

planung
& analyse
Insights

2023

Insights im
Spotlight

26./27. SEPTEMBER 2023

SPARK • Frankfurt am Main

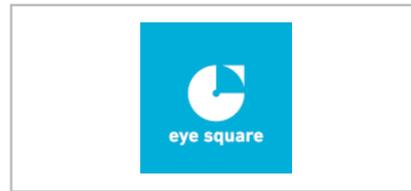
  #planunganalyseInsights

performed by

planung&analyse **dfv** Conference
Group

Wir danken unseren Partnern.

Partner



toluna 

 **harris
interactive**
a toluna company

METRIXLAB
a toluna company

tolunacorporate.com

Forschung ohne Grenzen.

Eine neue Insight-Ära hat begonnen: technologie-basiert,
wissenschaftlich fundiert, für Menschen gemacht.

[Erfahren Sie mehr!](#)

PROGRAMM

Dienstag, 26. September 2023



INSIGHTS IM SPOTLIGHT

10.00 BEGRÜSSUNG UND ERÖFFNUNG

“Wo stehen wir?”

Sabine Hedewig-Mohr, Chefredakteurin, planung&analyse
Dr. Uwe Vorkötter, Herausgeber, HORIZONT

10.15 KEYNOTE

Building Tomorrow's Brands:

Integrating Evidence-Based Laws of Brand Growth into Brand Health Tracking

Prof. Jenni Romaniuk, International Director, Ehrenberg-Bass Institute, University of South Australia

11.00 PANEL

Generative AI – Horror-Szenario oder Chance?

Wie die Technologie für die Marktforschung nutzbar ist

Dr. Frank Buckler, Gründer und Geschäftsführer, Success Drivers GmbH

Dr. Carolin Kaiser, Head of Artificial Intelligence, Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. (NIM)

Christine Möller, Head of Customer Insights (Central & Southern Europe), eBay

Sören Scholz, Geschäftsführer, Interrogare

Michael Schütz, Gründer, INNCH innovation guided by research

MODERATION



Sabine Hedewig-Mohr

Chefredakteurin
planung&analyse



Dr. Uwe Vorkötter

Herausgeber
HORIZONT

11.40 KEYNOTE

**Zuversicht, Verzicht und Ablass-Handel –
Wie tickt der Mensch in den nächsten Jahren?
Und wieso ist die seelische Intelligenz der
künstlichen Intelligenz überlegen?**

Stephan Grünewald, Geschäftsführer, rheingold Institut

12.10 KOMMUNIKATIONS- UND MITTAGSPAUSE



norstat

**Felddienstleistungen
online & offline
für qual & quant
Studien**

PROGRAMM

Dienstag, 26. September 2023



POWER HOUSE – WIE WIR FORSCHEN

13.40 BEST CASE

Vom Flutlicht zum Rampenlicht:

Wie wir unsere Filterblase verlassen!

Wie die Marktforschung bei der REWE Group arbeitet

Pia Leimbach, Handel Deutschland, Head of – Business Insights | Marktforschung (H DCBM), REWE GROUP

14.10 BEST CASE

Eine Lektion aus dem Marketing-Lehrbuch:

Wie groß sind die Zielgruppen, die wir erreichen können, wirklich und nutzen wir die Wachstumschancen ausreichend? Welche Rolle spielen Segmentierungen und die Consumer Journey?

Dr. Christiane Quaas, Global Market Insights Lead for Global OTC Pharma Business Development, Weleda AG

Prof. Dirk Frank, Head of Strategy, Bonsai Research

14.40 BEST CASE

Transformation erfolgreich managen:

Werbliche Kommunikation zwischen Purpose und Zeitgeist

Frank Hofmann, Consumer Insight Manager, Savencia Fromage & Dairy

Hans Mumme, Client Director, INNOFACT AG

15.10 IMPULS

Everyone everywhere all at once.

Der digitale Wandel hat einen massiven Anstieg an asynchronen Ansätzen in der Forschung hervorgebracht: Ad-hoc-Forschung, strukturelle Communities, Online- und Offline-Qualforschung sowie Quant. Am Beispiel des Forschungsmix für BMW wird gezeigt, wie eine intelligente Kombination von Ansätzen, Technologien und Techniken zu immer besseren, tieferen und validierten menschlichen Insights führen kann.

Susanne Michl, Unit Director, Human8

Sven Arn, Managing Director & Partner, Human8

Stefanie Villis, Team Lead of Team Consumer, BMW

15.30 BEST CASE

**Relevante Insights, die Richtung geben
(in unsicheren Zeiten)**

Die Situationsanalyse der Key Insights ist Basis für die Business Planung bei IKEA

Annette Mittelsdorf, Customer Insights Leader, IKEA Deutschland

15.50 KOMMUNIKATIONS- UND KAFFEPAUSE

Preisverleihung 2023



planung&analyse Newcomer in der Marktforschung und planung&analyse Sonderpreis der Marktforschung

Erfolgreiche Marktforschung muss leben und sich Herausforderungen stellen. Für das Engagement, neue Techniken und Impulse in die Marktforschung zu bringen, vergibt planung&analyse seit 2016 den Newcomer in der Marktforschung. Die Preisverleihung findet am 26. September 2023 im SPARK in Frankfurt statt. Erstmals wird am 27. September 2023 im SPARK der planung&analyse Sonderpreis der Marktforschung vergeben.

Die Jury im Überblick:



Thomas Gruber
dm-drogerie markt



Sabine Hedewig-Mohr
planung&analyse



Dr. Otto Hellwig
Bilendi & respondi
und DGOF



Ines Imdahl
rheingold salon



Tatjana Kopf
Deutsche Telekom



Prof. Dr. Holger Lütters
Hochschule für Technik und
Wirtschaft Berlin



Cornelia Ristau
Intersnack



Hartmut Scheffler
Berater für Marktforschung
und Marken



Dr. Uwe Vorkötter
HORIZONT



Prof. Dr. Christa Wehner
Hochschule Pforzheim

PROGRAMM

Dienstag, 26. September 2023



VORFAHRT FÜR NEWCOMER IN DER MARKTFORSCHUNG

16.50 KEYNOTE

Mammutaufgabe Transformation zu nachhaltigen Lebensstilen – warum wir die Marktforschung und Unternehmen brauchen!

Rosa Strube, Head of Sustainable Lifestyles
Collaborating Centre on Sustainable Consumption
and Production (CSCP)

17.20 PREISVERLEIHUNG “PLANUNG&ANALYSE NEWCOMER IN DER MARKTFORSCHUNG”

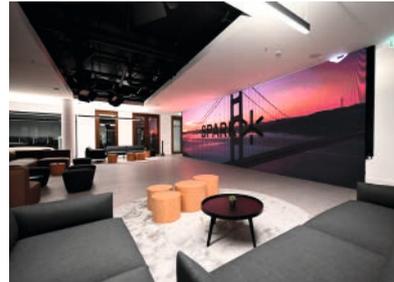
Ausgezeichnet werden junge Firmen für das Engagement, neue Techniken und Impulse in die Marktforschung zu bringen, die bereits mit Kunden erfolgreich umgesetzt werden.



© Thomas Fedra

18.00 NETWORKING

Wir begrüßen alle Teilnehmenden und Vortragenden der planung&analyse Insights und des HORIZONT Werbewirkungsgipfels 2023 zum Get-Together im SPARK einer einzigartigen Event-Location mitten in Frankfurt. Nutzen Sie die Gelegenheit, zum Austausch mit bereits bestehenden Kontakten und mit neuen Gesprächspartnern.



PROGRAMM

Mittwoch, 27. September 2023



8.30 WELCOME IN DER NETWORKING- UND PARTNER-AREA

AUF DEM PRÜFSTAND

9.00 BEGRÜSSUNG UND ERÖFFNUNG

Sabine Hedewig-Mohr, Chefredakteurin, planung&analyse
Dr. Uwe Vorkötter, Herausgeber, HORIZONT

9.10 planung&analyse Sonderpreis der Marktforschung

Laudator: Hartmut Scheffler, Berater für Marktforschung
und Marketing

9.25 KEYNOTE

Zwischen Melancholie und Rebellion
Dr. Robert Kecskes, Insights Director, GfK

METHODEN

9.55 IMPULS

Attention is not linear!

Komplexität des menschlichen Erlebens
und die Vorhersagekraft von KI.

Leonie Pfeiffer, Research Consultant, eye square GmbH
Stefan Schönherr, VP Brand & Media and Partner,
eye square GmbH

10.15 IMPULS & DISKUSSION

Reicht das? Der Kampf um hochwertige Erhebungsdaten
Neue Methoden in der Sozialforschung und
was die Marktforschung davon adaptieren kann
Menno Smid, Geschäftsführer, infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft und Vorstandsvorsitzender, infas Holding AG
und anschließende Diskussion zu:

Erhebungsmethoden in der Markt- und Sozialforschung

Dr. Roland Abold, Vorstand, ADM und Geschäftsführer,
Infratest dimap

Herbert Höckel, Managing Director,

AMR Advanced Market Research/moweb GmbH

Florian Renz, Head of Consumer & Market Intelligence Eucerin,
Beiersdorf AG

Alexandra Wachenfeld-Schell, Senior Research Director,
GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung

11.05 KOMMUNIKATIONS- UND KAFFEPAUSE

DER NACHWUCHS BRINGT PS AUF DIE STRASSE

11.45 DER AWARD GEWINNER-TALK

Der planung&analyse Newcomer in der Marktfor-
schung im Gespräch mit dem Juror Dr. Otto Hellwig,
Corporate Integration Director, Bilendi & respondi

PROGRAMM

Mittwoch, 27. September 2023



12.00 PITCH

5 junge Gründer

Welche Idee bringt die Marktforschung voran?

Dr. Frank Buckler, Supra.Tools i.G.

Dr. Jan Kinne, Mitgründer und CEO, Istari.AI

Marius Greubel, Co-Founder, gutfeel GmbH

Daniel Putsche, Founder und CEO, HORIZON

Lukas Rintelen, Gründer und Geschäftsführer, Tucan.ai GmbH

Moderation: **Dr. Antje Venjakob**, Integration Consultant, Tobii

13.00 KOMMUNIKATIONS- UND MITTAGSPAUSE ZUKUNFT

14.00 PLANUNG&ANALYSE-TALK

**Aktuelle Herausforderungen, Chancen
und ein Blick in die Zukunft der Branche**

Dr. Christoph Preuß, CEO, Ipsos Deutschland

Alexander Falser, Leiter Marktforschung, Kaufland International

Frank Küver, Market Leader, NIQ Deutschland

Andreas Onnen, Senior Director Analytics & Insights

D/A/CH, Procter & Gamble

14.40 TALK

Dem Nachwuchs eine Chance

Wie Unternehmen / Institute mit FAMS rechnen können

Bettina Klumpe, Geschäftsführerin, ADM – Arbeitskreis
Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.

Dr. Jörg Maas, Joseph-DuMont-Berufskolleg

Claudia Schreyer, Berufliche Schule für Medien und
Kommunikation

15.00 IMPULS

**In influencer we trust - Wie prägt Team Galaxy das
Samsung Markenbild und wie ist der Impact messbar?**

Claudia Gelbe, Geschäftsführerin, MatrixLab GmbH

Marlon Liewig, Senior Manager Insights & Strategy, Samsung

15.20 IMPULS

Diversity – Ja, aber wie?

Schlüsselansätze für diversity-sensible Marktforschung, Tools für mehr Inklusion in der Forschung, Tipps für die Erhebung sensibler Merkmale, und Anregungen für Diversity-freundliches HR Management – Damit beschäftigt sich eine Community von agenturseitigen und betrieblichen Marktforscher*innen – und bringt konkrete Impulse aus den ersten beiden Community Workshops mit zur Insights 2023.

Christoph Welter, Managing Director,
Point Blank Research & Consultancy GmbH

Christine Möller, Head of Customer Insights
(Central & Southern Europe), eBay

16.00 ENDE DER PLANUNG&ANALYSE INSIGHTS 2023

KONTAKT



Teilnehmermanagement & Organisation:

Sören Poelmann

+49 69 7595-3029

Soeren.Poelmann@dfvcg.de



Sabrina Teichmann

+49 69 7595-3019

Sabrina.Teichmann@dfvcg.de



Robert Saran

+49 69 7595-3047

Robert.Saran@dfvcg.de

Sponsoring & Aussteller:



Programm HORIZONT Werbewirkungsgipfel:

David Pfeiffer

+49 69 7595-3034

David.Pfeiffer@dfvcg.de



Programm planung&analyse Insights:

Diana Goldbeck

+49 69 7595-3031

Diana.Goldbeck@dfvcg.de

Ein Business-Event von:

HORIZONT

planung&analyse

dfv Conference
Group