

# Fachbeirat

Mitgliederversammlung

4 Mai 2006

# Der aktuelle Fachbeirat 2005 - 2009

## Die Mitglieder:

Dr. Florian Bauer	Beate Frees	Dr. Detlef Struck
Axel Baumann	Christiane Heckel	Walter Tacke
Andreas Bruckert	Thomas Helmreich	Thomas Wüstenfeld
Dr. Kai Bruns	Iris Keller	<b>Vorsitzender:</b> Wolfgang Frost
Ellen Didszus	Klaus-Peter Schulze-Holz	<b>Stv. Vorsitzende:</b> Gabriele Lehmann

## „Unser 2. Sturm“:

Heino Haase	Herbert Lechner
Tobias Kauer	Dr. Jörg Maas
Jörg Kohlbacher	Stefan Steinmeyer
	Stefan Ströhle



# Fachgremium „Standesregeln / Qualität / Methoden“

## **Zielsetzung:**

- Kommunikation der Standesregeln in der breiten Marktforschungsöffentlichkeit
- Qualitätssicherung in der Marktforschung
- Sensibilisierung für Qualitätsthemen
- Zusammenarbeit mit dem ADM bei Selbstregulierung (z.B. Richtlinien)

## **Aktuelle Projekte:**

- Richtlinie Pharma
- ISO für Online Panels
- Überarbeitung der Richtlinie für Online-Befragungen
- Richtlinie für Mystery Forschung

## **Aktuelle Projekte ff:**

- Erarbeitung einer Kurzfassung der Richtlinien / Standards
- Tagung der Verbände zum Thema Qualität, Standesregeln, Datenschutz (Federführung: ADM)

## **Kommunikative Umsetzung - in Diskussion:**

- Vorstellung der Kurzfassung der Richtlinien auf Kongress/in den Regionalgruppen/auf Fachtagung mit Stand, z.B. mit Quiz „Welche Richtlinie gibt es, welche nicht“ o.ä.
- Marktforschungsbuch für Mafo Anfänger, Basics

# Fachgremium „Mitglieder“

---

## **Zielsetzung:**

Pflege und Ausbau der Mitgliederbasis.

Schärfung des Leistungsprofils aus Mitgliedersicht und Bereitstellung relevanter Mitgliederinformationen für den Verband.

## **Aktueller Status:**

Es wurden drei primäre Arbeitsfelder identifiziert:

1. Definition und Priorisierung von Maßnahmen zur Mitgliederakquise
2. Bestandsaufnahme und Konsolidierung Mitgliederinformation
3. Koordination und Durchführung der Mitgliederbefragung

# Fachgremium „Mitglieder“

---

## **Next Steps:**

Zu 1.: Entwicklung, Absprache und Verfeinerung gezielter Akquiseansätze. Hier geht es weniger um eine große als vielmehr um mehrere kleinere Maßnahmen, die sukzessive umgesetzt werden sollen (z.B. Gewinnung von Mitgliedern über Fachtagungen)

Zu 2.: Bestandsaufnahme wird gerade abgeschlossen.

Zu 3.: Ein konkreter Umsetzungsplan ist abgestimmt. Ergebnisse werden vorauss. bis Oktober d.J. vorliegen.

# Fachgremium „Aus- und Weiterbildung“

## Zielsetzung:

- Unterstützung und Verstärkung der Ausbildung von Marktforschern in Form von Seminaren
- Angebot qualifizierter Weiterbildung mit einem breiten Themenspektrum durch Fachtagungen zu aktuellen Themen

## Seminare:

### Optimierung der BVM-Seminare 2007

- Auswertung der bisherigen Seminarbewertung
- Befragung der BVM-Mitglieder: weniger Themensammlung als Marktanalyse zum Produkt „Seminarangebote BVM“. Separate Befragung oder in Kombination mit Mitgliederbefragung
- Seminarangebot auf BVM-Webseite prominenter darstellen
- Anregungen aus Mitglieder-Befragung fortlaufend für die Seminar-Konzeption berücksichtigen – soweit zeitlich möglich bereits schon für 2007
- Umsetzung Seminare 2007

# Fachgremium „Aus- und Weiterbildung“

## Fachtagung:

- Fachtagung „Neuromarketing und Apparative Verfahren“ (Arbeitstitel) im Herbst 2006
  - Zusammenstellung von aktuellen Themen und Referenten
  - Erarbeitung eines detaillierten Veranstaltungskonzepts für die Fachtagung im Herbst
  - Umsetzung: Publikation, Einladung und Durchführung
- Konzeption und Umsetzung von zwei Fachtagungen: Frühjahr und Herbst 2007
- ?:
- Berufsbild Marktforscher (u.a. Informationsbroschüre)

# Fachgremium „Forum Betriebliche Marktforscher“

## Das Fachgremium:

- Ellen Didszus CAG, Düsseldorf
- Gabriele Lehmann Sara Lee H&BC, Köln
- Thomas Wüstenfeld Dt. BP AG, Bochum
- Stephan Steinmeyer Metro AG, Düsseldorf

## Ziel des Projektes:

- Gewinnung, Betreuung und Bindung von betrieblichen Marktforschern für den Verband. Die Interessen und Anforderungen von „Betrieblichen“ sollen im Verband stärker vertreten und eingebunden werden.

## Inhalte:

- Das „Forum Betriebliche Marktforscher“ ist die Plattform zum Erfahrung- und Gesprächsaustausch. Ausschließlich auf die Interessen der Betrieblichen sollen, Seminare, Vorträge und Best Practise Berichte zugeschnitten sein und natürlich auch eine ausreichende Plattform für Networking geboten werden. Die Treffen finden in regelmäßigen Abständen in den Regionalgruppen des BVM statt.

# Fachgremium „Forum Betriebliche Marktforscher“

## **Status seit November 2005:**

- Überprüfung des Pilot-Konzeptes:
  - Stärken-/Schwächenanalyse (Inhalte & Umsetzung)
  - Potenzialanalyse
  - Strategische Positionierung & Ausrichtung
  - Operationale Umsetzung
  - Kommunikation

## **Next Steps 2005/2006:**

- Etablierung des Forums als „Marke“ mit neuem Konzept und neuem Namen
- Umsetzung des neuen einheitlichen Konzepts
- Konzentration auf die regionale Stärke