



# Der Kundentag von TNS Infratest 2010 „Verbinden. Verändern. Verbessern.“

10. Juni in der Tramhalle der Münchner Verkehrsgesellschaft  
Vorabendprogramm am 9. Juni im Alten Rathausaal

# Grußwort Hartmut Scheffler



## Herzlich Willkommen

zum 1. TNS Infratest Kundentag mit dem Leitthema "Verbinden. Verändern. Verbessern."

Mittlerweile ist es wohl unstrittig: Die Digitalisierung des täglichen Lebens führt in allen Bereichen mindestens zu einer Evolution: Einer Evolution bei Medien, Mediennutzung und Kommunikation, bei Marketing und Markenführung, bei Marktforschung. Neue Herausforderungen hier, neue Möglichkeiten dort verdeutlichen Tag für Tag, dass eine adäquate Reaktion nur im Verbinden von etablierten und traditionellen Ansätzen hier und neuen, zu testenden und auszuprobierenden Ansätzen dort liegen kann. Bisher Separates zu verbinden heißt: Verändern! Wir von TNS Infratest glauben, dass dies eine notwendige Voraussetzung für Verbesserung darstellt: Für bessere Forschung für Führung, für bessere weil erkenntnisreichere Lösungen.

Wir freuen uns, dass Sie sich mit uns auf eine 1½-tägige Reise über einen Marktplatz des Verbindens, Veränderns und Verbesserns begeben wollen und neugierig sind auf entsprechend fokussierte Podiumsdiskussionen und Fallstudien.

Wir werden gemeinsam mit Ihnen sicherlich Fragen beantworten und wir werden neue Fragen aufwerfen: Ganz so, wie es sich in diesen Zeiten des Wandels für Sie und uns in Ihrer und unserer Profession gehört.

Schön, dass Sie dabei sind!

Hartmut Scheffler

für die Geschäftsleitung von TNS Infratest

# Abendprogramm 09. Juni 2010 – München

## Alter Rathaussaal

- 16:00 **Registrierung**  
**Eröffnung des Marktplatzes**  
Schuhbecks Eisbuffet
- 16:30 **Begrüßung Hartmut Scheffler**  
Mitglied der Geschäftsführung TNS Infratest
- 16:35 **Verbinden 1: „Grenzen überschreiten: ‚Leben in Deutschland‘ aus surveymethodischer Sicht“**  
**Prof. Dr. Gert G. Wagner**  
TU Berlin, Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, Leiter der Abteilung Sozio-ökonomisches Panel am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW)  
Eingeführt von Dr. Nico Siegel, Bereichsleiter SOEP, TNS Infratest Sozialforschung
- 17:05 **Podiumsdiskussion 1**  
**„Konsument und Kommunikation von morgen – Marktforschung von gestern?“**  
**Moderation: Harald Nebel**  
Chefredakteur New Business  
**Karim Attia**, Mitglied des Vorstands nugg.ad AG  
**Dr. Anna Maria Deisenberg**, Head of Marketing Research, FOCUS Magazin Verlag  
**Prof. Dr. Michael Schenk**, Direktor der Forschungsstelle Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung der Universität Hohenheim  
**Dirk Steffen**, Director New Interactive Centre TNS Infratest
- 17:45 Besuch des Marktplatzes

# Abendprogramm 09. Juni 2010 – München

## Alter Rathaussaal

- 18:30 Get together
- 19:00 **Begrüßung Bruno Hötzel**  
Sprecher der Geschäftsführung TNS Infratest
- 19:10 **Begrüßung Alexander Reissl**  
Fraktionsvorsitzender Stadtrat, Rathaus München
- 19:20 **Dinnereinführung Alfons Schuhbeck**  
Sternekoch
- Live am Piano: Jens Lohse, Senior Consultant TNS Infratest Finanzforschung*
- 20:20 **Dinner Speech 1**  
**Prof. Dr. Klaus Schweinsberg**  
INTES-Akademie für Familienunternehmen  
Young Global Leader des World Economic Forum Davos,  
ex-Chefredakteur „Capital“
- 21:30 **Dinner Speech 2**  
**Ulrich Deppendorf**  
Leiter ARD Hauptstadtstudio Berlin  
Eingeführt von Richard Hilmer, Geschäftsführer Infratest dimap GmbH Berlin
- 24:00 Ende Tag 1

# Kumentag 10.Juni 2010 – München

## Trambahnhalle des MVG Museums

- 08:00 **Registrierung - Eröffnung des Marktplatzes**  
Frühstück
- 09:15 **Begrüßung Hartmut Scheffler**  
Mitglied der Geschäftsführung TNS Infratest
- 09:30 **Keynote**  
**Sven Gábor Jánoszy**, Trendforscher, Zukunftstrainer, Leiter des 2b Ahead Think Tank
- 09:50 **Verbinden 2: „Mit Zeus und SuperGroupern quer durch die Suppenküche - fact based innovation“**  
**Siegbert Schüler**, Senior Customer and Consumer Insight Manager, Campbell's Food  
Eingeführt von Friedrich Everding, Account Director TNS Infratest Consumer & Retail
- 10:15 **Verbinden 3: „Messen und Befragen: Erfahrungen auf dem Weg zu einem ganzheitlichen Konsumentenverständnis“**  
**Gabri Herrmann**, Head of Digital Behave Centre, TNS Technology & Media  
Eingeführt von Dirk Steffen, Director New Interactive Centre, TNS Infratest
- 10:40 Kaffeepause
- 11:15 **Verbinden 4: „In Kundenbindung richtig investieren = die Profitabilität steigern“**  
**Gudrun Kneissl**, Head of Business Intelligence, MAN Nutzfahrzeuge AG  
Eingeführt von Rolf Kullen, Senior Consultant TNS Infratest Automotive
- 11:40 **Verbinden 5: „Produkte, Prozesse, Mitarbeiter: Der Weg zur effizienten Markensteuerung“**  
**Anja Dietze**, Head of Branding & New Media, Schott AG  
Eingeführt von Apostolos Apergis, Director TNS Infratest Industry Products & Services
- 12:05 **Verbinden 6: „Kreativität ist alles - Kreativität alleine ist nichts“**  
**Max Aigner**, Vorsitzender des Vorstands LBS Rheinland-Pfalz  
Eingeführt von Manfred Kreileder, Director TNS Infratest Finanzforschung

# Kudentag 10.Juni 2010 – München

Trambahnhalle des MVG Museums

- 12:30 Schuhbecks Lunch Buffet, Besuch des Marktplatzes
- 14:00 **Verbinden 7: „Grenzen überschreiten: Statements zu den künftigen Anforderungen an Innovationsmanagement, Markenführung, Kommunikation, Stakeholder Management.“**  
**Dr. Thomas Liehr**, Director Innovation & Product Development, TNS Infratest  
**Uwe Braun**, Director Brand & Communications Centre, TNS Infratest  
**Dr. Peter Pirner**, Global Director Stakeholder Management, TNS Infratest
- 14:25 **Podiumsdiskussion 2 „Touchpoint Management: Von großen Träumen und kleinen Schritten“**  
**Moderation: Dr. Gwen Kaufmann**, Chefredakteurin Deutscher Fachverlag / Planung & Analyse  
**Uli Veigel**, CEO Grey G2 group  
**Jan Gottstein**, Leiter Qualitätsmanagement Deutsche Telekom  
**Klaus Eck**, Kommunikationsberater und Social Media Autor  
**Henning Rossa**, Director TNS Infratest Consumer & Retail
- 15:05 Kaffeepause
- 15:40 **Verbinden 8: „... ich weiß doch, was der Kunde will - Was haben Sie von Insights, wenn die Innovationskultur kränkelt?“**  
**Jens Bode**, Global Strategic Insight Manager, Henkel AG & Co. KGaA  
Eingeführt von Franziska Wulff, Director TNS Infratest Qualitative
- 16:05 **Verbinden 9: „Social Media Monitoring als Bestandteil der Social Media Strategie“**  
**Dirk Rockendorf**, Head of eBusiness, Continental Reifen  
Eingeführt von Michael Dürr, Consultant TNS Infratest Automotive
- 16:30 **Fazit Hartmut Scheffler**
- 16:40 Farewell Get together

# Hartmut Scheffler / TNS Infratest



Hartmut Scheffler

Mitglied des Deutschland-Board von TNS Infratest

Von 1979 bis 1980 Mitarbeiter des Stadtplanungsamtes Bielefeld, danach Eintritt im damaligen Emnid Institut.

1990 Berufung zum Geschäftsführer des Emnid Institutes, später TNS Emnid. Seit Januar 2004 Mitglied im Deutschlandboard von TNS Infratest.

Mitglied im Marketingverband, ESOMAR, der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Marketing und Unternehmensführung e.V. und der G.E.M. (Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V.).

Vorstandsvorsitzender des ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.) seit 2006 im Beirat Innovationskreis für Marketing e.V. und von marktforschung.de.

Der BVM hat Hartmut Scheffler 2009 als „Marktforscherpersönlichkeit des Jahres“ ausgezeichnet.

# Prof. Dr. Gert G. Wagner



Univ.-Prof. Dr. rer. oec. Gert G. Wagner ist Lehrstuhlinhaber für Empirische Wirtschaftsforschung und Wirtschaftspolitik an der TU Berlin, Max Planck Fellow am MPI für Bildungsforschung (Berlin), sowie Leiter der Längsschnittstudie SOEP am DIW Berlin.

Er ist Vorsitzender der Zensuskommission der Bundesregierung und des Rats für Sozial- und Wirtschaftsdaten, Mitglied des Statistischen Beirats, sowie Mitglied im Research Resources Board des britischen Economic and Social Research Councils (ESRC). Im September 2007 hat Bundespräsident Horst Köhler das Verdienstkreuz am Bande des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland an Gert G. Wagner verliehen.

TU Berlin, Max-Planck-Institut für  
Bildungsforschung, Leiter der Abteilung  
Sozio-ökonomisches Panel am Deutschen  
Institut für Wirtschaftsforschung (DIW)

# Dr. Nico Siegel



Dr. Nico Siegel  
TNS Infratest Sozialforschung

Seit 2006 bei TNS Infratest Sozialforschung als Leiter des Projekts „Leben in Deutschland: Das Sozio-ökonomische Panel“ tätig; seit 2008 leitet er den gleichnamigen Bereich und berät das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung bei surveymethodischen Fragen.

Siegel ist Mitglied des Vorstands der Gesellschaft für Programmforschung und hat unter anderem Bücher zu verschiedenen sozial- und arbeitsmarktpolitischen Themen in Deutschland und im internationalen Vergleich veröffentlicht.

# Harald Nebel



Harald Nebel  
New Business

Studium zum Diplom-Sozialwirt. Hamburg Messe, Leiter der Abteilung ‚Kommunikation Ausland‘. Seit 1987 Redakteur bei new business. Dann Chef vom Dienst, heute Chefredakteur.

# Karim Attia



Karim Attia  
nugg.ad Vorstand, CBDO

Karim H. Attia ist seit über 20 Jahren in der Kommunikations-Branche aktiv und verantwortet als Vorstand der nugg.ad AG den Bereich Business Development. Im Zentrum seiner Arbeit steht die Stärkung der digitalen Markenkommunikation durch ständige Produktinnovationen auf der Basis der nugg.ad Technologie.

Zwischen 1999 bis 2009 baute der Diplom-Informatiker mit der XENION eine der führenden Online Marketing Agenturen Deutschlands auf. Nach dem erfolgreichen Verkauf der XENION an die Aegis Media Gruppe im Jahre 2004 hat er deren digitales Netzwerk Isobar mitgegründet und als Mitglied des Isobar Global Management Teams in Zentral- und Osteuropa aufgebaut.

2007 rief Attia die FOMA, den Verband der Online Media Agenturen, ins Leben und fungierte bis 2010 als ihr Sprecher. Weiterhin engagiert er sich in diversen Gremien des BVDW, der AGOF und der IVW und unterstützt als Business Angel innovative Konzepte und engagierte Teams im Bereich der Digitalen Medien.

# Dr. Anna Maria Deisenberg



Dr. Anna Maria Deisenberg  
FOCUS Magazin Verlag

Seit 1997 Head of Marketing-Research beim FOCUS Magazin Verlag in München. Die promovierte Kommunikationswissenschaftlerin war von 1994 bis 1997 in der Kommunikationsforschung von Hubert Burda Media als Studienleiterin tätig. Stationen bei Gruner + Jahr und dem Markt und Technik Verlag führten sie zu Burda.

# Prof. Dr. Dr. Michael Schenk



Prof. Dr. Dr. Michael Schenk  
Forschungsstelle Medienwirtschaft und  
Kommunikationsforschung Universität  
Hohenheim

Direktor der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung an der Universität Hohenheim (Stuttgart) und Leiter des Fachgebietes Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung seit 1991. Von 1997 – 2003 war Professor Schenk Mitglied der Expertenkommission „Zukunft Schweiz“ im Schweizerischen Nationalfonds. Seit 2001 ist Professor Schenk Mitglied der Medienwissenschaftlichen Kommission der Mediapulse AG, Bern. Professor Schenk forscht derzeit intensiv im Bereich der Internetforschung. Er leitet u.a. ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördertes Projekt zum Thema: Die Diffusion der Medieninnovation Web 2.0. Für den SPIEGEL-Verlag, Hamburg, bearbeitet er aktuell eine Studie, in der die Werbewirkungsbeiträge der Mediengattungen analysiert werden.

# Dirk Steffen



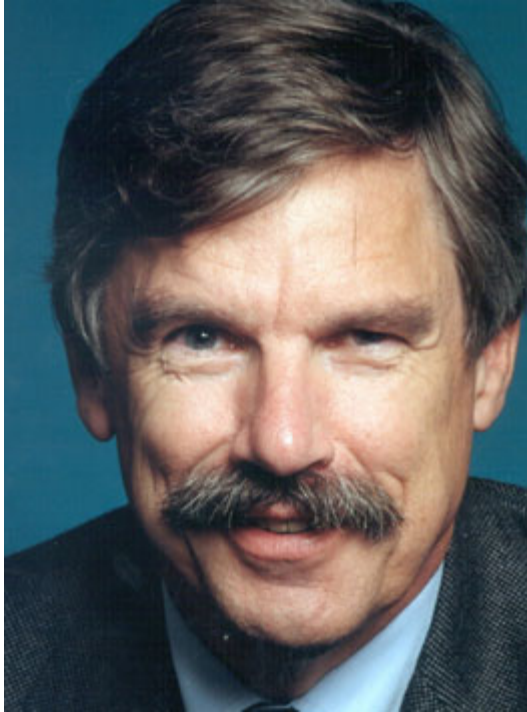
Dirk Steffen  
TNS Infratest NICE

Seit Juli 2008 Bereichsleiter des New Interactive Centre (NICE) bei TNS Infratest.

Zuvor war Dirk Steffen im Produktmanagement sowie in der Vertriebsleitung von globalen Marktforschungsunternehmen im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie tätig. Davor Bereichsleiter bei einem internationalen Datenbankhersteller sowie internationaler Projektleiter eines Forschungsprojektes für künstliche Intelligenz und Datenfusion.

Dirk Steffen hat einen Abschluss als Dipl.-Ing. Nachrichtentechnik von der Universität der Bundeswehr, München, und hat am Henley Management College im Executive MBA Programm studiert.

# Bruno Hötzel



Bruno Hötzel  
Sprecher der Geschäftsführung TNS Infratest

Nach seinem Studium der Volkswirtschaft und Statistik startete Bruno Hötzel seine Karriere bei TNS Infratest 1973 in der Abteilung Stichproben und Statistik. 1976 war er zunächst Projektmanager in der Konsumforschung und entwickelte schon bald die Finanzmarktforschung für Infratest Burke, die er ab 1984 als Geschäftsführer der Infratest Burke Wirtschaftsforschung GmbH leitete. Weitere Stationen waren die Berufung zum Mitglied des Management Board von Infratest Burke 1996 und von NFO Europe zwei Jahre später.

Nach der Übernahme der NFO WorldGroup durch TNS in 2003 war Bruno Hötzel verantwortlich für die Integration von TNS Infratest und TNS Emnid sowie in 2009 für die Zusammenführung mit Research International. Bruno Hötzel ist Sprecher der Geschäftsführung der TNS Infratest-Gruppe in Deutschland und Regional Director TNS Central Europe.

2006 wurde er vom BVM als „Marktforscherpersönlichkeit des Jahres“ ausgezeichnet.

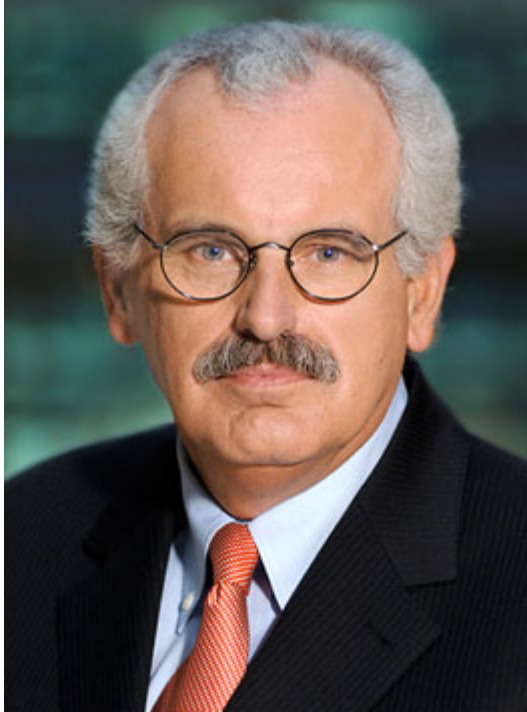
# Prof. Dr. Klaus Schweinsberg



Prof. Dr. Klaus Schweinsberg  
INTES-Akademie für Familienunternehmen

Prof. Klaus Schweinsberg ist einer der profiliertesten deutschen Wirtschaftspublizisten und geschäftsführender Partner der renommierten Intes Akademie in Bonn. Von 2003 bis 2008 führte er bei der G+J Wirtschaftspresse als Chefredakteur bzw. Herausgeber die Wirtschaftsmagazine Capital und impulse. Zuvor arbeitete der ausgebildete Journalist für die Financial Times Deutschland und das Verlagshaus Gruner+Jahr. Schweinsberg ist Dozent an der Rheinischen Fachhochschule Köln und an der Führungsakademie der Bundeswehr in Hamburg. 2009 wurde er vom World Economic Forum als einer von 58 Europäern in den Kreis der „Young Global Leaders“ berufen.

# Ulrich Deppendorf



Ulrich Deppendorf  
Leiter ARD Hauptstadtstudio Berlin

Ulrich Deppendorf ist Leiter des ARD-Hauptstadtstudios und Chefredakteur der Gemeinschaftsredaktion Fernsehen

Seit Mai 2007 ist er als Chef-Moderator vom "Bericht aus Berlin" im Ersten regelmäßig zu sehen - aktuell jeden Sonntag um 18.30 Uhr. Außerdem moderiert er Sondersendungen zu Wahlen und Brennpunkten. Darüber hinaus kommentiert er regelmäßig aktuelle politische Ereignisse in der "Tagesschau" und den "Tagesthemen". Von 1981 bis Ende der 1990er Jahre war er der Wahlmoderator der ARD. Unter seiner Leitung begann die erfolgreiche Zusammenarbeit von ARD und Infratest dimap zur Wahlberichterstattung für das Erste Programm.

# Richard Hilmer



Richard Hilmer  
Geschäftsführer Infratest dimap GmbH

Richard Hilmer, Geschäftsführer von Infratest dimap und der TNS Infratest Sozialforschung, steht Infratest dimap bereits seit seiner Gründung im Jahr 1997 als Geschäftsführer vor. In dieser Zeit entwickelte sich Infratest dimap zu einem der bekanntesten und erfolgreichsten Wahlforschungsinstitute Deutschlands. Neben der anspruchsvollen Wahl- und Trendforschung für die ARD baute er mit seinem Team den politisch ausgerichteten Teil der TNS Infratest Sozialforschung aus. Focus dieser Einheit ist die fundierte Grundlagenforschung zu gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen, aber auch strategische, umsetzungsrelevante Forschung für Ministerien, Parteien, Organisationen und Verbände.

# Sven Gábor Jánosky



Sven Gábor Jánosky  
2b Ahead Think Tank

Trendforscher und Leiter des 2b AHEAD-ThinkTanks. Der „innovativste Business-ThinkTank Deutschlands“ ist bekannt für seine radikalen Zukunftsdebatten. Der hochklassige „Invitation Only!“-ThinkTank versammelt alljährlich die 200 wichtigsten Innovationschefs deutscher Unternehmen und entwirft das Lebens- und Business-Szenario für Deutschland in 10 Jahren. Der Fokus: Geschäftsmodelle der Zukunft! Als Berater und Trainer coacht Jánosky Manager und Unternehmen in Prozessen des Trend- und Innovationsmanagements, führt und moderiert Kreativprozesse zu Produktentwicklung und Geschäftsmodellen der Zukunft.

# Siegbert Schueler



Studium der Soziologie an der Universität des Saarlandes mit Schwerpunkt verhaltenswissenschaftliche Marketing-Theorie (Prof. Kroeber-Riel) und Sozialpsychologie. Danach wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Institut für Kommunikations-Forschung von Keitz in Saarbrücken. Von 1988- 1993 Marktforschungsleiter bei Melitta Kaffee GmbH in Bremen. Anschließend Market Research Officer bei der UNION Deutsche Lebensmittelwerke in Hamburg (1993-1997). Seit 1997 als Customer&Consumer Insights Manager bei Campbells Germany in Lübeck.

Siegbert Schueler  
Senior Customer and  
Consumer Insights Manager  
Campbells´ Germany

# Friedrich Everding



Friedrich Everding  
Account Director  
TNS Infratest

Friedrich Everding hat Ernährungswissenschaften und Ökonomie in Bonn und Gießen studiert und ist seit 1998 bei TNS Infratest tätig.

Derzeit Leitung eines Teams im quantitativen Bereich mit dem Schwerpunkt Innovation und Grundlagenstudien

# Gabri Herrmann



Gabri Herrmann  
TNS Technology & Media,  
Head of Digital Behave Centre

Gabri Herrmann ist seit 12 Jahren in der Marktforschung tätig und leitet bei TNS Infratest Technology & Media das „Digital BehaveCentre“ – die Verknüpfung von Befragungsdaten mit Verhaltensdaten aus dem Bereich des stationären Internets sowie der Mobilfunknutzung.

# Gudrun Kneissl



Gudrun Kneissl  
MAN Nutzfahrzeuge AG

Gudrun Kneissl leitet die Abteilung Business Intelligence bei der MAN Nutzfahrzeuge AG in München. Sie ist im Jahre 2006 zur MAN Group gestoßen und hat bei manroland Druckmaschinen mit der Leitung Market Intelligence begonnen. Zuvor war sie von 1993 bis 2005 bei TNS Infratest und dort zuletzt Senior Consultant im Bereich Stakeholder Management.

# Rolf Kullen



Rolf Kullen  
TNS Infratest Automotive

Studium der Volkswirtschaftslehre an den Universitäten Konstanz, Fairfield University (Connecticut) und LMU München.

Bei TNS Infratest seit 2001 zunächst als Consultant Media Research (Interactive / Print und Electronic) und heute Abteilungsleiter Commercial Vehicles, TNS Infratest Automotive.

# Anja Dietze



Anja Dietze  
Schott AG

Leiterin Branding / New Media der SCHOTT AG , einem internationalen Technologiekonzern, der Produkte, Komponenten und Systeme aus Spezialglas für Kunden aus den Bereichen Architektur, Automobil, Beleuchtung, Elektronik, Hausgeräte, Luft- und Raumfahrt, Optik, Pharmazie und Solarenergie entwickelt und produziert. In ihrer Funktion ist sie für den weltweiten Markenaufbau, sowie die langfristige Steuerung der Marke (Markenpositionierung und Strategie, Corporate Identity, Erfolgsmessungen) zuständig. Zuvor war sie bei der internationalen Agentur McCann Erickson, als Client Service Director und Mitglied der Geschäftsleitung für die Markenführung und Kommunikation internationaler Etats verantwortlich.

# Apostolos Apergis



Apostolos Apergis  
TNS Infratest Industry Products &  
Services

Director im Sektor Industrieprodukte und –services sowie Energiemarktforschung bei TNS Infratest. Zuvor war er als Director in der Unternehmensberatung Simon Kucher & Partners tätig. Von 2000 bis 2004 war er Berater für CRM-Strategie und Vertrieboptimierung bei Siemens Business Services. Als Marktforscher und Unternehmensberater hat er in den letzten 14 Jahren zahlreiche Projekte für Hersteller von Investitionsgütern, Anlagenbauer, Solarunternehmen, Energie- und Industriedienstleister sowie Versorgungsunternehmen durchgeführt.

# Max Aigner



Max Aigner  
LBS Rheinland-Pfalz

Max Aigner ist Vorstandsvorsitzender der LBS Rheinland-Pfalz und Vorsitzender des Arbeitskreises Werbung für die LBS-Gruppe und auch in dieser Funktion verantwortlich für Werbecontrolling.

# Manfred Kreileder



Manfred Kreileder  
TNS Infratest Finanzforschung

Manfred Kreileder ist Prokurist bei der TNS Infratest Finanzforschung. Dort verantwortet er als Bereichsleiter die Versicherungsmarktforschung.

Nach seinem Soziologiestudium war er als Projektleiter von 1984-1986 für SINUS und 1987-1990 für das IJF-Institut für Jugendforschung (Roland Berger Gruppe) tätig.

# Dr. Thomas Liehr



Dr. Thomas Liehr  
TNS Infratest Innovation & Product  
Development

Berufsbegleitende Promotion an der TU Stuttgart über eine Anwendung von Neuronalen Netzen und Chaostheorie in der Ökonomie.

Seit 1993 bei TNS Infratest, zunächst mit Tätigkeitsschwerpunkt Kundenbindungsstudien und Marktstrukturanalysen im Bereich IKT

Später Aufbau und Führung des TNS EX-A-MINE Centers: Competence Centre für Forecasting, Segmentierung, Data Mining und Data Fusion.

Schwerpunkt simulierter Testmarkt (STM) und Volumetric Sales Forecasting. Verantwortlich für den Bereich Innovation & Product Development bei TNS Infratest

# Uwe Braun



Uwe Braun  
TNS Infratest Brand & Communication

Als Bereichsleiter in der TNS Infratest Finanzforschung leitet er den Bereich Marken- und Werbeforschung. Seit 2002 nimmt er darüber hinaus branchenübergreifende Aufgaben für TNS Infratest im Bereich „Brand & Communications“ wahr. Zunächst als Leiter des Brand Tracking Centre, in dem der Support und die Weiterentwicklung von Instrumenten für Werbe- und Markentracking angesiedelt ist. Seit 2008 verantwortet er den Gesamtbereich „Brand & Communications“ bei TNS Infratest. Vor seinem Einstieg bei TNS Infratest war er als Werbeforscher im Agenturbereich sowie bei der GfK Fernsehforschung tätig.

# Dr. Peter Pirner



Dr. Peter Pirner  
TNS Infratest Stakeholder Management

Dr. Peter Pirner ist Global Director Stakeholder Management bei TNS Infratest. Nach seiner Promotion ist er seit 1997 für TNS Infratest tätig, zunächst als Key Account Manager in der Finanzforschung, später als Bereichsleiter in der Automobilforschung und als Bereichsleiter im Global TRI\*M Centre, dem Centre of Excellence bei TNS für Stakeholder Management.

# Dr. Gwen Kaufmann



Dr. Gwen Kaufmann  
planung & analyse

Dr. Gwen Kaufmann ist leitende Redakteurin und Objektleiterin von planung & analyse.

Die Diplom-Kauffrau verantwortet seit Januar 2009 die Fachzeitschrift für Marktforschung und Marketing. Zuvor war sie in der institutionellen und universitären empirischen Forschung tätig.

# Uli Veigel



Uli Veigel  
Grey G2 group Germany

Uli Veigel ist CEO der Grey G2 group Germany und deren Business Line Advertising & Marketing Service Agencies (dem weltweit größten Agenturnetwork WPP zugehörig).

1978-1982 Senior Kundenberater bei Ogilvy & Mather, ab 1983 Senior Product Manager bei Reemtsma. 1987 Management Supervisor bei Bates Deutschland, ab 1993 CEO. 1995 CEO Bates Group Germany. 1998 European Board Member. 2000 Einberufung in das Worldwide Board der Bates Group.

2004 Wechsel zur Grey Group Germany - Deutschlands zweitgrößter Kommunikationsgruppe - seit 2005 CEO. Mitglied des weltweiten Grey Global Group Management Boards; Präsidialmitglied der ZAW; bis 2006 im Vorstand des GWA.

# Jan Gottstein



Jan Gottstein  
Telekom Deutschland GmbH

Nach dem Studium der Politikwissenschaft war Jan Gottstein als Redakteur tätig. 2002 wechselte er zu T-Online und war dort 4 Jahre für das Qualitätsmanagement zuständig. Im Jahre 2006 übernahm er die Verantwortung für den Bereich Meßsysteme Qualität und Kundenzufriedenheit bei T-Home. Seit April 2010 ist er Leiter Qualität und Kundenzufriedenheit bei der Telekom Deutschland GmbH.

# Klaus Eck



Klaus Eck  
Kommunikationsberater und Social Media  
Autor

Der Kommunikationsberater Klaus Eck berät Unternehmen im Online Reputation Management. Seine Agentur Eck Kommunikation unterstützt Marken beim Aufbau und bei der Pflege einer eindeutigen Positionierung und Social Media Strategie. Sein PR-Blogger.de ist seit rund sechs Jahren eines der erfolgreichsten deutschen Fachblogs zur Online-Kommunikation. Klaus Eck ist zudem ein gefragter Social-Media-Experte, Redner und Interviewpartner.

# Henning Rossa



Henning Rossa  
TNS Infratest Consumer & Retail

Henning Rossa, Prokurist und Bereichsleiter bei TNS Infratest, durchlief nach seinem Betriebswirtschaftsstudium unterschiedliche Stationen der Kommunikationsbranche.

Bevor er zu TNS Infratest kam, hat er für eine Werbeagentur gearbeitet, war Hauptabteilungsleiter für Produkt- und Kommunikationsforschung bei INRA Deutschland. Henning Rossa arbeitet seit 17 Jahren im Bereich Marken- & Kommunikationsforschung in leitender Funktion.

In Deutschland ist er als Mitglied im Consumer & Retail Board von TNS Infratest verantwortlich für Marken- und Kommunikationsforschung sowie für unterschiedliche Teilmärkte.

# Jens Bode



Jens Bode  
Henkel AG & Co. KGaA

Jens Bode ist von Haus aus Technician Engineer mit Marketingausbildung und einer ungewöhnlichen Henkel-Vita: Process Engineering, Packaging Design, Innovation Management, SensoryLab und Consumer Insight, Innovation Ambassador und aktuell Global Strategic Manager. Er war Mitglied im ersten freigestellten ThinkTank bei Henkel und die Themen Ideation und Innovationen sind seit rund 16 Jahren sein Fokus. Als Innovation Ambassador hat er die Innovationsphilosophie international, u.a in Guatemala und Indien, gecoacht. Jens Bode ist Mitglied in Strategie-, Szenario- und Innovation-Teams. Parallel ist er Autor, Gastdozent, Redner und Mitgründer diverser Querdenker- und Innovationsnetzwerke.

# Franziska Wulff



Franziska Wulff  
TNS Infratest Qualitative

Nach ihrem Studium an der TU Berlin war Franziska Wulff drei Jahre für ein Marktforschungsinstitut in der quantitativen Werbeforschung tätig. 1995 wechselte sie als Senior Executive im Bereich qualitative B2C Forschung zu TNS Infratest (damals noch Research International).

Franziska Wulff hat langjährige Erfahrung in der psychologisch-qualitativen Forschung, mit Gruppendiskussionen wie auch mit Tiefeninterviews und Kreativ-Workshops. Besondere Expertise erlangte sie auf den Gebieten Innovation, Co-Creation, Branding & Communication und Shopper Research für die Märkte Cosmetics/Fragrances, Personal Care, Household Care und Food.

# Dirk Rockendorf



Dirk Rockendorf  
Continental AG

Dirk Rockendorf ist Leiter eBusiness im Bereich Marketing & Vertrieb PKW-Reifen EMEA der Continental AG.

Im Rahmen seiner Tätigkeit ist er u.a. für Online Marketing B2C und B2B zuständig sowie für das Händler-Extranet "ContiOnlineContact" .

Daneben betreibt der studierte Wirtschaftsingenieur privat den Online Marketing Podcast und hält Vorträge zum Thema Online Marketing.

# Michael Dürr



Michael Dürr  
TNS Infratest Automotive

Michael Dürr ist seit Anfang 2009 als Consultant im Bereich Aftermarket und Supplier bei TNS Infratest Automotive tätig. Schwerpunktmäßig betreut er Kunden aus der Reifen- und Zulieferindustrie.

Zuvor war er bei verschiedenen Marktforschungsinstituten beschäftigt. Michael Dürr verfügt über langjährige Erfahrung in der quantitativen und qualitativen Automobilmarktforschung.

# „Forschung für Führung“

Seit mehr als 60 Jahren verfolgt TNS Infratest seinen Premiumanspruch in der Markt-, Fach- und Methodenkompetenz. Als Marktführer in der kundenindividuellen Auftragsforschung und Marketingberatung liefern wir wie kein zweites Institut in einer fachlichen Breite und Tiefe „Beratung durch Forschung“.

TNS Infratest gehört zu einem globalen Netzwerk für Marktforschung, Sozialforschung und Marketingberatung und verfügt weltweit über ein einzigartiges Portfolio an Problemlösungen für alle Bereiche in Wirtschaft und Gesellschaft. TNS Infratest liefert seinen Kunden den Management-Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit: „Forschung für Führung“.

Mit unserer Matrixorganisation aus Sektor-Know-how und dem Konzept der „Areas of Expertise“ können wir unseren Kunden die bestgeeigneten Lösungsansätze für ihre zentralen Markenführungs- und Marketingthemen anbieten. Auf dem Marktplatz in der MVG Tramhalle stellen sich die Forscher und Berater aus allen unseren Kompetenzfeldern und Forschungsbereichen vor. Sie freuen sich auf den Dialog mit Ihnen!

# Unser Marktplatz – was Ihnen unsere Sektoren bieten

- H Finanzforschung:** Case Studies und Präsentationen aus der Finanzforschung. Erleben Sie unseren Geldregen. Testen Sie Ihr Finanzwissen.
- H Technology & Media / New Interactive Centre:** Durch die Verknüpfung von Technologie- und Medienexpertise bieten wir Ihnen – zusammen mit namhaften Partnern – innovative und einzigartige Einsichten in konvergierende Märkte. Alles dazu und vieles mehr am Stand von T&M
- H Mobility:** „Marktforschung die bewegt – am Mobility Stand“
- H Consumer & Retail:** Living and breathing Consumer Connectivity
- H Political & Social:** Was Deutschland bewegt: Einblicke in die faszinierende Welt der Politik- und Sozialforschung. Punktgenaue Prognose am Wahlabend. Wie entsteht die „18-Uhr-Prognose?“ Auf den Spuren gesellschaftlichen Wandels: Arbeitsmarkt-, Familien-, Einkommens- und Bildungsforschung zum Leben in Deutschland.
- H Industry Product & Services:** Wir sind die Experten für Marktforschung und Beratung für Industriegüterhersteller, Technologieunternehmen und Energieversorger. Lernen Sie uns kennen und tauschen Sie sich mit Marketingverantwortlichen aus anderen Industrieunternehmen aus

# Unser Marktplatzes / Sektoren (2)

- H Political & Social:** Was Deutschland bewegt: Einblicke in die faszinierende Welt der Politik- und Sozialforschung. Punktgenaue Prognose am Wahlabend. Wie entsteht die „18-Uhr-Prognose?“ Auf den Spuren gesellschaftlichen Wandels: Arbeitsmarkt-, Familien-, Einkommens- und Bildungsforschung zum Leben in Deutschland.
- H Industry & Product Services:** Wir sind die Experten für Marktforschung und Beratung für Industriegüterhersteller, Technologieunternehmen und Energieversorger. Lernen Sie uns kennen und tauschen Sie sich mit Marketingverantwortlichen aus anderen Industrieunternehmen aus
- H Modelle und Methoden:** Ein Blick hinter die Kulissen von Modelle und Methoden, der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von TNS Infratest: lernen Sie seine Mitarbeiter kennen, erleben Sie deren Aufgabenspektrum und diskutieren Sie mit ihnen State-of-the-art-Analysemethoden.

# Unser Marktplatz – was Ihnen unsere Areas of Expertise bieten

- H Innovation & Product Development:** Alles rund um Innovationsforschung und wie Sie höhere Erfolgsraten bei Ihren Innovationen realisieren können. Lernen Sie unsere Innovation Journey kennen und zünden Sie den Turbo für Ihr Innovationsmanagement: „Aktiv Chancen eröffnen statt nur Risiken reduzieren!“
- H Stakeholder Management:** Wie TNS Infratest Sie dabei unterstützt, die relevanten Treiber für Kundenbindung, Mitarbeitercommitment und Unternehmensreputation zu identifizieren und Sie dabei berät, Handlungsmaßnahmen anhand gewonnener Erkenntnisse zu definieren und umzusetzen.
- H Brand & Communication:** Lernen Sie das Brand Power House und seine Forschungslösungen im Bereich Werbe- und Markenforschung kennen. Starke Lösungen für starke Marken!
- H Retail & Shopper:** Ihre Produkte müssen sich am POS beweisen. Was zu beachten ist und warum der Verbraucher als Konsument und als Shopper verstanden werden muss. Folgen Sie dem Shopper auf seinem „Path to Purchase“ und gewinnen Sie Einblicke in das Methodenangebot von TNS Retail & Shopper Insights.

# Unser Marktplatz – was Ihnen unsere Areas of Expertise bieten

- H Qualitative:** Wir verknüpfen detailliertes Kategoriewissen mit unserer Leidenschaft für Märkte, Marken und Menschen.
- H Business Intelligence:** Gezieltes und maßgeschneidertes Wissen statt Informationsüberfluss. Entdecken Sie, wie Sie mit unseren Markt- und Wettbewerbsanalysen Ihre Geschäftsentscheidungen absichern, neue Märkte erkunden, Wettbewerber beobachten und Trends voraussehen können.
- H Modelle und Methoden:** Ein Blick hinter die Kulissen von Modelle und Methoden, der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von TNS Infratest: lernen Sie seine Mitarbeiter kennen, erleben Sie deren Aufgabenspektrum und diskutieren Sie mit ihnen State-of-the-art-Analysemethoden.

CATERING

Political & Social

Technology & Media  
NICE

Roll-up

Roll-up

Mobility

B&C

Business Intelligence

Modelle & Methoden

Roll-up

Roll-up

Roll-up

Finance

Consumer

RSI

Markt-  
platz

Qual.

Industry Products &  
Services / Energy

Roll-up

Roll-up

Roll-up

IPD

SHM

Großer Rundgang

Area-Rundgang

