

Jahrbuch der Marktforschung



2024



Die nachhaltige Gesellschaft: ERFOLGREICHE TRANSFORMATION DURCH MARKTFORSCHUNG

INTERVIEW

Maja Göpel fordert
evidenzbasierten Diskurs

BRANCHE

Neues BVM-Barometer
misst Methodentrends

GENERATIVE AI

Wie Marktforschung
mit KI besser wird

RONIN[®]

Internationale
Datenerhebung

Inhalt



3 Editorial

INTERVIEW

- 6 „Die Messgrößen für ökologischen Erfolg sind längst da“
Maja Göpel im Interview

TITELTHEMA NACHHALTIGKEIT

- 12 **Anspruch und Wirklichkeit**
Von Klaus Janke
- 20 **Saubere Geschäfte**
Von Klaus Janke

KÖPFE DER MARKTFORSCHUNG

- 22 „Marktforschung kann einen extrem wertvollen Beitrag bei der Transformation in eine nachhaltige Gesellschaft leisten“

BVM-KONGRESS

- 28 „Der wichtigste Koordinationsmechanismus ist der Markt“
Peter Kenning im Interview
- 30 „Ich halte die Rolle der Marktforschung für äußerst zentral“
Verena Hüttl-Maack im Interview
- 32 „Der Say-do-Gap wird nicht wirklich kleiner“
Von Annette Mittelsdorf, IKEA Deutschland, und Tobias Reimann, Skopos Connect
- 36 **Wenn Nachhaltigkeit mit der Realität kollidiert – die drei zentralen Dimensionen der Nachhaltigkeit**
Von Inga Havemann, Ipsos

- 37 **Menschenzentrierte Nachhaltigkeit – Insights mit KI zum Leben erwecken**

Von Lena Kurzmann und Anne Katrin Lensch, Dialogo

- 38 **Mit KI-Kreativrouten Denkmuster knacken – wie Klimakommunikation den Say-Do-Gap schließen kann**

Von Francesca Canu und Rieke Burfeind, Point Blank Research & Consultancy

- 40 **Über die Psychologie nachhaltiger Verpackungen – Studie im Food-Bereich**

Von Birgit Langenbartels, Rheingold Institut

- 41 **Sustainable Media Management – Marktforschung als Grundlage für die Entwicklung von Value Media Standards**

Von Lisa-Charlotte Wolter, IU International University of Applied Sciences, Tanja Boga, Mediaplus Germany, und Elisa Dorothee Adam, IU

- 42 **Die Krise des Klimadiskurses und Lösungswege aus dieser Krise – Morphologische Längsschnittuntersuchung**

Dirk Ziem, Concept m

- 44 „Das Engagement für Nachhaltigkeitsinitiativen ist bei uns stark ausgeprägt“

Christoph Preuß im Interview

- 46 „Nachhaltigkeit ist nicht das Ziel, sondern eine Brücke“

Europa Bendig im Interview

PREIS DER DEUTSCHEN MARKTFORSCHUNG

- 48 **Die Nominierten zum Innovationspreis 2024**
State of the Art in der Marktforschung



- 50** **Persönlichkeit des Jahres 2024:**
Stephan Grünewald
 Von Christian Thunig

BRANCHEN-ENTWICKLUNG

- 52** **Wenn die Maschinen übernehmen**
 Von Klaus Janke
- 58** **Methoden in der Marktforschung: Welche hat das größte Zukunftspotenzial?**
- 62** **Zugkräftiger Zukunftsbauer**
 Von Beate Waibel-Flanz

AUSBILDUNG FAMS/HOCHSCHULPROFILE

- 64** **Eine Ausbildung zum FAMS – auf alle Fälle!**
 Von Jörg Maas
- 67** **Ab in die Uni: Wer bietet was?**

DAS ANBIETERVERZEICHNIS

- 76** Zum Inhalt
- FIRMENPROFILE**
- 77** Forschungsinstitute
- 153** Feld-Dienstleister
- 179** Berater
- 183** Studios
- 207** Datenmanagement und IT-Anbieter
- FIRMENINDEX**
- 213** Firmen von A – Z
- 217** Firmen nach PLZ-Gebieten
- 219** Geschäftsführer/innen und Studioleiter/innen
- LEISTUNGEN/BRANCHEN**
- 223** Index der Leistungsschwerpunkte
- 229** Leistungsverzeichnis
- 243** Branchenverzeichnis

Impressum

Herausgeber

BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
 Friedrichstraße 187 · 10117 Berlin
 T +49 30 9203128-0
 F +49 30 9203128-10
 info@bvm.org
 bvm.org

V.i.S.d.P.

BVM-Bundesvorstand

Geschäftsführung

Alexander Herweg

Chefredaktion

Christian Thunig, Mitglied des BVM-Vorstands

Projektleitung

Sabine Steig

Gestaltung

DESIGNBÜRO, Kalchreuth

Bildnachweise

Covermotiv: iStock/Blueastro/DESIGNBÜRO
 Inhaltsverzeichnis: iStock/Andrey_Kuzmin
 Seite 12: istock/cyano66
 Seite 52: Adobe Firefly/DESIGNBÜRO
 Seite 55: Adobe Firefly/DESIGNBÜRO
 Seite 62: Daniela Korf/BVM
 Seite 64: Christian Augustin/BVM, Adobe Firefly/DESIGNBÜRO
 Seite 67: iStock/monkeybusinessimages
 Seite 74/75: istock/PeopleImages

Die Bildrechte der Personenfotos liegen bei den jeweiligen Unternehmen oder bei den abgebildeten Personen selbst.

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann+Heenemann GmbH & Co. KG

Druck

Buch- und Offsetdruckerei H. Heenemann GmbH & Co. KG

Redaktionelle Texte

Klaus Janke
 Christiane Mattauch

Wir danken allen Autoren dieser Ausgabe für deren Beiträge.

Mit Namen von Autoren gekennzeichnete Beiträge stellen nicht die Meinung der Redaktion dar. Manuskripte werden zu Bedingungen des Herausgebers veröffentlicht. Weder Autoren noch der Herausgeber haften für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den in diesem Jahrbuch gegebenen Informationen und Hinweisen resultieren können.

Copyright © 2024

BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.
 Alle Rechte vorbehalten

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Der BVM übernimmt für die durch die Anbieter gemachten Angaben keine Verantwortung.

Erscheinungsweise: jährlich
 Erhältlich direkt beim Herausgeber oder im Fachhandel
 ISBN 978-3-935149-25-9

bvm.org