

# Marken testen auf Malta

Frankfurt, 13. September. Für qualitative Marktforschung soll das EU-Mitglied Malta besonders gute Bedingungen bieten. Jährlich besuchen mehr als 250 000 Sprachstudenten sowie junge, gut ausgebildete und kaufkräftige Touristen den Inselstaat. Deshalb testet dort neuerdings das Unternehmen Gps Research die Wirkung internationaler Marken. „Wir sind uns bewusst, dass die Studenten nicht dem Konsumenten-Durchschnitt entspre-



Foto:Gps Dataservice

**Produkttests:** Junge Trendvorreiter geben Auskunft.

chen“, kommentiert Gps-Geschäftsführer Andreas Luppold. Doch gerade auch aus diesem Grund stehe die Zielgruppe im Fokus international agierender Markenhersteller. Innovationen würden von den von Young Urban Early Adopters früher erkannt und angenommen. Ein Panel – zunächst für einen Großkunden aus dem Lebensmittelsegment aufgebaut – stehe nun auch anderen zur Verfügung. Gps Research, Ableger der Gps Dataservice GmbH, Neu-Isenburg, verfüge vor Ort auch über ein Panel mit 40 Verkaufsstellen, in denen neue Produkte eingelistet und Scanner-Abverkaufszahlen erhoben werden können. dr