



43. Kongress der Deutschen Marktforschung  
4. - 6. Juni 2008 in Hamburg

## Pressemeldung

### **Markt- und Medienforscher zu Gast in der Medienmetropole Hamburg** 43. Kongress der Deutschen Marktforschung zu aktuellen Fragen der Medien und Werbewirkungsforschung

**Hamburg 4. Juni 2008 – Zwei Tage lang wird die Medienmetropole Hamburg zum Mekka der Markt- und Medienforschung in Deutschland. Auf dem 43. Kongress der Deutschen Marktforschung, der am 5. und 6. Juni unter dem Titel *Konvergenz, Kommunikation und Kommunikation – Medien und Werbung in der „Attention Society“* im Congress Center Hamburg stattfindet, geht es um neueste Erkenntnisse und Instrumente der Medien- und Werbewirkungsforschung.**

Rund 500 Fachleute aus Forschung, Medien, Werbung und Industrie aus dem deutschsprachigen Raum kommen zusammen, um sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. „Medien und Werbung sind heutzutage omnipräsent – sie sind Treiber für gesellschaftlichen Wandel und wirtschaftliche Dynamik. In den nächsten beiden Tagen wollen wir über die Rolle der Marktforschung sprechen, die sie im Spannungsfeld von Medien, Werbung, Marken und den Konsumenten hat, erläutert Wolfgang Dittrich, BVM-Vorsitzender in seiner Eröffnungsansprache.

#### **HOCHRANGIGE EXPERTEN UND PROGRAMMVIELFALT**

Die Besucher erwartet ein vielfältiges Programm und prominente Referenten aus den Medien, Werbe- und Mediagenturen sowie der Forschung. Mit dabei sind beispielsweise der zu den führenden Neuropsychologen weltweit zählende Professor *Shinsuke Shimojo* vom Californian Institute of Technology, der neueste Erkenntnisse zum menschlichen Entscheidungsverhalten vorträgt, oder der Kommunikationswissenschaftler *Professor Dr. Vorderer* von der Freien Universität Amsterdam, der sich mit dem Thema Unterhaltung im Web 2.0 und anderen mobilen Kommunikationsmitteln auseinandersetzt. Auf die Inhaltsanalyse von Weblogs hat sich der Soziologe Dr. Benedikt Köhler, Universität der Bundeswehr München, spezialisiert. Der an der Universität Dortmund lehrende und forschende Soziologe *Professor Dr. Ronald Hitzler beschäftigt sich mit Jugendszenen* und der schweizerische Zukunfts-Philosoph *Dr. Andreas Giger mit dem Thema Werbung, Web und Wertewandel.*

#### **GALA UND PREIS DER DEUTSCHEN MARKTFORSCHUNG: GLANZ UND GROOVE**

Am Abend des 5. Juni steigt im Curio-Haus die Gala der Deutschen Marktforschung mit der feierlichen Auszeichnung der Besten im Wettbewerb um den Preis der Deutschen Marktforschung und der anschließenden Galaparty. Folgende Beiträge sind für den Preis der Deutschen Marktforschung 2008 nominiert (jeweils in alphabetischer Reihenfolge der Bewerber):

#### **für die Beste Studie 2008**

- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.: ma 2007 Plakat
- Unabhängiges Meinungsforschungsinstitut INFO GmbH: Marktforschungsstudie für das ‚Apple iPhone‘ in Deutschland im Auftrag von T-Mobile
- Vocatus AG: Smarter Pricing mit GRIPS

### **für den Innovationspreis 2008**

- GfK-Nürnberg e.V.: HILCA - Analyse komplexer Kaufentscheidungen mit innovativer Softwareunterstützung
- Institut für Marktforschung GmbH: Ariadne© im Zoo - Laufwegeermittlung mit GPS
- IWD Marktforschung: Marktforschungstool zur Echtzeitmessung von Einschaltquoten im Radiomarkt

### **SPEZIALVERANSTALTUNGEN AUF DEM KONGRESS**

Darüber hinaus ergänzen eine Reihe weiterer Veranstaltungen das Kongressprogramm und bieten sowohl Ausstellungs- wie Kongressbesuchern zusätzlich Möglichkeiten, sich mit speziellen Branchenthemen zu beschäftigen. Im Einzelnen sind dies:

#### ***Expertise: Aussteller präsentieren sich***

Neu in diesem Jahr ist die Spezialveranstaltung Expertise in der Fachausstellung. An beiden Kongresstagen stellen Aussteller ihre Services vor und nehmen dabei auch häufig Bezug auf das Thema des Kongressprogramms. Der Zutritt zu Ausstellung und Expertise ist frei.

#### ***FAMS: Qualifizierter Nachwuchs***

Daneben gibt es am Freitagvormittag eine Veranstaltung, die über die neu geschaffene Ausbildung Fachangestellter Markt- und Meinungsforschung(FAMS) informiert. Auszubildende im zweiten Lehrjahr, Repräsentanten von Ausbildungsbetrieben, in der Berufsschulen tätige Lehrer sowie eine Repräsentantin der Handelskammer Hamburg diskutieren über ihre Erfahrungen im „Jahr Eins“ der Einführung der FAMS-Ausbildung.

#### ***Excellence: Präsentation der Besten im Jahr 2008***

Am Tag nach der Galaveranstaltung präsentieren Nominierte und frisch gekürte Preisträger für den Preis der Deutschen Marktforschung in den Kategorien „Beste Studie“ und „Innovationspreis“ sowie der Sieger im Wettbewerb um den BVM/VMÖ Nachwuchsforscherpreis ihre Arbeiten.

#### **Weitere Informationen zum Kongress:**

Dr. Ulrike Schöneberg, Tel. 0171 864 3250, schoeneberg@bvm.org

#### **Zum BVM**

Der 1955 gegründete BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. vertritt die Interessen seiner rund 1.400 Mitglieder. Dazu gehören die in privatwirtschaftlich und öffentlich organisierten Unternehmen, in Marktforschungsunternehmen und in der akademischen Forschung beschäftigte Marktforscher, selbständige Berater, Feldinstitute und andere Dienstleister in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Kernaufgaben des BVM sind das Ansehen der Marktforscher und der Marktforschung sowie die Qualität von Forschern und der Forschung zu erhöhen und die Zukunftschancen der Branche und der in ihr arbeitenden Forscher zu stärken und weiter zu entwickeln.

BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.

Ellen Didszus

Geschäftsführerin

Breite Straße 24 \* 13187 Berlin

Tel.: (030) 49 90 74 20 (Zentrale), Fax: (030) 49 90 74 21

E-Mail: info@bvm.org - Internet: www.bvm.org

#### **BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. - Bundesgeschäftsstelle**

Breite Str. 24 , 13187 Berlin, Telefon +49-30-499074-20, Telefax +49-30-499074-21, info@bvm.org

**Vorstand:** Wolfgang Dittrich, Dr. Frank Knapp, Joerg Ermert, Sabine Menzel, Dr. Ulrike Schöneberg, Martina Winicker

**Umsatzsteuer-ID** gemäß § 27a UStG: DE152730677, **Registernr.:** VR 23878 Nz Amtsgericht Charlottenburg