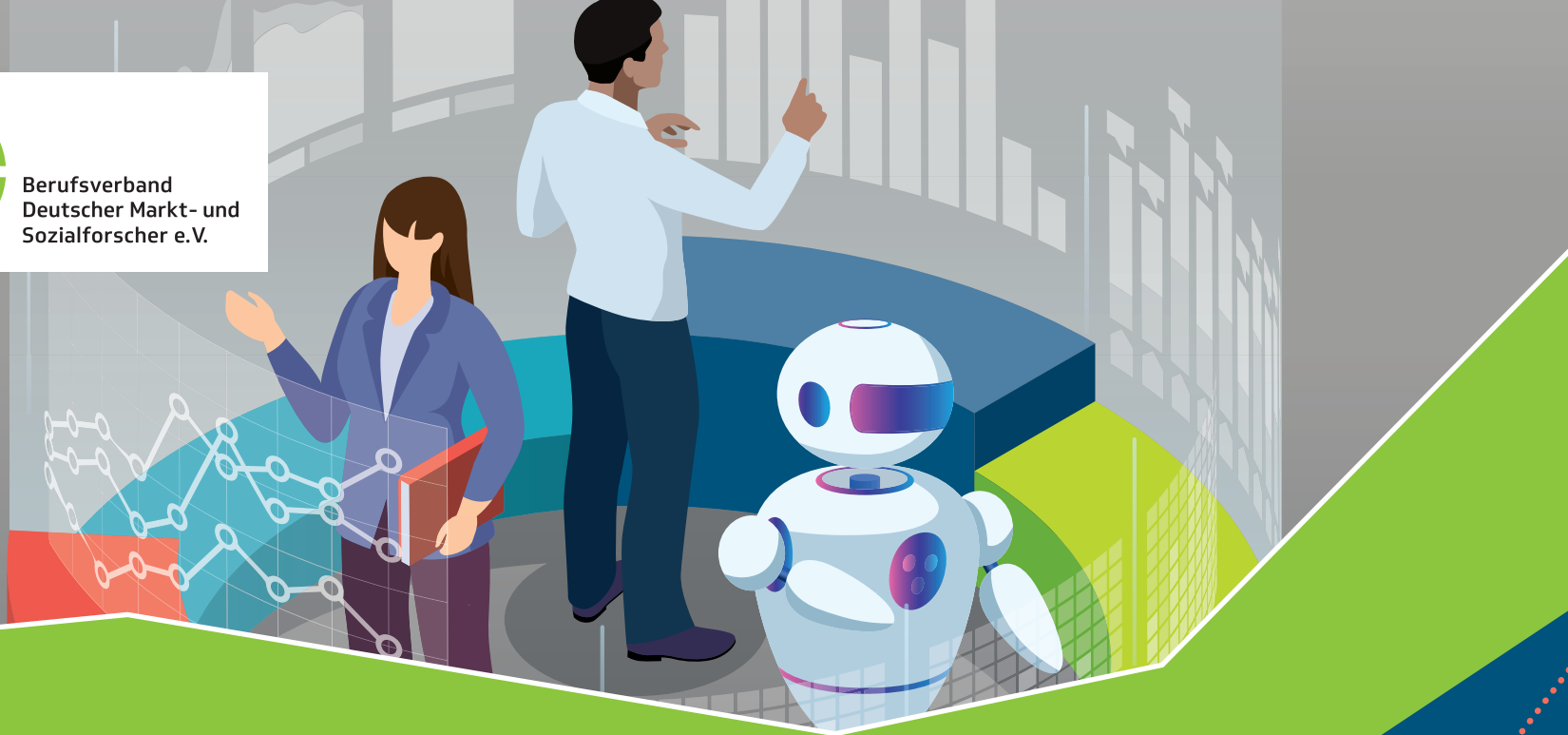




Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.



Jahrbuch der Marktforschung 2025 & marktforschungsanbieter.de

MEDIADATEN PRINT UND ONLINE

INHALT

S. 3	Jahrbuch der Marktforschung & marktforschungsanbieter.de
S. 4	Das muss gute Marktforschung in Zukunft können: Valide Daten, Methoden und Analytics im KI-Zeitalter
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 / Auflage / Formate
S. 16	Der BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
S. 17	Herausgeber / Chefredaktion / Kontakt

JAHRBUCH DER MARKTFORSCHUNG & MARKTFORSCHUNGSANBIETER.DE

Hier suchen und finden Ihre Kunden!

Das Jahrbuch der Marktforschung und das BVM-Onlineportal 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 26. Juni 2025 zum Kongress der Deutschen Marktforschung.

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

Wir machen Sie sichtbar!

Steigern Sie Ihre Aufmerksamkeit in der Branche.
Print & Online



WARUM SIE DABEI SEIN SOLLTEN:

- Wir setzen Sie in Szene: Print & Online.
- Das Anbieterverzeichnis: Zeigen Sie Ihren Kunden Ihre Spezialisierungen, Produkte, Methoden.
- Der Magazintell: Präsentieren Sie sich mit einer Anzeige direkt im journalistischen Umfeld.
- Unser Branchenversprechen: Das Jahrbuch steht für Dienstleister mit Qualitätsanspruch.
- Attraktive Angebote: Preisvorteile für Mitglieder und Frühbücher.
- Unsere neuen Vorteilspakete anlässlich 70 Jahre BVM: Maximale Präsenz im Jahrbuch und auf dem BVM-Kongress 2025 zum Superrabatt!



DAS MUSS GUTE MARKTFORSCHUNG IN ZUKUNFT KÖNNEN: VALIDE DATEN, METHODEN UND ANALYTICS IM KI-ZEITALTER

Die Marktforschung hat sich immer als sehr wandelbar und innovativ erwiesen. In diesen Tagen ist genau diese Fähigkeit wieder gefragt, denn die Herausforderungen könnten größer nicht sein: Mehr Daten, Qualitätsthemen, mehr Automatisierung und mehr Disziplinen unter dem Dach der Marktforschung – und das in Verbindung mit dem mächtigen Tool der KI ergeben einen spannenden Mix für die Zukunft.

Waren einige Herausforderungen durchaus schon länger sichtbar, ist allerdings die Menge an Veränderungen massiv. Als Zündfunke, der disruptiv wirken und alle oben genannten Punkte noch einmal deutlich transformieren könnte, steht die künstliche Intelligenz.

Sie schafft selbst noch einmal neue Datenquellen, insbesondere synthetische, könnte die Zusammenarbeit der Marktforschungspartner noch einmal deutlich verändern, schafft eine weitere Disziplin und hat natürlich Auswirkungen auf Datenqualität und Datenintegration.

Damit geht es um nichts weniger als die **Neuvermessung des Berufsbildes Marktforschung!**

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

Aufmacher des Jahrbuchs der Marktforschung

Auch 2025 wird es ein **großes Interview** mit einer Persönlichkeit geben, die den öffentlichen Diskurs insbesondere rund um KI und synthetische Daten wesentlich mitbestimmt. Hier ist Prof. Dr. Marko Sarstedt, **Leiter des Instituts für Marketing an der Munich School of Management der Ludwig-Maximilians-Universität München**, in der Planung. Er ist einer der meistzitierten und einflussreichsten Forscher in seinem Fachgebiet.

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

Kurzum: Das Leitthema zum **BVM-Kongress 2025** wird eine wesentliche Rolle in der diesjährigen Ausgabe spielen.

Weitere Themen siehe auf den Folgeseiten!



Bildnachweis ©Michael Kuhlmann

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

Weitere Themen im Magazinteil:

- **Neue Schnittstellen:** Marktforschung, Marketing, Fachabteilung – Wer spricht mit wem?
- **Neujustierung:** Wenn KI in die gesamte Wertschöpfungskette eingreift
- **Synthetisch vs. real:** Was können künstliche Befragte besser?
- **Erhebungsmethoden:** Wenn Kollege „KI“ befragt
- **Data Analytics:** Von immer neuen Quellen und deren Integration
- **Marktforschung im KI-Zeitalter:** Welche Fähigkeiten im Job sind unverzichtbar?
- **Neue Jobprofile:** Von Insights über Intelligence bis IT



Auszug aus Ausgabe 2024

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

Branchenentwicklung

Zahlen zum Marktforschungsmarkt – die BVM-Studie für 2025

- **Erhebung:** Welche Methoden dominieren, welche werden sich zukünftig entwickeln?
- **Neue Tools:** Wo steht KI in der Branche?
- **Stimmungsbarometer:** Wie beurteilen die Institute die aktuelle Lage der Marktforschung?

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



ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT

Studien zum nachhaltigen Konsum haben sich als fester Bestandteil der Marktforschung etabliert. Aber wie ernst meinen es die Verbraucher mit dem veränderten Kaufverhalten? Wer authentische Einblicke will, muss sehr genau auf die Methodik achten.

Von Klaus Janda

12 | Jahrbuch der Marktforschung 2024

LEICHTER DALLE BEI PRAEFERENZ FÜR BIO

ist der Rückgang überwinden? Die Produktentwicklung für nachhaltige Lebensmittel ist wieder etwas angespannt, meinte GfK zum Jahresstart. Aus dem aktuellen GfK-Nachhaltigkeitsbarometer geht zudem hervor, dass die Konsumenten bei größeren Anschaffungen wieder vermehrt umweltschonend kaufen. Das Institut liefert für die Erhebung alle drei Monate rund 1.000 repräsentative Personen in Deutschland. Erfasst werden zurückgelegte Käufe unter Nachhaltigkeitsaspekten, geplante Käufe sowie die Bereitschaft, für nachhaltige Produkte einen höheren Preis zu bezahlen. Der daraus gebildete Index-Wert hat sich im Januar gegenüber Oktober 2023 etwas erhöht, teilt GfK mit. Er habe aber immer noch nicht wieder das Niveau von 2022 erreicht.

Mediation wie diese werden in den meisten Branchen mit großer Spannung verfolgt. Denn alle beschäftigt dieselbe Frage: Wird der Trend zu nachhaltigem Konsum durch Lieferketten, Inflation und andere Krisen leicht abgeplant – oder erleben wir nur eine kleine Delle, nach der es wieder aufwärts geht? Die Sorge vor einer längeren Infektion ist größer geworden“, sagt Petra Sigelitz, Director Consumer Insights bei GfK. Der Index zeigt aber auch, dass sich dadurch die Relevanz von nachhaltigem Konsum nicht verändert habe. „Die Menschen versuchen lediglich, auch hier zu sparen“, so Sigelitz.

Wird der Trend zu Bio-Handelsmarken und kaufen Bio-Produkte beim Discounter? Andere Marktforschungsinstitute tendieren ebenfalls zu einer weitläufigen positiven Prognose. „Auch wenn es zwischenzeitlich leichte Rückschläge gibt: Der Trend zu nachhaltigem Konsum ist gesünder, um zu bleiben“, konstatiert Frieder Schiele, Senior Research Partner bei YouGov.

Jahr	Index-Wert
2019	100
2020	105
2021	110
2022	115
2023	110

* Im Prozent der Befragten (ab September 2023)
Quelle: Rewe Group/Consumer Panel Services GfK, 2023

NACHHALTIGES KONSUM
IN EINER BEWUSSTEN
WELT – VERSTÄNDLICH
BEWAUNDET, ERLEBT

WAS SIND DIE KUNDEN ANSICHTEN?

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT – WEN KOMMT ES?

VANTIA
Sustainability
Sector Index 2023

Where to focus
sustainable
business
and digital?

13 | Jahrbuch der Marktforschung 2024

Auszug aus Ausgabe 2024

Plus Serviceteil

- **Hochschulen:** Ab in den Hörsaal – welche Uni bietet was?
- **FAMS:** Was passiert vor Ort in der Berufsschule?
Praxisnaher Unterricht und prämierte Projekte.



Firmeneintrag



- Kontaktdaten
- Detaillierte Unternehmensdaten
- Umfangreiches Leistungsprofil zu Forschungsgebieten, Erhebungs- und Auswertungsmethoden, Beratung, Studioleitungen, Software, Branchen u.v.m.
- RESPECT – das Qualitätsversprechen des BVM (für korporative Mitglieder)

[illegible]

MARKTFORSCHUNGSANBIETER.DE: ANBIETERPROFILE

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

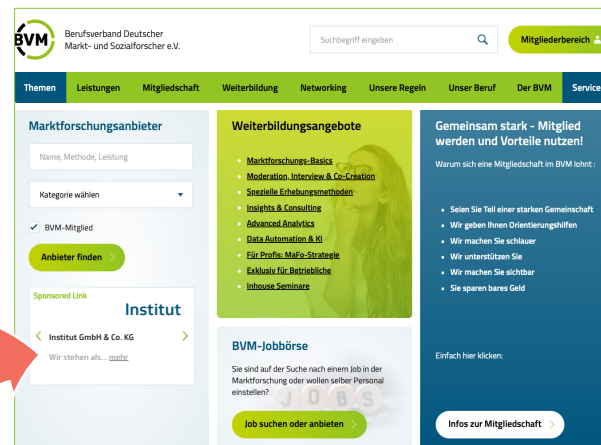
Sponsored Link: Exklusive Werbefläche als Top-Eintrag mit maximal drei Anzeigen in Rotation. Keine Werbung neben den Einträgen.

Preis pro Monat: 150 Euro



Auf der Startseite von bvm.org

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



ONLINE UND PRINT: LEISTUNGEN UND PREISE

Unsere neuen Vorteilspakete anlässlich 70 Jahre BVM:



LEISTUNGEN

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		✓	✓
Pressemitteilungen und Termine		✓	✓
BVM-Logo im Eintrag bei korporativer Mitgliedschaft	✓	✓	✓
RESPECT-Logo: Bekenntnis zum Qualitätsversprechen des BVM (für korporative Mitglieder)		✓	✓
Kostenlose Stellenanzeigen auf www.bvm.org	✓	✓	✓

NEU: Vorteilspakete

Print/Online + BVM-Kongress 2025: **Ihr Preisvorteil 30 %!**



Basis-Paket

- Eintrag im Jahrbuch mit Online-Premium
- 4c-Logo im Jahrbuch
- Online-Logo
- 1 Ticket zum BVM-Kongress 2025

Normalpreis	2.120 €
Paketpreis	1.485 €

Fortgeschrittenen-Paket

- Eintrag im Jahrbuch mit Online-Premium
- 4c-Logo im Jahrbuch
- Online-Logo
- 1/1-Anzeige im Magazinteil des Jahrbuchs
- 2 Tickets zum BVM-Kongress 2025
- Logosponsoring Kongress 2025

Normalpreis	6.620 €
Paketpreis	4.634 €

Einträge **Print & Online**



	Normalpreis	Mitgliedspreis
Online-Premium mit Jahrbuch	520 €	420 €
Online-Basis mit Jahrbuch	350 €	250 €
Online-Premium ohne Print	420 €	320 €
4c-Logo	270 €	
s/w-Logo	120 €	

Frühbucherrabatt auf Einträge, ausgenommen Logos, Werbung und Vorteilspakete

Online-Werbung



Online-Logo	30 €
Leistungsschwerpunkt ab 4 Begriffen	25 €
Sponsored Link, pro Monat	150 €

Werbung **im Jahrbuch**



1/1-Seite, 4c, neben dem Eintrag	1.700 €	1/1-Anzeige, 4c, U2/U4	2.950 €
Zweite Seite neben dem Eintrag	550 €	1/1-Anzeige, 4c, U3	2.450 €
1/1-Anzeige, 4c, Magazinteil	2.200 €	Lesezeichen	2.600 €
1/2-Anzeige, 4c, Magazinteil	1.100 €	NEU: Beileger 4 Seiten	3.700 €
1/1-Advertorial, 4c, Magazinteil	2.200 €	NEU: Beileger 8 Seiten	4.900 €
1/1-Anzeige, 4c, Magazinteil	1.100 €	NEU: Beileger 16 Seiten	6.100 €
Griffecke, 4c, Titelseite	1.200 €		

Maximale Präsenz
im Jahrbuch, online
und auf dem
BVM-Kongress 2025
zum Superrabatt!

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.
- Unser Branchenversprechen: Das Jahrbuch steht für Dienstleister mit Qualitätsanspruch.
- Attraktive Angebote: Preisvorteile für Mitglieder und Frühbucher.
- Unsere neuen Vorteilspakete anlässlich 70 Jahre BVM: Maximale Präsenz im Jahrbuch und auf dem BVM-Kongress 2025 zum Superrabatt!

Mitglied werden und alle Vorteile nutzen!
Mehr Infos: www.bvm.org/mitgliedschaft

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 5.500 Interessierte haben 2024 das Dienstleisterportal marktforschungsanbieter.de genutzt. *
- Mit mehr als 15.000 Nutzern mit 135.000 Seitenaufrufen im Jahr 2024 ist die BVM-Website bvm.org ein von der Community intensiv genutztes Informations- und Aktivitätsportal im Bereich der Marktforschung.
- Rund 4.200 Follower auf LinkedIn, XING, Facebook, Instagram und X unterstreichen die Bedeutung der digitalen Kommunikationskanäle für den BVM.

* Stand: Oktober 2024, Quelle: Google Analytics

TERMINE / AUFLAGE / FORMATE

Termine

- Erscheinungstermin:
26.06.2025
- Druckunterlagenschluss Anzeigen:
22.04.2025
- Anzeigenschluss:
14.04.2025
- Redaktionsschluss Einträge:
16.02.2025
- Buchungsschluss Einträge:
31.01.2025

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

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



Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.

Stand: Oktober 2024