

Portrait



Boomerang Ideas AG

Sihlquai 131, 8005 Zürich
+41 44 500 88 60
hello@boomerangideas.com
www.boomerangideas.com

Gründungsjahr

2019

Geschäftsleitung / Verwaltungsrat

Raphael Ueberwasser
Nina Schacht
Ria Vrancken
Jean-Marc Hensch

Festangestellte

3 Mitarbeitende

Institutsphilosophie und Schwerpunkte

- Demokratisierung und Vereinfachung der Marktforschung durch Etablierung von Social Media als Erhebungskanal, womit wir 4 Milliarden Users zu potenziellen Probanden machen
- Vollautomatisierung aller Dienstleistungen durch intelligente Algorithmen und Steuerung durch Self-Service
- Transparenz und höchste Anforderungen puncto Datenschutz (DSGVO, echte Anonymisierung, Datenminimalismus)

Boomerang Ideas steht für die nächste Generation quantitativer Marktforschung und ermöglicht erstmals Social Media, ein bisher vernachlässigter Kanal der Markt- und Meinungsforschung, für repräsentative Umfragen zu nutzen.

Dank intelligenter Algorithmen und direkter Anbindung an globale soziale Netzwerke sind vollautomatisierte Befragungen inklusive Auswertung ganzer Populationen in nur einer Woche möglich. Damit setzt die Online-Plattform neue Standards in Bezug auf Geschwindigkeit und Effizienz.

Boomerang Ideas besteht aus einem Team von Spezialisten mit Background in Tech, Corporate, Design und Forschung.

Mitgliedschaften / Partnerschaften

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- Wissenschaftliche Partnerschaft mit der Universität Zürich
- Bund/Innosuisse-gefördert

Onlinebefragungen im Self-Service

Repräsentative Befragungen

- Ganze Populationen
- Teilpopulationen (Region, Alter)
- Quotierte Rekrutierung und Gewichtung inklusive

Befragung von Personen nach deren Interessen oder Hintergrund

- Nach Auswahl von Schlagwörtern

Forschungsfelder (Auswahl)

- Markenbekanntheit, Branding Research, Imageforschung
- Zielgruppenanalyse, Segmentierung und Personas
- Werbe- und Kommunikationsforschung
- Medienforschung
- Preis- und Produktforschung
- Usage & Attitude-Studien inkl. Mobilitätsforschung
- Einwohnerbefragungen
- Trendumfragen

Branchenkompetenz

Banken, öffentliche Hand, Hochschulen und Universitäten, Tourismus, Retail und FMCG, Energie, Startup

Methodisches Vorgehen

Methode

Offene Onlineumfragen über Social Media:
Rekrutierung der Teilnehmer über Werbung auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Snapchat ohne monetäre Anreize, gezieltes Adressieren spezifischer Zielgruppen möglich.

Form der Umfrage

- **Umfang:** 1-6 geschlossene oder offene Fragen
- **Antwortoptionen:** Skala von 1 bis 5 Punkten, Single- oder Multiple-Choice mit bis zu 20 Antworten und 1 offener Antwort, Image Vote mit bis zu 4 Antworten
- **Sprachen:** Englisch, Deutsch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch

Erhebung

- **Stichprobengröße:** Bis zu 1000 Teilnehmer (mehr auf Anfrage möglich)
- **Zeitraum:** Datenerhebung und -analyse innert 3-7 Tagen
- **Methode:** repräsentative Stichprobe, systematische Stichprobe, Zufallsstichprobe
- **Zielgruppe:** Adressierung spezifischer Interessensgruppen nach Region, Alter und Geschlecht (optional)
- **Verfügbare Länder:** 20 (Argentinien, Australien, Brasilien, Deutschland, Indien, Italien, Kanada, Kenia, Mexico, Nigeria, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Südafrika, Thailand, Tschechien, USA, UK)

Analyse

- **Sample Bereinigung:** automatisierte Erkennung von Bots und Duplikaten
- **Gewichtung:** bei repräsentativen Stichproben Gleichgewichtung oder Kreuzquotierung der Antworten nach Daten der statistischen Ämter (Region, Alter, Geschlecht)

Ergebnisse

- **Rohdaten:** anonyme Teilnehmer ID, gewählte Antwortoption, Zeitstempel, Region, Alter, Geschlecht, Sprache, Social Media Plattform & Format (optional Wohnsituation, Bildungsniveau, politische Orientierung, Stimmberechtigung)
- **Live-Dashboard:** grafische Auswertung aktuell erhobener Daten, Fokus auf Untergruppen (Region, Alter, Geschlecht), Kommentare zum Social Media Werbe Post
- **Abschlussbericht:** Überblick über die Umfrage, grafische Auswertung, Methodenbericht
- **Datenschutz:** vollständig anonymisierte Datensätze nach Swiss Insights Standard