sich der nicht gerade unerhebliche zusätzliche Aufwand für Themenrecherche, Erhebung, Auswertung und redaktionelle Aufbereitung heute schon aus: Mehr als zwei Drittel unserer Panelisten finden die Themen des mingle-Trends interessant (66,5%). Zu einem Drittel haben wir über die Trend-Ergebnisse regelmäßig Kontakt: 34,8% der Panelisten in den drei Ländern verfolgen den Trend-Blog mindestens einmal wöchentlich. <a href="http://www.respondi.
com/blog/de/hohes-teilnehmer-involvement-durch-den-%E2%80%9Emingle-trend%E2%80%9C/"><a href="http://www.respondi.
com/blog/de/hohes-teilnehmer-involvement-durch-den-mingle-trend"><a href="http://www.respondi.
com/blog/de/hohes-teilnehmer-involvement-durch-den-"mingle-trend"/">http://www.respondi.
com/blog/de/hohes-teilnehmer-involvement-durch-den-"mingle-trend" </a></a></a>
Auch zur derzeit vieldiskutierten "Befragungsmüdigkeit" können wir - zumindest was das respondi mingle-Panel angeht - Entwarnung geben: Der Anteil unserer Panelisten, der auch in Zukunft an respondi-Befragungen teilnehmen möchte, liegt weiter bei 89%.

### Pressekontakt

respondi AG

Herr Boris John
Huhnsgasse 34b
50676 Köln

respondi.com
boris.john@respondi.com

### Firmenkontakt

respondi AG

Herr Boris John
Huhnsgasse 34b
50676 Köln

respondi.com
boris.john@respondi.com

Die respondi AG baut für Marktforschung und Marketing direkte Beziehungen zu Konsumenten auf. Dafür betreiben wir Meinungsportale und Communities in ganz Europa.