



CALL FOR PAPERS

Jetzt bewerben!



**Kreativität und neue Kompetenzen als kritische
Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Marktforschung –
Mit Next-Level-Skills die Branche von morgen prägen**

**Kongress der Deutschen Marktforschung
20. Mai 2026 in Berlin**

Deadline 09.01.2026

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

CALL FOR PAPERS

Kreativität und neue Kompetenzen als kritische Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Marktforschung – Mit Next-Level-Skills die Branche von morgen prägen

Kongress der Deutschen Marktforschung

20. Mai 2026 in Berlin

Die Marktforschung erlebt einen tiefgreifenden Wandel, der alle Akteure betrifft – von Instituten über betriebliche Forschungsteams bis hin zu Probanden und Zielgruppen. Gefordert sind daher neue Kompetenzen und Kreativität der Forschenden. Der Kongress der Deutschen Marktforschung widmet sich diesem Umbruch mit Fokus auf Chancen, Herausforderungen und neue Kompetenzen in Zeiten von KI und Automatisierung.

Wie verändert sich die Arbeit in der Marktforschung?

Entwickeln sich Marktforschende von morgen zu Alleskönnern, die in Technik, Datenanalyse und strategischer Beratung gleichermaßen versiert sind? Fest steht: KI und Automatisierung übernehmen zunehmend Routineanalysen, Datenaufbereitung und Transkriptionen, wodurch traditionelle Rollenbilder aufbrechen. Auch qualitative Forschung wird durch KI leistungsfähiger und skalierbar. Marktforschende müssen künftig technische, analytische und kuratorische Fähigkeiten verbinden. Und sie müssen mehr denn je die Qualität der Daten vom Fragebogen bis zur Auswertung im Blick haben. Denn eines zeigt sich schon heute: Mit KI werden Fakes und schlechte Befragungsdaten (noch) nicht weniger.

Wie verändern sich Projekte und Zusammenarbeit?

KI transformiert auch Geschäftsmodelle und Pricing: Automatisierte und skalierbare Leistungen senken Stückkosten, aber führen zu einem Wettbewerb um günstige Preise. Institute müssen neuen Mehrwert schaffen, um relevant und begehrt zu bleiben. Die Kundenbeziehungen werden datengetriebener und komplexer. Mittelständische Unternehmen auf der anderen Seite erhalten dank KI einfacheren Zugang zu Marktforschungsmöglichkeiten und können mit „Kollege KI“ mehr Aufgaben bewältigen. Inhouse-Marktforschung könnte damit an Bedeutung gewinnen. Interne Teams positionieren sich mit Spezialisierungen neu, wobei

Analytics-Abteilungen gegenüber klassischen Research-Teams an Einfluss gewinnen. Aber auch die Projektplanung zwischen Instituten und Betrieblichen wird anspruchsvoller: Was kann man von KI-Projekten erwarten? Dynamische Timelines mit Iterationen und Experimenten sind die neue Realität. Outcomes und Zielkriterien müssen früh antizipiert werden. Zudem steigen Prüfaufwände für Datenqualität, Datenschutz und Modellvalidierung. Projekte müssen noch kollaborativer und lernorientierter werden: Auftraggeber bringen Trainingsdaten ein, Institute entwickeln Modelle – beide profitieren vom Wissenstransfer.

Wie verändern sich Probanden und Zielgruppen?

Und schließlich: Die Befragten verändern ihr Antwortverhalten im Zeitalter von KI. Zu merken ist dies deutlich bei der Beantwortung der offenen Nennungen. Daten entstehen aber zunehmend auch in Echtzeit aus diversen Quellen wie Social Media oder Verhaltens-tracking. Und wird das „Segment of One“ durch KI nun Realität, bei der jede Kundin/jeder Kunde eine individuelle Behandlung basierend auf seinem einzigartigen Profil, Verhalten und Präferenzen erhält?

Fest steht: Es verändert nicht nur die Branche, sondern auch die handelnden Personen auf allen Ebenen von Befragenden bis hin zu Befragten.

Alle Perspektiven beim BVM

Zu Wort kommen Institute, Betriebliche, CEOs, Forschende und Wissenschaftler. Die Studie mit der größten Innovationsleistung erhält den Innovationspreis 2026, und die Nachwuchsforscher/innen 2026 werden gekürt.

CALL FOR PAPERS



Kreativität und neue Kompetenzen als kritische Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Marktforschung – Mit Next-Level-Skills die Branche von morgen prägen

Kongress der Deutschen Marktforschung
20. Mai 2026 in Berlin

Und Sie können dabei sein!

Aktion „Share your Vision“: Wie sieht die Marktforschung der Zukunft aus? 5-Minuten-Kurzvorträge auf dem Kongress der Deutschen Marktforschung

Statt PechaKucha-Vorträgen wie in den vergangenen Jahren sind diesmal Vorträge von fünf Minuten gefragt. Teilen Sie Ihre Vision und bewerben Sie sich mit einem Kurzvortrag: Wie wird die zukünftige Marktforschung aussehen?

Leitfragen für den Kurzvortrag können dabei sein:

- **All in one oder was?** Wie verändert sich die Jobdescription in der Marktforschung?
- **Das neue Selbstverständnis:** Wie schaffen Marktforscherinnen und Marktforscher Mehrwert?
- **Low Budget versus High Performance:** Wie verändern sich zukünftig die Geschäftsmodelle der Institute?
- **DIY 4.0:** Was leistet betriebliche Marktforschung mit KI?
- **Test and Learn:** Neue Formen der Zusammenarbeit – Betriebliche und Institute im KI-Testlabor
- **„Deformierte“ Probanden:** Wie verändert KI-Nutzung die Zielgruppen?
- **Segment of one:** Erlaubt KI die individuelle Behandlung von Zielgruppen aufgrund von Profil, Verhalten und Präferenzen?

➔ **Bewerben Sie sich bis zum 09.01.2026 mit Ihrem Beitrag als Referentin/Referent für das Branchenhilighlight am 20. Mai 2026 in Berlin!**

GESTALTEN SIE DEN KONGRESS MIT UND BEWERBEN SIE SICH MIT EINEM VORTRAG:

- **Abstract** mit einer Beschreibung der geplanten Inhalte des PechaKucha-Vortrags (ca. 4.000 Zeichen, 1 DIN A4-Seite)
- **Vita** des/der Referierenden (500 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- und **Portraitfoto/s** (hochauflösend, 300 dpi)

Bewerbungen per E-Mail an cfp_kongress@bvm.org.
Für die Einreichung Ihres Beitrags gilt das Datum der E-Mail.

Ausführliche Informationen zur Bewerbung und zu den Teilnahmebedingungen:

bvm.org/kongress

Deadline

09.01.2026

Kreativität und neue Kompetenzen als kritische Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Marktforschung – Mit Next-Level-Skills die Branche von morgen prägen

Kongress der Deutschen Marktforschung
20. Mai 2026 in Berlin

DER KONGRESSABLAUF AUF EINEN BLICK

Dienstag, 19. Mai

ab 19:30 Uhr

Abendveranstaltung & Networking

Mittwoch, 20. Mai

9:30 – ca. 17:30 Uhr

Fachprogramm

KONGRESSLOCATION

Hotel Aquino Tagungszentrum

Katholische Akademie

Hannoversche Str. 5b

10115 Berlin-Mitte

VERANSTALTER

BVM Berufsverband Deutscher

Markt- und Sozialforscher e.V.

Friedrichstr. 187 | 10117 Berlin

PROGRAMMKOMITEE

Leitung

Christian Thunig

Mitglied des BVM-Vorstands

WEITERE INFORMATIONEN

bvm.org

