

Qualitative und Quantitative Methoden der tfactory

Exzellente Marktforschung für zielgerichtete Entscheidungen

Wir verbinden profundes Jugendkultur-Know-how mit modernen Forschungsmethoden. Unsere Studien liefern präzise Insights, beschleunigen Innovationsprozesse und unterstützen Unternehmen und Organisationen dabei, strategisch sichere Entscheidungen zu treffen.

Warum tfactory?

Ihr Vorteil: Tiefer verstehen, präziser entscheiden

- **25+ Jahre Erfahrung** in Jugend-, Trend- und Zielgruppenforschung
- **Einzigartige Szenenähe:** Wir sind seit Jahrzehnten tief in jugendkulturellen Milieus verankert
- **Methodische Exzellenz:** qualitativ, quantitativ, explorativ und experimentell
- **Rapid Field Access:** schneller und gezielter Zugang zu auch schwer erreichbaren Zielgruppen
- **Praxisnahe Ergebnisse:** klar, anwendungsorientiert, direkt umsetzbar
- **Inhouse-Forscherteam:** von der Rekrutierung über Moderation bis zur Analyse
- **Verständliche Reports & starke Visualisierungen:** ideal für Management-Präsentationen

Unsere Vorteile auf einen Blick

Warum unsere Kund*innen immer wieder zu uns zurückkommen

- **Spezialisierung auf junge Zielgruppen** – wir sprechen ihre Sprache
- **Hohe Qualität in Rekrutierung und Screening**
- **Professionelle Moderation und Interviewführung**
- **Szenenspezifische Insights statt oberflächlicher Aussagen**
- **Agile Projektsteuerung**, flexibel und schnell
- **Kultur- und Trendkompetenz auf Spitzenniveau**
- **Hohe Verlässlichkeit & Transparenz** in allen Projektphasen
- **100% individuelle Designs & Studienaufbauten** – statt Standardlösungen

Focus Groups

Motiven auf den Grund gehen – echte Einsichten statt bloßer Meinungen

Focus Groups ermöglichen einen tiefen Blick hinter Einstellungen und Verhaltensmuster. In moderierten Runden von 8–10 Teilnehmer*innen werden Motive sichtbar, die in standardisierten Verfahren oft verborgen bleiben.

Wir rekrutieren Teilnehmende passgenau – nach Soziodemografie, Lifestyle, Szenenzugehörigkeit, Interessen oder Verhaltensweisen. Unsere Feldabteilung verfügt über jahrzehntelange Erfahrung, auch bei komplexen Anforderungsprofilen. Screenings von über 500 Personen für zwei Gruppen sind dabei keine Seltenheit.

Für valide Ergebnisse ist die Qualität der Moderation entscheidend. Unsere Moderator*innen sind kommunikativ geschult, leben nah an jugendkulturellen Szenen und verfügen über fundiertes Zielgruppenwissen.

Einsatzbereiche:

Produkt-/Serviceoptimierung · Konzeptentwicklung · Programmevaluation · Werbepretests

Tiefeninterviews

Echte Nähe – echte Antworten

Tiefeninterviews eröffnen den gründlichsten Zugang zur Lebenswelt der Zielgruppen. Im vertrauensvollen Gespräch können Einstellungen, Bedürfnisse und Motive präzise erfasst werden – besonders bei sensiblen Fragestellungen.

Durch offene Gesprächsführung entstehen authentische Dialoge, die für Produktinnovationen, Szenenanalysen und Usability-Tests unverzichtbare Insights liefern.

Kreativworkshops

Von der Zielgruppe lernen – und mit ihr Innovationen entwickeln

In unseren Kreativworkshops wird die Zielgruppe zum aktiven Partner in Entwicklungs- und Innovationsprozessen. Heterogene Gruppen generieren – mit professionellen Kreativtechniken – frische, nutzer-nahe Ideen und Konzepte.

Dieser **Prosuming-Ansatz** steigert Relevanz, Qualität und Innovationsgeschwindigkeit.

Ethnographische Interviews

Zielgruppen dort verstehen, wo ihr Alltag stattfindet

Wir begleiten Jugendliche in echten Alltagssituationen – beim Einkaufen, in Szene-Locations oder zu Hause. Dadurch entstehen realitätsnahe Erkenntnisse, die klassische Studiobefragungen nicht leisten können.

Mystery Checks

Services aus Sicht der Zielgruppe analysieren

Jugendliche testen Services, Beratungsqualität oder Angebote und spiegeln ihre Erfahrungen direkt zurück. Ideal zur Qualitätssicherung und Weiterentwicklung.

Quantitative Befragungen

Repräsentative Daten für sichere Entscheidungen

Vom breiten Markt bis zur Nische: Wir entwickeln maßgeschneiderte Stichproben und Designs, die valide, vergleichbare und entscheidungsrelevante Ergebnisse liefern.

Deskresearch

Bestehendes Wissen strategisch nutzen

Unsere Researcher analysieren bestehendes Datenmaterial strukturiert und holen aus vorhandenen Quellen maximalen Erkenntnisgewinn heraus – besonders im dynamischen Jugend- und Lifestylebereich.

CASE STUDIES

ERFOLGREICHE PROJEKTBEISPIELE AUS UNSERER PRAXIS

1. Marken- und Zielgruppenanalyse für einen internationalen Getränkekonzern

Die Kombination aus Focus Groups, quantitativer Erhebung und Kreativworkshop führte zu einer völlig neu ausgerichteten Jugendstrategie und mehreren Produktanpassungen.

2. Evaluierung von Jugendangeboten für eine österreichische Bundesbehörde

Mystery Checks + Tiefeninterviews deckten strukturelle Schwachstellen auf. Die Ergebnisse flossen direkt in die bundesweite Modernisierung des Serviceangebots ein.

3. Szenenanalyse & Trendforschung für einen großen Retailer

Ethnografische Interviews in Sport-, Gaming- und Streetwear-Szenen generierten Insights, die zur erfolgreichen Positionierung einer neuen Kollektion beitrugen.

4. Usability-Test für einen digitalen Bildungsanbieter

Tiefeninterviews + Beobachtung im Nutzungskontext führten zu einem vollständigen Relaunch der Plattform – mit messbar verbesserter User Experience.

5. Konzepttest für eine NGO-Kampagne

Qualitative Vorerhebung, Szenenfokus und Pretest machten die Kampagne jugendaffin und steigerten die Wirksamkeit nachweislich.