

Pressemitteilung

Marktforschung in Höchstgeschwindigkeit

Appinio GmbH, Hamburg: Nominiert für den Deutschen Gründerpreis 2022 in der Kategorie Aufsteiger
Mit neuer Methodik, Social-Media-Tools und Entertainment gewinnt Appinio schneller bessere Daten
Deutscher Gründerpreis: Verleihung am 13. September 2022 im ZDF Hauptstadtstudio in Berlin

Einladung für Medienschaffende: Möchten Sie am 13. September 2022 vor Ort aus dem ZDF Hauptstadtstudio über die Verleihung des Deutschen Gründerpreises berichten? Akkreditieren Sie sich bis 30.08.2022 online unter tmdl.de/dgp22.

Die schnellste Marktforschung der Welt kommt aus Hamburg. Von dort aus hat Appinio die Branche auf den Kopf gestellt. Mit einer völlig neuen Methodik, Social-Media-Mechanismen und einer ordentlichen Portion Entertainment gewinnt Appinio schneller bessere Daten, auch weil die Befragten ehrlicher antworten. Für den Erfolg dieser revolutionären Idee wurde Appinio von der Expertenjury des Deutschen Gründerpreises in der Kategorie Aufsteiger 2022 nominert. Welcher der jeweils drei Finalisten in den Kategorien „Aufsteiger“ und „StartUp“ die begehrte Trophäe gewinnt, erfahren die Kandidaten bei der Preisverleihung am 13. September 2022 im ZDF-Hauptstadtstudio in Berlin.



Jonathan Kurfess, Gründer der Appinio GmbH, nominert in der Kategorie Aufsteiger.

Foto: Dirk Bruniecki für Deutscher Gründerpreis

Foto-Download: tmdl.de/DGPhoto

Nur wenige Minuten dauert es im Schnitt, bis Appinio eine Umfrage „draußen im Feld“, also bei den Befragten, hat und die Ergebnisse vorliegen. Vater der Idee, Marktforschung schnell, präzise und günstig über eine spezielle Social-Media-App abzuwickeln, ist Unternehmensgründer Jonathan Kurfess (32). „Ich habe als

Student im Marketing gearbeitet und wollte stets gerne unsere Konsumenten zu unseren Entscheidungen befragen. Leider konnte die traditionelle Marktforschung das gar nicht leisten: Es dauerte Wochen oder Monate bis wir die Ergebnisse hatten, war unfassbar teuer, getoppt von schlechter Datenqualität. Der gesamte Prozess war ineffizient und unnötig komplex.“

Als weiteres Problem hatte Jonathan Kurfess die schlechte Datenbasis ausgemacht: „Wer nimmt eigentlich an klassischer Marktforschung teil – und warum? Viele Leute haben weder die Zeit dafür noch Lust darauf, also wird mit Geld gelockt. Das wiederum führt dazu, dass viele nur deswegen teilnehmen und entsprechend ihre Antworten ‚optimieren‘. Dadurch wird das Ergebnis stark verfälscht. Das ‚alte‘ System konditioniert darauf, falsche Antworten zu geben.“ Wie schafft man nun ein ‚ehrliches‘ System? „Der Erfolg sozialer Medien hat mich zu der Hypothese gebracht, dass Menschen zu allem gerne ihre echte Meinung sagen, nur eben nicht gegenüber Marktforschern.“

Die Idee für Appinio war geboren: Ein Soziales Netzwerk, in dem sich Menschen treffen, um ihre Meinung in Umfragen zu teilen, sich zu vergleichen und sogar selbst kleine Umfragen zu starten. Zudem sollte das Ganze nicht staubtrocken wie althergebrachte Befragungen wirken, sondern Spaß machen. Branchen-Insidern, denen Jonathan Kurfess seine Idee vorstellte, haben ihn ausgelacht. „Ich ließ mich davon jedoch nicht beirren, glaubte an meine Idee.“ 2014, mit 23 Jahren, entschloss er sich, eine Firma zu gründen, „aber ich wusste natürlich nicht, wie ich aus meiner Idee ein Unternehmen baue – und das auch noch ohne Geld, Netzwerk und Know-how.“ Für ihn und Mitgründer Kai Granaß (33), der heute CTO bei Appinio ist, galt zu Beginn vor allem „learning by doing“. Max Honig (34), heute COO, komplettierte ein Jahr später das Führungstrio.

Heute werden über die Appinio-App weltweit zwei Millionen Antworten gegeben – täglich! Appinio ist mittlerweile in allen englisch- und deutschsprachigen Märkten vertreten sowie in Frankreich und Spanien. Befragungen sind in über 90 Märkten in über 20 Sprachen möglich. Seit der Unternehmensgründung sind 1,8 Milliarden Antworten verarbeitet worden. So können Appinio-Kunden bereits bei der Zusammenstellung der Umfrage mit wenigen Klicks festlegen, welche Zielgruppe befragt wird. Ein weiterer Vorteil gegenüber herkömmlicher Meinungsforschung ist die Transparenz. Die Umfragen lassen sich vom Kunden live beobachten und analysieren. Die Ergebnisse stehen unmittelbar zum Download bereit.

Diese Vorteile wissen auch die bekanntesten Unternehmen der Welt zu schätzen. Zu den Kunden der Hamburger gehören über 1.500 Marken, darunter die Allianz, Carlsberg, Daimler, Kellogg's, Nike, Salesforce und SONY, bis hin zu Unilever, VW und Warner Brothers. Ihnen steht, trotz einfachster Drag-and-Drop-Technik der Plattform, ein Team von 50 Beratern zur Verfügung, die bei der Konzeption der Fragebögen ebenso helfen wie bei der Definition von Zielgruppen und der Daten-Analyse. Der Umsatz wird sich in diesem Jahr auf 25 Millionen Euro mehr als verdoppeln. Die Mitarbeiterzahl stieg um mehr als 100 auf jetzt 160. Das Ergebnis: rasantes Wachstum aus eigener Kraft – völlig ohne Venture Capital.

Die Finalisten in der **Kategorie StartUp**, ein- bis maximal dreijährige Unternehmen, die ihre Geschäftsidee besonders erfolgreich am Markt etabliert haben, sind:

- **Additive Drives GmbH, Dresden:** Mobilität wird weltweit mehr und mehr elektrisch. Mit ihrer Kombination aus Fachwissen über Elektromotoren und der Fähigkeit, diese im 3D-Verfahren zu drucken, hat Additive Drives für die weltweite Autoindustrie nicht nur ein Bedarfsproblem gelöst, sondern hilft den Herstellern, ihre Produkte zu verbessern. Neben allen großen deutschen Automarken gehören auch Ford (USA) und Toyota (Japan) schon jetzt zu ihren Kunden. Nächster Schritt: die Luftfahrt-Industrie.
- **Aleph Alpha GmbH, Heidelberg:** Wie kein anderes Modell für künstliche Intelligenz (KI) versteht Aleph Alphas „Luminous“ logische Zusammenhänge von Text, aber auch von Bildinhalten. Die von der KI ausformulierte Antwort ist dabei nicht nur präzise, schnell und transparent, sondern auch sprachlich auf den Menschen ausgerichtet. Aleph Alpha strebt an, das führende europäische Unternehmen zu werden, das diese „KI der nächsten Generation“ erforscht.
- **traceless materials GmbH, Hamburg:** Folien, Beschichtungen, Besteck: Den Kunststoff-Anteil in all diesen Produkten soll künftig das Bio-Granulat „traceless“ ersetzen – ein Naturstoff, der die Eigenschaften von Plastik hat, aber in der Natur vollständig kompostierbar ist und zudem eine hervorragende Ökobilanz aufweist. Traceless lässt einen Bio-Traum Realität werden: Ein Abfallprodukt, das selbst schon bio ist, wird umweltschonend weiterverarbeitet und ersetzt ein Problemprodukt.

In der Kategorie **Aufsteiger** werden Unternehmen ausgezeichnet, die nicht älter als neun Jahre sind und bereits ein außerordentliches Wachstum erreicht haben. Nominiert sind in diesem Jahr:

- **Appinio GmbH, Hamburg:** „Die schnellste Marktforschung der Welt“ stellt die Branche auf den Kopf. Statt Tage oder Wochen dauert es im Schnitt nur wenige Minuten, bis Appinio eine Umfrage „draußen im Feld“, also bei den Befragten, hat und die Ergebnisse vorliegen. Mit einer völlig neuen Methodik, Social-Media-Mechanismen und einer ordentlichen Portion Entertainment gewinnt Appinio schneller bessere Daten, auch weil die Befragten ehrlicher antworten.
- **osapiens Services GmbH, Mannheim:** Transparenz, Berechenbarkeit und Vertrauen entlang der gesamten Lieferkette – mit B2B-Softwarelösungen schützt osapiens Verbraucher und global agierende Unternehmen nicht nur vor Produktfälschungen, Piraterie und Schmuggel, sondern stellt auch die digitale Grundlage für nachhaltigere Lieferketten zur Verfügung. Externe Anforderungen – etwa durch den Gesetzgeber – sind viel einfacher, weil automatisiert und KI-gestützt, umsetzbar.
- **Schüttflix GmbH, Gütersloh:** Mit seiner App für Schüttgüter, Transporte und Entsorgung tritt Schüttflix an, die Baubranche zu modernisieren. Bestellvorgänge und Lieferungen von Kies, Schotter und Sand sind mit der App so einfach wie die Online-Bestellung auf dem Smartphone. Zudem werden Leerfahrten reduziert und damit die Ökobilanz verbessert. Schüttflix macht Schluss mit Problemen, die die Baubranche schon seit Jahrzehnten plagen und ändert, wie „auf dem Bau“ gearbeitet wird.

Alle Finalisten erhalten eine individuelle, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Beratung durch die Porsche Consulting. Zudem übernehmen Mitglieder des Kuratoriums des Deutschen Gründerpreises über einen Zeitraum von zwei Jahren Patenschaften für jeden Finalisten und stellen ihr Know-how und ihre Erfahrungen zur Verfügung. Die Unternehmen erhalten außerdem ein Medientraining beim ZDF sowie Zugang zum Netzwerk des Deutschen Gründerpreises.

Vorgeschlagen wurden die Unternehmen durch die rund 300 Experten des Deutschen Gründerpreises. Sie stammen aus renommierten Unternehmen, Technologiezentren, Ministerien, Gründungsinitiativen und der Sparkassen-Finanzgruppe. Die Experten verfügen über jahrelange Erfahrungen mit

Unternehmensgründungen und sehr gute Branchenkenntnisse. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz unterstützt den Deutschen Gründerpreis.

Ausführliche Unternehmensporträts der Finalisten und weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.deutscher-gruenderpreis.de.

[22336077]

Über den Deutschen Gründerpreis:

Der Deutsche Gründerpreis ist die bedeutendste Auszeichnung für herausragende Unternehmer:innen und einer der renommiertesten Wirtschaftspreise in Deutschland. Er wird 2022 bereits zum 20. Mal vergeben. Ziel der Initiative ist es, erfolgreiche Gründer:innen und ihre Unternehmen sichtbar zu machen und durch die vielfältige Unterstützung noch erfolgreicher. Der Preis wird jährlich in den Kategorien Schüler, StartUp, Aufsteiger und Lebenswerk verliehen. Außergewöhnliche Unternehmerleistungen können mit einem Sonderpreis gewürdigt werden. Ausgelobt wird der Deutsche Gründerpreis von den Partnern stern, Sparkassen, ZDF und Porsche, die sich bereits seit 1997 für die Förderung des Unternehmertums und der Gründungskultur engagieren. Der Deutsche Gründerpreis wird durch ein hochkarätiges Kuratorium unterstützt, das Patenschaften für die Finalistinnen und Finalisten und Preisträger:innen übernimmt. Förderer des Deutschen Gründerpreises sind die Bertelsmann SE & Co. KGaA, die Gruner + Jahr GmbH, die Süddeutsche Zeitung und die Versicherungen der Sparkassen. Kooperationspartner ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz.

Internet & Social Media:

deutscher-gruenderpreis.de

twitter.com/Gruenderpreis

facebook.com/DGP.DeutscherGruenderpreis

Foto-Download: tmdl.de/DGPFoto

Veröffentlichung honorarfrei (Fotos mit Vermerk). – Bitte senden Sie ein Beleg-Exemplar an tower media GmbH, Ketscher Landstraße 2, 68723 Schwetzingen, ma21@tower-media.de.