

Boomerang Ideas AG

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

Gründungsjahr

2021

Geschäftsleitung / Verwaltungsrat

Lukas Golder · Nina Schacht
Jean-Marc Hensch · Raphael Ueberwasser

Angestellte

7 Mitarbeitende

Institutphilosophie und Schwerpunkte

- Demokratisierung und Vereinfachung der Marktforschung durch Etablierung von Social Media und KI als Erhebungskanal
- Vollautomatisierte Dienstleistungen durch intelligente Algorithmen, Steuerung im Self-Service
- Transparenz und hohe Anforderungen an den Datenschutz: DSGVO, echte Anonymisierung, Datenminimalismus

Boomerang Ideas steht für die nächste Generation quantitativer Marktforschung: Wir kombinieren Social Media Sampling mit Silicon Samples – KI-gestützten Simulationen, die Antworten in Minuten statt Wochen liefern.

Unsere Plattform nutzt Social Media als Forschungskanal und kalibriert die KI-Ergebnisse bei Bedarf mit echten Menschen, rekrutiert etwa auf TikTok, Instagram oder LinkedIn. So entstehen vollautomatisierte Befragungen – Simulationen in 10–30 Minuten, echte Befragte in 3–7 Tagen.

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

Mitgliedschaften / Partnerschaften

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- Wissenschaftliche Partnerschaften mit der Universität Basel und Johns Hopkins
- Strategische Partnerschaft mit gfs.bern
- Bund/Innosuisse-gefördert

Onlinebefragungen im Self-Service

Repräsentative Befragungen

- Ganze Populationen
- Teilpopulationen (Region, Alter, Geschlecht)
- Quotierte Rekrutierung und Gewichtung inklusive
- A/B-Tests mit isolierten Kontrollgruppen möglich

Forschungsfelder (Auswahl)

- Longitudinalstudien (Brand Tracking, Employer Branding, Custom)
- 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, Startups

Methodisches Vorgehen

Methoden

Human Sampling (HS): Onlineumfragen über Social Media. Rekrutierung über Werbung auf Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok und Snapchat, Vergütung der Befragten nach bestandenen Attention Checks; gezieltes Adressieren spezifischer Zielgruppen; A/B-Test-Tool für experimentelle Daten.

AI Sampling (Silicon Samples): Antwortsynthese durch stratifiziertes Sampling und Prompt Chaining mittels LLMs, feinabgestimmt mit proprietären Umfragedaten.

Form der Umfrage

- **Umfang:** 1–6 geschlossene oder offene Fragen, oder externe Umfrage ohne Beschränkung
- **Antwortoptionen:** Skala 0–10, Single-/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, Schwedisch, Tschechisch, Arabisch, Hindi, Thai, Koreanisch, Polnisch
- Survey, Filterfragen (Conditional Flow) oder A/B-Tests
- Vollautomatisierte Incentivierung: Twint in der Schweiz, Yesty international

Erhebung

- **Stichprobengrösse:** bis 1'000 Teilnehmende (mehr auf Anfrage)
- **Zeitraum:** Erhebung und Analyse innert 3–7 Tagen (HS) oder 10–30 Minuten (AI)
- **Methode:** repräsentative, systematische oder Zufallsstichprobe
- **Zielgruppe:** nach Region, Alter und Geschlecht (optional)
- **Verfügbare Länder:** 24 – Argentinien, Australien, Brasilien, Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, Indien, Italien, Kanada, Kenia, Mexiko, Nigeria, Österreich, Polen, Portugal, Saudi-Arabien, Schweden, Schweiz, Spanien, Südafrika, Südkorea, Thailand, Tschechien, USA

Analyse

- **Sample-Bereinigung:** automatisierte Erkennung von Bots und Duplikaten
- **A/B-Tests:** Aussagen zur statistischen Signifikanz
- **Gewichtung:** bei repräsentativen Stichproben Gleichgewichtung oder Kreuzquotierung nach Daten der statistischen Ämter (Region, Alter, Geschlecht)

Ergebnisse

- **Rohdaten:** anonyme Teilnehmer-ID, gewählte Antwortoption, Zeitstempel, Region, Alter, Geschlecht, Sprache, Social-Media-Plattform und Format
- **Live-Dashboard:** grafische Auswertung laufend erhobener Daten, Untergruppen (Region, Alter, Geschlecht), Kommentare zum Social-Media-Werbepost
- **Abschlussbericht:** Überblick über die Umfrage, grafische Auswertung, Methodenbericht
- **Datenschutz:** vollständig anonymisierte Datensätze nach Swiss-Insights-Standard