

Horizont: GPS Research testet internationale Marken auf Malta



Das Marktforschungsunternehmen **GPS Research** bietet Markenherstellern einen Testmarkt auf Malta an. Dabei macht sich der Dienstleister die Tatsache zu Nutze, dass jährlich über 250.000 Sprachstudenten auf der Insel im Mittelmeer gastieren. "Als wir gesehen haben, wie viele junge Leute aus Europa und Asien sich im Schmelztiegel Malta begegnen und austauschen, wussten wir sofort, dass hier die ideale Basis zum Test von Innovationen ist", sagt **Andreas Luppold**, einer der beiden Geschäftsführer von GPS Research. Das in Malta ansässige Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft der deutschen **GPS Dataservice** in Neu-Isenburg.

Das nicht repräsentative Panel bietet ideale Voraussetzungen für den Test von Produkteinführungen: Ein hohes Bildungsniveau und ein überdurchschnittliches Einkommen würden die Sprachstudenten für internationale Markenhersteller interessant machen. GPS Research verfügt auf Malta über ein Marktforschungsstudio, in dem Gruppendiskussionen und Face-to-Face-Interviews durchgeführt werden können. Darüber hinaus bietet der Dienstleister sogenannte Taste Tests, Home Use Tests sowie Befragungen am PoS. Ein Shop-Panel, das rund 40 Verkaufsstellen umfasst, Gastronomie-Tests und ein Promoter-Pool runden das Portfolio ab. *mh*

[12. September 2007]