



Pressekonferenz

zum 41. Kongress der Deutschen Marktforschung

Nürnberg, 4. Mai 2006



BVM: Repräsentant der Marktforscher

Der Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher BVM e.V. repräsentiert die Interessen von rund 1.200 Marktforschern in Instituten, Unternehmen und akademischen Einrichtungen, sowie freiberuflich tätigen Beratern.

Der BVM unterhält ständige Verbindungen zu Hoch- und Fachhochschulen, zu Praktikern in Instituten und Unternehmen und zu anderen Berufsorganisationen in Deutschland, der Schweiz und Österreich sowie zu internationalen Berufsverbänden.

Kernaufgaben des BVM

Die Kernaufgaben des BVM bestehen darin;

- **das Ansehen der Marktforscher und der Marktforschung in privater Wirtschaft und öffentlich rechtlichen Institutionen, Medien und breiter Öffentlichkeit zu pflegen und zu fördern**
- **die „Qualität“ der Kompetenz von Forschern und der Forschung zu erhöhen**
- **die Kommunikation und den Erfahrungsaustausch unter den Marktforschern zu fördern**

Dienstleistungen des BVM

Der BVM bietet seinen Mitgliedern und den in der Branche arbeitenden Fachkräften eine Reihe von Dienstleistungen an.

- **Kongress der Deutschen Marktforschung**
- **Preis der Deutschen Marktforschung**
- **Fachseminare und Fachkonferenzen**
- **Newsletter BVM inbrief**
- **Die Branchenverzeichnisse BVM Handbuch und BVM Net**
- **Online-Rechtsberatung**

Kongress der Deutschen Marktforschung

Der **Kongress der Deutschen Marktforschung** hat sich in den letzten Jahren zu dem „dem“ Branchenevent für Marktforscher aus Unternehmen, Instituten und den Hochschulen entwickelt.

Neben dem Fachprogramm gibt es eine Ausstellung, auf dem Institute und andere zur Branche gehörende Dienstleister ihre Services präsentieren.

Kongress 2006 in Nürnberg in Zahlen

Fachprogramm: 10 hochkarätige Referenten aus Deutschland, der Schweiz und den USA

Spezialveranstaltungen: zum Preis der Deutschen Marktforschung und zur Qualitativen Marktforschung

331 Kongressbesucher (Vorjahr 354 Personen)

369 Anmeldung zur Gala der Deutschen Marktforschung (Vorjahr 450 Personen)

38 ausstellende Unternehmen mit 114 Personen vor Ort (Vorjahr: 30 Unternehmen mit 71 Personen)

17 Sponsoren (Vorjahr 13 Unternehmen)

2. BVM Trend Monitor: durchgeführt von GfK, IFAK, IPSOS, TNS Infratest

Preis der Deutschen Marktforschung

Der Preis wird in vier Kategorien vergeben

- **Studie des Jahres:** Hier werden Studien gesucht, die eine inhaltlich spannende Fragestellung aufweisen, methodisch innovativ sind und eine nachweisbare Relevanz für das Unternehmen und seinen Erfolg aufweisen.
- **Tool des Jahres** wird das Marktforschungstool, welches eine echte Innovation in seinem Forschungszweig darstellt und einen erheblichen Vorteil gegenüber alternativen Ansätzen bringt.
- **Die Forscherpersönlichkeit des Jahres** muss Herausragendes für die gesamte Branche geleistet und erreicht haben.
- **Der BVM/VMÖ Nachwuchsforscher** geht an Jungwissenschaftler, die herausragende Diplomarbeiten, Dissertationen oder Forschungsstudien verfasst haben.

Preis der Deutschen Marktforschung

Die Zahl der Bewerber in diesem Jahr:

- Studie des Jahres 2006: 6
- Tool des Jahres 2006: 12
- Nachwuchsmarktforscher: 28 von 23 Lehrstühlen

Über die Vergabe der Preise in den Kategorien Studie des Jahres, Tool des Jahres und Forscherpersönlichkeit des Jahres sowie in der Kategorie Nachwuchsmarktforscher entscheiden zwei hochkarätige Juries, die sich aus Vertretern der Instituts- und Betrieblichen Marktforschung, aus Lehre und Beratung sowie Agentur und Verlag zusammensetzen.

Seminare und Fachtagungen

Der BVM bietet alljährlich ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm an, das die notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten vermittelt, die nötig sind, um den hohen und Anforderungen der Praxis gerecht zu werden.

- **Das Basisprogramm** der BVM-Seminare richtet sich an Berufseinsteiger, erfahrene Marktforscher sowie an Fachleute aus Marketing und Werbung.
- **Spezialseminare** ergänzen das Basisprogramm mit speziellen Themen, Methoden und Anwendungsbereichen.
- **Fachtagungen** richten sich an erfahrene Marktforschungspraktiker. Es handelt sich um eine kompakte eintägige Weiterbildungsveranstaltungen, die Theorie, Praxis und Workshops miteinander verbinden.

BVM inbrief

Dreimal im Jahr erhalten die Mitglieder mit dem BVM inbrief Informationen

- zur Arbeit und neuen Entwicklungen im Verband,
- zu Kongress, Fachkonferenzen und Seminaren sowie
- zur Arbeit der Organe des BVM, insbesondere der Regionalgruppen und des Fachbeirats.

Beiträge zu Methodenfragen und rechtlichen Themen ergänzen den Inhalt.

BVM Handbuch und BVM-NET

Das jährlich erscheinende **BVM Handbuch Marktforschungsunternehmen** informiert umfassend über Leistungsangebote von Instituten, Feldorganisationen, Studios, Beratern und sonstigen Dienstleistern in der Marktforschung.

Die elektronische Schwester des Handbuchs ist **BVM-NET**.

Über www.bvmnet.org hat man jederzeit und einfach die Möglichkeit, nach Marktforschungsinstituten und für die Branche relevanten Anbietern im deutschsprachigen Raum zu recherchieren.

Online-Rechtsberatung

Auf der Website des BVM www.bvm.org stellt die auf Marktforschungsfragen spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei von Professor Schweizer, München, rechtliche Informationen zur Verfügung. Neben aktuellen News aus der Rechtsberatung gibt es die Möglichkeit der Urteilssuche und der Online-Rechtsberatung. Weiter steht rechtliches Material (Gesetzestexte, Musterverträge und andere Musterschreiben) bereit.

Auf der Agenda

- **Ausbau des Dialogs zwischen Unternehmen und Marktforschungsinstituten**
- **Lobbying: Kommunikation und Erfahrungsaustausch mit anderen nationalen wie internationalen Verbänden**
- **Verstärkung der Informationsaktivitäten zu Entwicklungen in der Marktforschungsbranche**
- **Aufdeckung und Verfolgung von Missbräuchen, die den Namen Marktforschung zu Unrecht nutzen**
- **Aktionen, um die Bereitschaft von Personen und Haushalten, an Befragungen teilzunehmen, zu erhöhen**

Der Vorstand:

Wolfgang Dittrich (Vorsitzender)
Hubert Burda Media

Joerg Ermert
T-Mobile Deutschland GmbH

Dr. Frank Knapp (stellvertretender Vorsitzender)
Psyma Online GmbH

Sabine Menzel
L'OREAL HuP GmbH & Co.KG

Dr. Ulrike Schöneberg
GfK Gruppe

Martina Winicker
IFAK Institut



Und so erreichen Sie den BVM:

**BVM-Bundesgeschäftsstelle
Breite Straße 24
D-13187 Berlin**

Telefon: +49/(0)30/49 90 74 20

Telefax: +49/(0)30/49 90 74 21

E-Mail: info@bvm.org

Internet: www.bvm.org

Stand: Mai 2006

BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. – Berlin