

planung&analyse präsentiert:

Insights

Marken Märkte Methoden

2016



Jetzt anmelden und
Wissensvorsprung sichern!
www.dfv.de/insights16

1./ 2. Juni 2016

MAFO meets M-Motion

Das neue Jahrestreffen für Marktforscher
und Marketing-Entscheider

Novotel Centre Ville | Nürnberg

Erleben Sie live auf der Bühne u. a.:



Denyse
Drummond-Dunn
C3Centricity
(ehem. Nestlé)



Lars Nierfeld
KiK24



Melissa Snover
Katjes Fassin UK



Christine Henkelmann
G+J



Robert Wucher
GfK



Hartmut Scheffler
TNS Infratest

Premium Partner:



Partner:

Bilendi



TNS Infratest

Veranstalter:

planung&analyse

Medienpartner:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

Lebensmittel
Zeitung

Ein Business-Event der:

dfv Conference
Group

5 Gründe, warum Sie diese Veranstaltung nicht verpassen sollten:

- /// **Treffen** Sie die Entscheider aus Handel, Industrie, Marktforschung und Marketing
- /// **Erhalten** Sie starke Impulse für die Innovations- und Ertragspotenziale der Marktforschung von morgen
- /// **Profitieren** Sie von neuen Tools & Methoden zur erfolgreichen Kundenanalyse
- /// **Erfahren** Sie, wie Marktforschungserkenntnisse erfolgreich im Unternehmen nutzbar werden
- /// **Lernen** Sie, wieviel Digitalisierung die Marktforschung wirklich braucht

Ansprechpartnerin Programm:

Nadja Schuppli-Herter

Telefon: +49 69 7595-3034

E-Mail: nadja.schuppli-herter@dfvcg.de

Referenten, Moderatoren und Diskutanten:



Deryse Drummond-Dunn
C3Centricity
(ehem. Nestlé)



Sabine Hedewig-Mohr
planung&analyse



Christine Henkelmann
G+J



Lars Nierfeld
KIK24



Christian Ohm
Mazda Motor Europe



Kathrin Posnanski
BrainJuicer



Jürgen Scharrer
HORIZONT



Hartmut Scheffler
TNS Infratest



Melissa Snover
Katjes Fassin UK



Elena Urue
ADAC



Michael Schiessl
eye square



Dr. Konrad Weßner
puls Marktforschung



Rochus Winkler
concept m research +
consulting



Robert Wucher
GfK SE

Weitere Referenten:

Edvin Babic Firefly Millward Brown D-A-CH, Nico Jaspers Dalia Research,
Jonathan Kurfess appinio, Dr. Niels Neudecker TNS Infratest, Nicolas Scharioth Pollion,
Michaela Verdel CXlive, Christoph Welter Point-Blank International

Das Programm zu planung&analyse Insights 2016

Mittwoch | 1. Juni 2016

Moderation:

Sabine Hedewig-Mohr, Redaktionsleitung, planung&analyse
Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT

9.30 Opening - Wake up-Keynote:
Winning Customer Centricity:
Why MR & Insight must become the Voice of the Consumer
Denyse Drummond-Dunn, Founder, C3Centricity
(former. Global Head & VP Consumer Excellence for Nestlé)



Connected:

Big Data – Virtual Reality – Internet of Things – Wearables

10.00 The Connected Consumer shapes the Future:
Die Internetnutzung im IoT-Zeitalter ist im Wandel von Desktop zu Mobile zu Wearables und Smart Home. Connected Consumer produzieren immer mehr Daten. Aber mehr Daten führen nicht automatisch zu besseren Entscheidungen. Deswegen muss die Marktforschung der Zukunft zum Kompass im Datendickicht werden.
Robert Wucher, Head of Technology and Digital Client Solutions, GfK SE

10.30 Wearables Technology: The future to Market Research – vom Nutzen und Risiko mobiler Messgeräte für die Marktforschung.
Michael Schiessl, CEO, eye square
NN, namhafter Co-Referent aus Handel oder Industrie

11.00-11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Marktforschung wirkt:

Höhere Wertschöpfung – erfolgreiche Innovationen – Kulturwandel

11.30 Wertschöpfung: Wie Marktforschung den Unternehmenserfolg beeinflusst – Drei konkrete Beispiele aus wesentlichen Aufgabefeldern des Marketings: Innovationen, Touchpoint-Management und Kundenbindung.
Hartmut Scheffler, Geschäftsführer, TNS Infratest
Dr. Niels Neudecker, Head of Brand Equity & Tracking, TNS Infratest

12.00 Kulturwandel: Wie die Marktforschung neue Markenziele sowie eine veränderte Corporate Culture erfolgreich mitgestaltet.
Lars Nierfeld, Bereichsleiter Marketing & Geschäftsführer, KIK24
Rochus Winkler, Managing Partner, concept m research + consulting

12.30 Mittags- und Kommunikationspause

Best-Practices:

Industrie & Handel

14.00 Turning 3D printing technology into Retail Magic!
Melissa Snover, Managing Director, Katjes Fassin UK



14.30 Titel & Referent wird zeitnah bekannt gegeben unter: www.dfvcg.de/insights16

15.00-15.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Medien-Marktforschung:

Produktentwicklung - Werbewirkung - Quotenmessung

15.30 Nahbar wie BARBARA: Wie Medien-Marktforschung als Sparringspartner bei der Produktentwicklung einer Zeitschrift fungieren kann.
Christine Henkelmann, Executive Director
Media Research, G+J

16.00 Sky360 (Titel in Abstimmung)
NN, Sky Deutschland

16.30 Kommunikation: Kreation oder Marktforschung - Wer hat den Lead?
Christoph Welter, Managing Partner, Point-Blank International
Rochus Winkler, Managing Partner, concept m und weitere namhafte Diskutanten
Moderation: Sabine Hedewig-Mohr, planung&analyse und **Jürgen Scharrer**, HORIZONT

Ca. 17.00 Ende des ersten Kongresstages von planung&analyse Insights 2016

17.30 Musikalisches Highlight im Foyer...we proudly present: The GIM-Band
Sebastian Klein (Gitarre, Lead Vocals)
Florian Glatz (Saxofon)
Clemens Breuninger (Schlagzeug)
Benjamin Dennig (Percussions, Vocals)
Manuel Fastuca (Gitarre)



17.15-17.45 Speed Datings by Invitation Only

18.00 Preisverleihung: p&a Marktforscher des Jahres
Dieser Preis wird für herausragende innovative & kreative Marktforschung feierlich verliehen.

gegen 18.30

Im Anschluss lädt Sie der Veranstalter zu Drinks & Food ein. Nutzen Sie den Abend, um bei musikalischer Umrahmung und in entspannter Atmosphäre Ihre Partner und Kollegen Face-to-face zu treffen sowie Ihr Netzwerk zu pflegen und auszubauen.

Das Programm zu planung&analyse Insights 2016

Donnerstag | 2. Juni 2016

Vorsitz und Moderation:

Sabine Hedewig-Mohr, Redaktionsleitung, planung&analyse
Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT

8.30 Wake up

Guided Tour* durch ein offenes Innovationslabor: Das JOSEPHS® - Die Service-Manufaktur

Lassen Sie sich inspirieren von den Forschungsinseln des JOSEPHS® und erleben Sie aktiv die Entwicklung, Einführung und Vermarktung von Produkt- und Service-Neuheiten. Unternehmen testen hier ihre Produkte und Services gemeinsam mit Kunden und entwickeln diese weiter. Das JOSEPHS® ermöglicht den Zugang zu innovativen Technologien und Methoden. Im JOSEPHS® werden die Prinzipien von offener „lean“ Innovation sowie die Ideen des Service Design Thinking gelebt und mit „schnellen Prototypen“ gearbeitet.

*Die Tour findet am zweiten Kongresstag von 8.30-10.00 statt.
Die Teilnehmeranzahl ist begrenzt. (40 Personen, die in 2 Gruppen aufgeteilt werden)

9.00-9.30 Speed Datings by Invitation Only

9.30 Kommunikations- und Kaffeepause

AutoMOBIL:

Kommunikation - Social Media - Reputation

10.00 Ad-Testing: Wie Mazda und BrainJuicer erfolgreiche Kommunikation entwickeln

Start war die Entwicklung einer unverwechselbaren Positionierung für ausgewählte Mazda-Modelle. Mittels digitaler Tools und qualitativer Forschung wurde die Zielgruppenansprache festgelegt, um anschließend die von der Werbeagentur gestaltete Kommunikationsidee zu testen. Es folgte der Test und die Optimierung von Storyboards, über Animatics und bis zu finalen TV Spots – alles mit dem Ziel, herausragende 5-Sterne Kommunikation für den erfolgreichen Launch neuer Mazda Modelle zu erzielen.

Christian Ohm, Manager Customer & Market Intelligence Europe, Mazda Motor Europe Leverkusen
Kathrin Posnanski, Country Director Germany, BrainJuicer, Hamburg

10.30 Social Media Screening:

Wie man erfährt, was engagierte Autofahrer zu Car-Connectivity und autonomem Fahren wirklich bewegt. Warum Web Screening eine wichtige Grundlage dafür ist, Studienthemen besser zu verstehen und die richtigen Fragen für Repräsentativstudien zu stellen. Wie Social Media Screening hilft, Markenbeschädigungen rechtzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Beispiel VW.

Elena Urue, Referentin Marktforschung, ADAC
Dr. Konrad Weßner, Geschäftsführer, puls Marktforschung

Start-up-Session:

Der Blick in die Zukunft

11.00 Mafo-Kompetenz 2.0: Wie Startups die Branche aufmischen und damit schneller, effizienter und günstiger sind.

Jonathan Kurfess, CEO, appinio
Nico Jaspers, CEO, Dalia Research
Michaela Verdel, Geschäftsführerin, CXlive
Nicolas Scharioth, Geschäftsführer Pollion

12.00 Mittags- und Kommunikationspause

Qualitative Marktforschung live: Methoden, die überzeugen

13.30 Titel & Referent wird zeitnah bekannt gegeben unter: www.dfvcg.de/insights16

14.00 Consumer Theater: Wie man mit Improvisationstheater zu neuen Ideen kommt.

Edvin Babic, Head of Firefly Millward Brown D-A-CH

gegen 15.00

Ende des Kongresses von planung&analyse Insights 2016

planung&analyse Insights 2016

Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten

- // **BRANCHENRELEVANT** – Ein Treffpunkt der Führungskräfte aus den Bereichen Marktforschung, Marktplanung, Marktanalyse, Innovation, Marketing, Kommunikation und Vertrieb, vor allem aus dem Handel und der Konsumgüterindustrie.
- // **BEZIEHUNGSSTARK** – Rücken Sie als inhaltlich unabhängiger Experte in einem der vielversprechenden Formate wie Experten Lunch oder Power Break in das Blickfeld Ihrer Zielgruppe. Oder überraschen Sie auf Ihrer Standfläche mit einer stimmungsvollen Live Aktion oder einem raffinierten Gadget.
- // **ÜBERZEUGEND** – Erhöhen Sie Ihren Bekanntheitsgrad und erzielen Sie maximalen Aufmerksamkeitswert. Kreative Möglichkeiten mit begleitender Medienpower für die eindrucksvolle und imagefördernde Präsentation Ihrer Marke im Vorfeld, vor Ort und im Nachgang.

Ansprechpartnerin Sponsoring & Ausstellung

Nadine Binder

Telefon: +49 69 7595-3047

E-Mail: nadine.binder@dfvcg.de

HIGHLIGHTS

- // Preisverleihung: planung&analyse Marktforscher des Jahres- Premiere
- // Guided Tour* durch ein Innovationslabor: Das JOSEPHS® - Die Service-Manufaktur
- // Qualitative Marktforschung live. Methoden, die überzeugen
- // Start-up-Session. Der Blick in die Zukunft
- // GIM-Band auf dem Get-together



Jetzt online anmelden unter:
www.dfvcg.de/insights16

790,- €*

zzgl. gesetzl. MwSt.

Teilnehmerpreis für Einzelhandel und FMCG

1190,- €*

zzgl. gesetzl. MwSt.

Teilnehmerpreis für alle weiteren Teilnehmer

* Preis gültig für Abonnenten der HORIZONT, planung&analyse und Lebensmittel Zeitung. Nicht-Abonnenten zahlen zusätzlich 100€ auf die Kongressgebühr. Die Kongressgebühr beinhaltet Essen und Getränke während der Veranstaltung, sowie den Besuch der Vorträge und der Ausstellung. Der Veranstalter behält sich Referenten- und Themenänderungen vor.

Zusätzlich erhalten Sie ab dem 3. Teilnehmer Ihres Unternehmens 50 % Rabatt.

Guided Tour* durch ein offenes Innovationslabor: Das JOSEPHS® - Die Service-Manufaktur

(*Die Tour findet am zweiten Kongresstag von 8.30–10.00 Uhr statt. Die Teilnehmeranzahl ist begrenzt)

Zimmerreservierung

Unsere Kooperationshotels halten ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis vier Wochen vor dem Kongress zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „planung&analyse Insights 2016“ vor. Nähere Informationen finden Sie unter: www.dfvcg.de/insights16

Datenschutz: Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu Werbezwecken jederzeit widersprechen per E-Mail: datenschutz@dfvcg.de.
Nähere Informationen erhalten Sie unter www.dfvcg.de

Ihre Ansprechpartner:

Organisation

Helene Below

helene.below@dfvcg.de

Tel.: +49 69 7595-3026