



FORSCHUNG FÜR EINE WELT IM UMBRUCH

Teilnehmerliste unter
www.insights-kongress.de

Download-Center-Passwort:
INS_25

BUSINESS-EVENTS VON

 #planunganalyseInsights

planung&analyse **dfv** Conference
Group

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025



MODERATION



Sabine Hedewig-Mohr
freie Journalistin



Bettina Sonnenschein
Redaktionsleitung
planung&analyse

FORSCHUNG FÜR EINE WELT IM UMBRUCH

10.00 ERÖFFNUNG UND BEGRÜSSUNG DER MODERATION

10.15 TALK

**How to change our behaviors,
and the behaviors of others, for good**

Dan Ariely, Professor of Psychology & Behavioral Economics,
Duke University and bestselling author
with **Sabine Hedewig-Mohr** and **Bettina Sonnenschein**, Redaktionsleitung,
planung&analyse

GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN: KI

10.45 BEST PRACTICES

Prickelnde Insights mit Quantified Qual

Wie das Insights Team von Vöslauer Strategien
für den Kampf um Marktanteile ableitet

Andreas Knappstein, Managing Director DACH, Bilendi und ESOMAR
Repräsentant

Andrea Scheiblehner, Insights- und Innovationsmanagerin,
Vöslauer Mineralwasser

11.05 SESSION

VOICEBOTS als digitale Interviewer – So machen wir aus dem
lahmen CATI Gaul wieder ein schnelles Rennpferd!

Robert Sobotka, Geschäftsführung, Telemark Marketing

11.25 SESSION ODER BEST PRACTICES (MIT KUNDE)

Vom Spieler zum Spielleiter

Wie der Sandbox Ansatz helfen kann GenAI und Predictive AI
souverän und erfolgreich anzuwenden.

Michael Schießl, CEO, eye square

11.45 IMPULS

Garbage in, garbage out?

Datenqualität in Umfragen erkennen, bewerten und verbessern –
Einblicke aus Wissenschaft und Praxis

Dr. Jessica Daikeler, Teamleiterin „Assessing Survey Data Quality“,
GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

12.15 MITTAGS- UND KOMMUNIKATIONSPAUSE

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025



POWER HOUSE – WIE WIR FORSCHEN

13.30 BEST PRACTICES

Wie ticken Menschen wirklich?

Inklusion von Zielgruppen, die mit Online-Panels schwieriger zu erreichen sind.

Andrea Wielpütz, Senior Manager Customer Insights & Analytics, congstar

Stefan Beuke, Senior Projektmanager, Telekom

Julia Haug, Senior Research Manager,
GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung

14.00 SESSION

Echte Käufe, echte Antworten

Wie verifizierte Einkaufende die Marktforschung revolutionieren

Fabian Gruß, Go-To-Market Deutschland, Numerator

14.20 BEST CASE

Research Reloaded – Wie KI die Marktforschung schneller und smarter macht

Praxisorientierte Use Cases aus Perspektive der betrieblichen Marktforschungsabteilung

Karin Hagemann, Leiterin Abteilung Research & Insights,
S-Communication Services

14.50 KAFFEE- UND KOMMUNIKATIONSPAUSE

POWER HOUSE – WIE WIR FORSCHEN

15.40 BEST PRACTICES

Face the Queen of Hearts!

Wie Marken mit Micro-Insights auf

Social Media für die GenZ relevant werden

Manuel Helpenstein, Head of Market Research, HARIBO

Patricia Johannes, Head of Psychological Research,
september Strategie & Forschung

16.00 TALK

Resilienz für die betriebliche Marktforschung

Wie Wirksamkeit und Konstanz auch

in Zeiten knapper Budgets gewährleistet werden kann

Thomas Kopf, Global Consumer Insights & Market Research Manager,
Global Brands OTC, MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft

Sarah Goto, Senior Consultant, MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft

16.20 KEYNOTE

Daten als Schlüsselressource in der digitalen Gesellschaft

Wie wir in Zukunft mit Daten sinnvoll und souverän umgehen sollten

Prof. Ulrich Kelber, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg,
ehemal. Bundesdatenschutzbeauftragter

16.50 KOMMUNIKATIONSPAUSE

1. TAG • MITTWOCH • 3. SEPTEMBER 2025



Award Gewinner 2024



17.45 PREISVERLEIHUNGEN

HORIZONT THE REAL IMPACT 2025

Laudator **Dirk Engel**, unabhängiger Markt- und Medienforscher und

planung&analyse Newcomer in der Marktforschung

Laudator **Prof. Dr. Holger Lütters**, International Marketing, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

18.45 NETWORKING-NIGHT

Zusammen mit HORIZONT und planung&analyse laden wir Teilnehmende, Vortragende und Partner zu einem gemeinsamen Get-together ein. Tauschen Sie sich aus und genießen Sie den Abend mit Branchen-Expert:innen bei guten Drinks und leckerem Essen.

2. TAG • DONNERSTAG • 4. SEPTEMBER 2025



MODERATION



Sabine Hedewig-Mohr
freie Journalistin



Bettina Sonnenschein
Redaktionsleitung
planung&analyse

FORSCHUNG FÜR EINE WELT IM UMBRUCH

9.15 ERÖFFNUNG UND BEGRÜSSUNG DER MODERATION

9.30 PREISVERLEIHUNG

planung&analyse Sonderpreis in der Marktforschung

Laudator **Dr. Otto Hellwig**, Vorsitzender der DGOF und
Repräsentant von Lakmoos AI

POWER HOUSE - WIE WIR FORSCHEN

10.00 TALK

Positionierung des Unternehmens durch Marktforschung

Bettina Chamier, Group Management Market Intelligence, Hassia
Manuel Helpenstein, Head of Market Research, HARIBO
Dr. Susanne Wehde, Head Consumer Centricity & Insights, tesa

10.30 SESSION

Vom Werbekontakt zum Kassenbon:

Wie Smart-Shopping-Plattformen echte Kaufimpulse auslösen.

Marcus Jurman, Chief Research Officer, marktguru DE/AT

10.50 DISKUSSION

Die Verantwortung der Marktforschung in einer Welt im Umbruch

Dr. Benjamin Ballensiefen, Chief Executive Kantar Germany,
Central and Eastern Europe

Steffen Bott, Geschäftsleitung, Service Lines Market Strategy &
Understanding und Innovation, Ipsos Deutschland

Matthias Gross, CEO DACH, YouGov

11.20 KAFFEE- UND KOMMUNIKATIONSPAUSE

2. TAG • DONNERSTAG • 4. SEPTEMBER 2025



DER NACHWUCHS BRINGT PS AUF DIE STRASSE

12.00 DER AWARD-GEWINNER-TALK

Der planung&analyse Newcomer in der Marktforschung 2025 im Gespräch mit dem Juror Prof. Dr. Holger Lütters, International Marketing, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

12.15 STARTUP-PITCH

5 junge Gründer präsentieren 4 Geschäftsmodelle/Konzepte
Mit dabei sind:

Erik Kaiser, Co-Founder, CEO, Managing Director, summetix

Ari Julius Hanke, Co-Founder und CEO, Imeon, und **Nils Schneider**, Co-Founder und COO, Imeon

Dr. Bassam Mokbel, ML & AI Expert, Ohja.ai

Henrik Thielmann, Founder & CEO, Telius

13.15 MITTAGS- UND KOMMUNIKATIONSPAUSE

MEINUNG

14.30 SESSION

Alter ist nur eine Zahl.

Neue Perspektiven auf ältere Zielgruppen jenseits des biologischen Alters.

Sven Arn, Senior Client Director, Human8

URGESTEINE DER MARKTFORSCHUNG

14.50 TALK

Der Professor, der die Online-Forschung erfand

Gespräch mit Bernad Batinic, wie er die Online-Forschung geprägt hat und dabei immer Hochschullehrer blieb.

Prof. Bernad Batinic, Universität Linz/Austria, Mit-Gründer von Globalpark / Tivian, respondi

15.10 TALK

Vom Pfadfinder zur Managerin

Gespräch mit Tara Maria Bosenick – Pionierin der UX-Forschung, Fan von positiver Employer Experience und moderner Unternehmensführung, Nutzerin von KI und Mafo als Risikomanagement

Tara Maria Bosenick, Geschäftsführerin von SirConsa GmbH und Managing Director, uintent GmbH ehemals SirValUse, nurago,

15.30 ABSCHLUSS DER PLANUNG&ANALYSE INSIGHTS 2025

KONTAKT



Teilnehmermanagement & Organisation

Charlotte Broll

+49 69 7595-3026

Charlotte.Broll@dfvcg.de



Sabrina Teichmann

+49 69 7595-3019

Sabrina.Teichmann@dfvcg.de



Sponsoring & Aussteller

Robert Saran

+49 69 7595-3047

Robert.Saran@dfvcg.de



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

HORIZONT
WERBE
WIRKUNGS
G!PFEL
2025



EIN BUSINESS-EVENT VON

HORIZONT

planung&analyse

dfv Conference
Group