



Berufsverband  
Deutscher Markt- und  
Sozialforscher e.V.



# Jahrbuch der Marktforschung 2024 & marktforschungsanbieter.de

MEDIADATEN PRINT UND ONLINE

# INHALT

- S. 3 Jahrbuch der Marktforschung & marktforschungsanbieter.de
- S. 4 Die nachhaltige Gesellschaft – erfolgreiche Transformation durch Marktforschung
- S. 5 Jahrbuch der Marktforschung: Der Magazinteil – das redaktionelle Umfeld für Ihre Mediabuchung
- S. 9 Jahrbuch der Marktforschung: Anbieterprofile
- S. 10 marktforschungsanbieter.de: Anbieterprofile
- S. 11 Online-Präsenz auf beiden Portalen des BVM
- S. 12 Online und Print: Leistungen und Preise
- S. 13 Werben beim BVM – Ihre Vorteile
- S. 14 Reichweiten
- S. 15 Termine / Auflagen / Formate
- S. 16 Der BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- S. 17 Herausgeber / Chefredaktion / Kontakt

## Hier suchen und finden Ihre Kunden!

Das Jahrbuch der Marktforschung und das BVM-Dienstleisterportal [marktforschungsanbieter.de](https://www.marktforschungsanbieter.de) bieten Forschungsinstituten, Feld-Dienstleistern, Beratern, Software- und IT-Unternehmen sowie sonstigen Anbietern von Marktforschungsleistungen eine neutrale Plattform, auf der sie ihre Leistungen umfassend präsentieren können.

Die Printpublikation **Jahrbuch der Marktforschung** erscheint einmal jährlich als Magazin mit aktuellen, journalistisch recherchierten Themen und dem umfangreichen Anbieterverzeichnis.

Erscheinungstermin ist der 5. Juni 2024 – zum Kongress der Deutschen Marktforschung.

Wer in der Marktforschungsbranche Relevanz hat bzw. haben möchte, muss hier mit dabei sein!

**Seien Sie mit dabei:**  
Im Jahrbuch der Marktforschung 2024 und online.

**Jahrbuch der Marktforschung BVM 2024**

Die nachhaltige Gesellschaft:  
**ERFOLGREICHE TRANSFORMATION DURCH MARKTFORSCHUNG**

INTERVIEW: Marktzugang von Tesla in die Marktforschung  
BRÄNCHEN-TREND: Die Digitalisierung der Marktforschung  
GENERATIVE AI: Wie die Generative KI die Marktforschung 2024

- Magazinteil mit aktuellen Themen, Interviews, Köpfen der Marktforschung
- Kongressteil mit allen Speakers und Themen zum großen BVM-Event
- Viele Präsentationsmöglichkeiten
- Attraktive Bundles aus Eintrag, Anzeigen und Kongress-Sponsoring
- Mitgliedervorteile

HIER KÖNNEN SIE RICHTIG SPAREN!

**10% FRÜHBUCHER-RABATT BIS 31.12.2023**

JETZT EINTRAG BUCHEN:  
[marktforschungsanbieter.de](https://www.marktforschungsanbieter.de)  
Buchungsschluss: 31.01.2024

# DIE NACHHALTIGE GESELLSCHAFT – ERFOLGREICHE TRANSFORMATION DURCH MARKTFORSCHUNG

## Markt- und Sozialforschung ist bei der Transformation im wahrsten Sinne des Wortes am Puls der Zeit – Zeigen Sie, dass Ihr Institut mit dabei ist!

In diesen Zeiten ist das Messen von Veränderungen unerlässlich, denn die Transformation zu einer nachhaltigen Gesellschaft wird einfach alles verändern: Mindsets, Verhaltensweisen, Konsum.

Damit geht es um nichts weniger als um die **Neuvermessung der Welt**: Bauchgefühl, Erfahrung, bisherige Benchmarks – alles ist Makulatur und muss auf den Prüfstand.

Wer anderes könnte am Prüfstand stehen als die Markt- und Sozialforscher/innen. Damit sind sie im Auge des Taifuns der Transformation. Der Disziplin kommt in den nächsten Jahren eine **zentrale Rolle** zu.

Markt- und Sozialforschung kann also helfen, um

- die Bedürfnisse der Gesellschaft und der Verbraucher zu verstehen und Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die nachhaltig sind,
- neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, die auf Nachhaltigkeit basieren,
- ihre Kommunikation und Marketingaktivitäten zu verbessern, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf Nachhaltigkeit zu lenken.

# JAHRBUCH DER MARKTFORSCHUNG: DER MAGAZINTEIL – DAS REDAKTIONELLE UMFELD FÜR IHRE MEDIABUCHUNG

## Aufmacher des Jahrbuchs der Marktforschung

Auch 2024 wird es ein **großes Interview** mit einer Persönlichkeit geben, die den öffentlichen Diskurs rund um die Nachhaltigkeit wesentlich mitbestimmt. Hier ist Prof. Dr. Maja Göpel in der Planung.

Weiter richtet sich der Blick auf die Disziplin selbst: Wer sind wichtige Köpfe der Marktforschung in Deutschland, die zum Thema Nachhaltigkeit in Erscheinung getreten sind?

Kurzum: Das Leitthema zum **BVM-Kongress 2024 – Die nachhaltige Gesellschaft: Erfolgreiche Transformation durch Marktforschung** wird eine wesentliche Rolle in der diesjährigen Ausgabe spielen.

Weitere Themen siehe auf den Folgeseiten!



Bildnachweis ©Anja Weber

Welchen Beitrag leistet  
Marktforschung zum  
Thema Nachhaltigkeit,  
Frau Göpel?

# JAHRBUCH DER MARKTFORSCHUNG: DER MAGAZINTEIL – DAS REDAKTIONELLE UMFELD FÜR IHRE MEDIABUCHUNG

## Weitere Themen im Magazinteil:

- **Nachhaltigkeit über alles:** Transformiert sich die Gesellschaft wirklich oder befinden sich wenige (privilegierte) gesellschaftliche Gruppen in einer Parallelwelt?
- **Forschungsstand:** Was können Institute tun, um Nachhaltigkeit sauber zu beforschen? Was können wir über Verhalten und Kaufbereitschaft heute schon wissen?
- **Institute und Nachhaltigkeit:** Was setzen Institute bereits im eigenen Betrieb um, damit sie u. a. auch Auftraggebern Nachhaltigkeit signalisieren können?
- **Künstliche Intelligenz:** Von der ethisch-nachhaltigen Dimension zur praktischen Umsetzung und von Generativer KI bis Prozessoptimierung.

Auszug aus Ausgabe 2023

# JAHRBUCH DER MARKTFORSCHUNG: DER MAGAZINTEIL – DAS REDAKTIONELLE UMFELD FÜR IHRE MEDIABUCHUNG

## Branchenentwicklung

### Zahlen zum Marktforschungsmarkt – die BVM-Studie für 2024

- **Erhebung:** Welche Methoden dominieren, welche werden sich zukünftig entwickeln?
- **Stimmungsbarometer:** Wie beurteilen die Institute die aktuelle Lage der Marktforschung?
- **ESG:** Wie weit fortgeschritten sind die Institute des eigenen Betriebs?

Präsentieren Sie sich in diesem Umfeld als innovatives Institut mit einem Advertorial oder einer Anzeige!

**BRANCHEN ENTWICKLUNG**

### Forschen im Autopilot

Automatisierte Prozesse können die Forschung schneller und effizienter machen. Vor allem Anbieter von DIY-Anwendungen erfreuen sich wachsender Nachfrage. Aber alles kann man nicht der Software und den Algorithmen überlassen.

Von Klaus Janke



Die Umfrage schon in 90 Sekunden starten – das verspricht die Automation-Tool Core des Hemel Research. Nutzer können aus 17 Fragekategorien von Marktebenen bis Client-Toni wählen, die Zielgruppe festlegen und eine Befragung im Free- von Spendee-Research mit bis zu 1.000 Teilnehmern durchführen. Schon nach 24 Stunden sind die Ergebnisse da, visualisiert auf einem Auswertungs-Dashboard. Auf der Kundenliste stehen Markennamen wie Allianz, Wrigley, Runners Point, Sticks und Innocent.

Tempo und Vereinfachung – dieser Trend gibt Splendid Research Rückenwind. Mit der Digitalisierung hat auch die Marktforschung Möglichkeiten entdeckt, ihre Prozesse zu beschleunigen und zu standardisieren. Wiederholte Umfragen lassen sich so schneller aufbereiten. Für gleichzeitige Projekte muss nicht jedes Mal wieder ein neues Studiendesign aufgesetzt werden. Zudem ist es heute ohne Weiteres möglich, in kürzester Zeit Zugang zu Online-Panels zu bekommen und dort Probanden zu befragen. Damit haben die Marktforscher mehr Kapazitäten für Analyse und Beratung.

10 Jahrbuch der Marktforschung 2022

**BRANCHEN ENTWICKLUNG**

### Quantilope soll das Betriebssystem der Marktforschung werden.

„

„

Die Automatisierung hat der Marktforschung geholfen, in die Zeit zwischen der Durchführung einer Umfrage und dem Erhalt von wertvollen Verkaufserlösen drückt. Dies ist zu verkraften“, schreibt Victoria Kazovsky, Head of Product Management bei der DIY-Marktforschungsgesellschaft Kantar Marketplace, in einem Blog-Beitrag. „Mit automatisierter Marktforschung können Ergebnisse der früher Wochen dauerten, jetzt in nur wenigen Stunden fertiggestellt werden.“ Die verbesserte Wiederholbarkeit von Umfragen habe den Marktforschungsprozess gestärkt: „So können Marken beispielsweise Feedback zu Innovationsideen einholen oder ihre Creative schneller testen, indem sie ein paar Parameter in einer einfach zu bedienenden Online-Vorlage eingeben, anstatt die Umfrage jedes Mal neu zu erstellen“, so Kazovsky.

Viele Branchenvertreter gehen daher davon aus, dass sich der Trend fortsetzen wird. „Wir müssen weiter automatisieren, so es möglich und sinnvoll ist“, sagt Martin Hellich, Chief Client Officer bei Ipsos Germany. „Nach mir werden zu viele Arbeitsschritte manuell vorgenommen, was viel Zeit kostet.“ In diesem Bereich sehe er noch viel Potenzial, vor allem im Hinblick auf die internationale Entwicklung: „Die Marktforschung in Deutschland breitet zu lange der technologischen Entwicklung anderer Länder und fremder Hersteller.“

Ein weiterer Vorteil weitgehender Automatisierung: Die standardisierten Systeme lassen sich auch von Kunden selbst bedienen. Im neuen Jahrtausend ist eine Vielzahl von Do-it-yourself-Anwendungen (DIY) auf dem Markt gekommen, die Unternehmen direkt und unkompliziert mit Online-Panels verbinden. Sie werden von etablierten internationalen Anbietern und Paneelebetreibern angeboten, aber auch von Neuzugängen wie Survey Monkey, Quantilope, Agnito oder der SAP-Tochter Qualtrics, wenn es um Customer Experience und Mitarbeiterzufriedenheit geht. In Deutschland erfreuen sich die DIY-Anwendungen mittlerweile großer Beliebtheit, wie aus der „Imagostudie Marktforschungsdienstleister 2022“ hervorgeht, für die die Fachpublikation Marktforschung.de im Sommer 2021

327 Personen aus der Branche befragt hat. Ergebnis: In den Marktforschungsteilnehmern nutzen 69 Prozent der Befragten DIY-Lösungen, in dem Institut haben schon 43 Prozent der Befragten entsprechende Software eingesetzt.

Prüf-tests auf dem letzten Drücker Auch Ipsos Germany betreibt mit der Digital Platform ein DIY-System, das direkten Zugang zu ausgewählten Ipsos-Studien eröffnet. Sie bietet Kunden die Möglichkeit, Ad-hoc-Studien selbst aufzusetzen. Von der Beauftragung bis zur Ergebnisbereitstellung ist alles vollautomatisiert möglich. Das führt aber nicht dazu, dass die Kunden auf Hilfestellungen vom Ipsos-Team verzichten. „Unsere DIY-Angebote werden so gut wie nie wirklich in Eigenregie gemacht.“



Aggipio ist ein einziges Beispiel. Aggipio bietet derzeit private Umfragen ab über 50 Endnutzern an (Foto: Aggipio)

erklärt Ipsos-Manager Hellich. „Bei mehr als 76 Prozent dieser Studien unterstützen wir die Kunden im Sinne eines Do-it-together.“ Laut Hellich haben die Kunden sehr häufig zum Beispiel Bestätigungsbefragungen bei der Interpretation von Forschungsergebnissen.

Jahrbuch der Marktforschung 2022 51

Auszug aus Ausgabe 2022





## Premieeintrag

- In Kombination mit einem Jahrbucheintrag oder nur online
- Kontaktdaten mit Verlinkung zu Website und Social Media
- Unternehmens- und Leistungsprofil
- Leistungsschwerpunkte
- Personenportraits mit Text und Bild
- Pressemitteilungen und Terminhinweise
- Bildergalerie und Videos



## Basiseintrag

- Der Basiseintrag ist in Verbindung mit der Buchung eines Eintrags im Jahrbuch inklusive.
- Er enthält lediglich Kontaktdaten.



Hier können Sie auf der Startseite mit einem Sponsored Link zusätzlich präsent sein.



marktforschungsanbieter.de

Das größte Dienstleisterportal der Marktforschungsbranche

# ONLINE-PRÄSENZ AUF BEIDEN PORTALEN DES BVM

## Auf der Startseite von marktforschungsanbieter.de

Sponsored Link: Exklusive Werbefläche als Top-Eintrag mit maximal drei Anzeigen in Rotation. Keine Werbung neben den Einträgen.  
Preis pro Monat: 150 Euro

**BVM marktforschungsanbieter.de**  
Das größte Dienstleisterportal der Marktforschungsbranche

Suchen nach Name, Methode, Leistung...

Sponsored Link

**norstat**  
Norstat Deutschland GmbH  
Norstat Deutschland (mit Norstat Österreich) im aka...  
26 Studios

104 Forschungsinstitute  
31 Feld-Deskriptoren  
11 Branchen  
26 Studios

Finden Sie den richtigen Partner für Ihr Marktforschungsprojekt - Print und Online

- ✓ Online-Suche auf marktforschungsanbieter.de
- ✓ Buchreihe in der Postausgabe Jahrbuch der Marktforschung: dem unabhängigen Nachschlagewerk mit wichtigen Brancheninformationen

Jahrbuch bestellen

Präsenz für Marktforschungsunternehmen: Sichern Sie sich Ihren Eintrag!

- ✓ Hier suchen - und finden - Ihre Kunden
- ✓ Ausführliche Leistungsprofile im Jahrbuch und auf marktforschungsanbieter.de
- ✓ Neutral und unabhängig

jetzt Eintrag buchen  
Informationen für Eintragskunden

## Auf der Startseite von bvm.org

Anzeige von fünf Anbietern von marktforschungsanbieter.de pro Seitenaufruf. Im Preis eines **Premieeintrags inklusive**.

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

Suchbegriff eingeben

Mitglieder-Login

Leistungen Mitgliedschaft Weiterbildung Networking Unsere Regeln Unser Beruf Der BVM Services

Marktforschungsanbieter

Name, Methode, Leistung

Kategorie wählen

✓ BVM-Mitglied

Anbieter finden

Sponsored Link

**Branding Science Germany GmbH**  
Branding Science Group is a global... mehr

Weiterbildungsangebote

- Grundlagen der Marktforschung
- Methoden der Marktforschung
- Data Science und Statistik
- Angewandte Marktforschung
- Management, Consulting, Kommunikation
- Inhouse Seminare

Gemeinsam stark - Mitglied werden und Vorteile nutzen!

Warum sich eine Mitgliedschaft im BVM lohnt:

- Sie sind Teil einer starken Gemeinschaft
- Wir geben Ihnen Orientierungshilfen
- Wir machen Sie schlauer
- Wir unterstützen Sie
- Wir machen Sie sichtbar
- Sie sparen bares Geld

Einfach hier klicken: Infos zur Mitgliedschaft

BVM-Jobbörse

Sie sind auf der Suche nach einem Job in der Marktforschung oder wollen selber Personal einstellen?

Job suchen oder anbieten

# ONLINE UND PRINT: LEISTUNGEN UND PREISE

Leistungen	Jahrbuch-Basis 	Jahrbuch-Premium 	Online-Premium 
Kontaktdaten	✓	✓	✓
Firmendaten	✓		✓
Direktverlinkung zu Website und Social Media			✓
Unternehmensprofil und Personenportraits mit Bild			✓
Frei wählbare Schlagworte im Leistungsprofil	✓	✓	✓
Leistungsschwerpunkte bis 3 Begriffe kostenfrei	✓	✓	✓
Bildergalerie und Videos			✓
Pressemittelungen und Termine			✓
BVM-Logo im Eintrag bei korporativer Mitgliedschaft	✓	✓	✓
RESPECT-Logo: Bekenntnis zum Qualitätsversprechen des BVM (für korporative Mitglieder)			✓
Kostenlose Stellenanzeigen auf <a href="http://www.bvm.org">www.bvm.org</a>	✓	✓	✓
<b>BVM-Mitglieder</b>	<b>250 €</b>	<b>420 €</b>	<b>320 €</b>
Nichtmitglieder	350 €	520 €	420 €

 <b>Online-Werbung</b>		 <b>Werbebundles Jahrbuch der Marktforschung + Kongress-Sponsoring 2024</b>	
Logo im Eintrag	30 €	<b>GOLD-SPONSORING</b> <b>Bundlepreis</b> <b>11.000 €</b> (Normalpreis 12.970 €) • Premieintrag im Jahrbuch, Online- und Printlogo, Anzeige im Magazinteil • Kongress-Sponsoring: 3 Tickets zum Gesamtkongress, Logoplatzierung, Auslage Give-away	
Sponsored Link, Startseite pro Monat	150 €		
Leistungsschwerpunkte ab 4 Begriffen pro Schlagwort	25 €		
 <b>Werbung im Jahrbuch</b>		<b>SILBER-SPONSORING</b> <b>Bundlepreis</b> <b>8.400 €</b> (Normalpreis 9.970 €) • Premieintrag im Jahrbuch, Online- und Printlogo, Anzeige im Magazinteil • Kongress-Sponsoring: 2 Tickets zum Gesamtkongress, Logoplatzierung, Auslage Give-away	
Logo 4c im Eintrag	270 €	<b>BRONZE-SPONSORING</b> <b>Bundlepreis</b> <b>5.900 €</b> (Normalpreis 6.970 €) • Premieintrag im Jahrbuch, Online- und Printlogo, Anzeige im Magazinteil • Kongress-Sponsoring: 1 Ticket zum Gesamtkongress, Logoplatzierung, Auslage Give-away	
Logo s/w im Eintrag	120 €		
1/1-Seite, 4c, neben dem Eintrag	1.700 €		
Zweite Seite im Jahrbuch neben dem Eintrag	550 €		
1/1-Anzeige, 4c, Magazinteil	2.200 €		
½-Anzeige, 4c, Magazinteil	1.100 €		
1/1-Advertorial, 4c, Magazinteil	2.200 €		
½-Advertorial, 4c, Magazinteil	1.100 €		
Griffecke, 4c, Titelseite	1.200 €		
U2/U4, 1/1-Anzeige, 4c	2.950 €		
U3, 1/1-Anzeige, 4c	2.450 €		
Lesezeichen	2.600 €		

# WERBEN BEIM BVM – IHRE VORTEILE

**Nutzen Sie die Möglichkeit, im Jahrbuch der Marktforschung zu werben und unterstützen Sie damit die Idee und die Mission des BVM.**

**Ihre Vorteile:**

- Optimale Platzierung im Kontext der Marktforschung
- Präsenz in der zentralen Publikation der Marktforschungsbranche und dem wichtigsten Printmedium des BVM
- Neben einem Firmeneintrag als Anbieter im Serviceteil des Jahrbuchs gleichzeitige Präsenz auf dem BVM-Dienstleisterportal [marktforschungsanbieter.de](http://marktforschungsanbieter.de)
- Viele Präsentationsmöglichkeiten und Werbebundles aus Eintrag, Anzeigen und Kongress-Sponsoring
- Sonderkonditionen für BVM-Mitglieder

## Die verschiedenen Werbeformen des BVM bieten zielgenaue Werbekanäle in die Marktforschungswelt:

- Bei gut 1.000 BVM-Mitgliedern erreicht das Jahrbuch eine Leserschaft von mindestens 5.000 Personen.
- Zusätzlich: Direktversand an die 100 wichtigsten Marketingentscheider in Deutschland.
- Rund 3.500 Interessierte haben 2023 das Dienstleisterportal marktforschungsanbieter.de genutzt. \*
- Mit mehr als 30.000 Nutzern im Jahr 2023 ist die BVM-Website bvm.org ein von der Community intensiv genutztes Informations- und Aktivitätsportal im Bereich der Marktforschung.
- Rund 4.500 Follower auf LinkedIn, XING, Facebook, Instagram und X unterstreichen die Bedeutung der digitalen Kommunikationskanäle für den BVM.

\* Stand: Oktober 2023, Quelle: etracker

# TERMINE / AUFLAGE / FORMATE

## Termine

- **Erscheinungstermin:**  
05.06.2024
- **Druckunterlagenschluss Anzeigen:**  
02.04.2024
- **Anzeigenschluss:**  
15.03.2024
- **Redaktionsschluss Einträge:**  
14.02.2024
- **Buchungsschluss Einträge:**  
31.01.2024

## Auflage / Formate

- **Jahrbuch-Auflage:**  
1.200
- **Heftformat:**  
A4
- **Anzeigenformate:**  
1/1-Seite: 210 x 297  
1/2-Seite quer: 210 x 148  
1/2-Seite hoch: 105 x 297  
zzgl. 4 mm Beschnittzugabe  
an allen Außenkanten

Bitte beachten Sie,  
dass durch die  
Klebebindung rund  
8 mm der Anzeige im  
Innensteg verdeckt  
werden können.

# DER BVM BERUFSVERBAND DEUTSCHER MARKT- UND SOZIALFORSCHER E.V.

## Der BVM...



ist die wichtigste Interessenvertretung und größter Verband der Markt- und Sozialforscher/innen in Deutschland.



ist eine neutrale Institution für fachliche Qualifikation und Know-how-Transfer. Mit seinem umfassenden Weiterbildungsangebot repräsentiert er das Spektrum der Branche.



wirbt als Sprachrohr der Branche für Vertrauen und Akzeptanz und verdeutlicht den Nutzen der Markt- und Sozialforschung gegenüber Auftraggebern, Befragten, Politik, Medien und Öffentlichkeit.



setzt mit dem Jahreskongress, Fachtagungen und Arbeitsgruppen Themen und bestimmt die Diskussion in der Branche.



setzt Maßstäbe, indem er – zusammen mit den anderen Verbänden der Markt- und Sozialforschung – die Qualitätsstandards der deutschen Markt- und Sozialforschung entwickelt, bewertet und festlegt. Er sorgt so für verlässliche Interpretationen und Ergebnisse.

## HERAUSGEBER

BVM Berufsverband Deutscher  
Markt- und Sozialforscher e.V.  
Friedrichstr. 187  
10117 Berlin

Tel.: +49 30 9203128-0  
Fax: +49 30 9203128-10  
Mail: [info@bvm.org](mailto:info@bvm.org)

[www.bvm.org](http://www.bvm.org)

## CHEFREDAKTION

Christian Thunig  
Mitglied des BVM-Vorstands

## KONTAKT

Sabine Steig  
Head of Marketing & Communication

Tel.: +49 30 9203128-35  
Mail: [s.steig@bvm.org](mailto:s.steig@bvm.org)



Berufsverband  
Deutscher Markt- und  
Sozialforscher e.V.

Stand: Oktober 2023