



**Research & Results**

**27. – 28. Oktober 2010**

Halle 1/Stand 178

M,O,C, Center in München

Presseinformation: 22. Oktober 2010

**Besuchen Sie unsere Workshops auf der Research & Results 2010 in München:**

---



**„Ganz nett, aber dafür geb ich kein Geld aus!“** – Einsatz eines qualitativen Online-Tools am Beispiel des Themas „Nachhaltigkeit“

**Mittwoch, 27.10.2010** | 15.30 - 16.15 Uhr | Raum 1

Markenführung und Produktmanagement setzen verstärkt auf das neue vermeintliche „Killerthema“ Nachhaltigkeit. Doch wird dies auch von Konsumenten honoriert? In mehreren Studien konnte der Einsatz des Blog-Portals first@thepool® sichtbar machen, was Konsumenten nachhaltig beeindruckt und was nicht. Was sie aktuell unter dem Thema eigentlich verstehen und was ihnen bei der Kaufentscheidung Geld und Präferenz wert ist.

Präsentiert von:

**Svenja Prins**, Senior Project Director and Member of Managementboard



**Sind wir nicht alle ein bisschen Lena?** – Ein Workshop-Tool zur trend-affinen Entwicklung von Insights, Konzepten und Innovationen

**Donnerstag, 28.10.2010** | 14.30 - 15.15 Uhr | Raum 3

Trendscouts erleben ein Revival, Mitarbeiter sammeln in unternehmensinternen Datenbanken eine Fülle an Trend-Beispielen und das Innovations-Management soll all diese Informationen zusammenführen und nutzbar machen. Trend E-motion® ist ein psychologisch fundiertes Monitoring-Tool, das Trend-Phänomene bereits in Bezug zu Insights und Consumer Needs setzt. Damit sind sie einfach und effizient in Workshops einsetzbar - zum Beispiel im Rahmen von Produkt-Innovationen, Konzept-Entwicklungen, Marktbearbeitungs-Strategien und in der Markenführung.

Präsentiert von:

**Maike Hauschild**, Director Trend Research & Analysis, H,T,P, Concept Group



### **GASTREFERAT:**

**ESOMAR**, Weltverband zur Förderung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung

**Zurück in die Zukunft!** – Wie ein Blick in die Vergangenheit helfen kann, die Zukunft der qualitativen Forschung vorherzusagen.

**Donnerstag, 28.10.2010** | 15.30 - 16.15 Uhr | Raum 1

Eine Prognose künftiger Entwicklungen in der qualitativen Forschung auf Basis der ESOMAR Qualitative Research Workshops, die seit über 15 Jahren stattfinden. Die ESOMAR Qualitative Workshops bringen Forscher aus Unternehmen und Instituten zusammen, um neue Ansätze und Methoden bei sich ändernden Kundenbedürfnissen zu explorieren. Mit über 15 Jahren Workshopfahrung werden wir die Veränderungen in der qualitativen Forschungslandschaft Revue passieren lassen und eine Prognose für die Zukunft wagen.

Präsentiert von:

**Oliver Schieleit**, Senior Project Director, Member of Management Board, H,T,P Concept

---

Für **allgemeine Informationen** zur *H,T,P, Concept Group* oder für eine **Terminvereinbarung** für ein persönliches Gespräch mit den Referenten, kontaktieren Sie bitte:

#### **Martin Burkhardt**

*Communications Director*

*H,T,P, Concept Group*

Rosenstrasse 17

D – 10178 Berlin

Telefon: +49 30 327986 8648  
Telefax: +49 30 327986 8620  
Mobil: +49 151 4260 0277  
Email: martin.burkhardt@htp-concept.com

**H,T,P, Concept** wurde 1988 mit dem Anspruch, die qualitative Marketingforschung stärker an die Bedürfnisse des Marketings anzupassen, in München gegründet. Die konsequente Ausrichtung am Claim "*Inspiration for Marketing*" und die kontinuierliche Weiterentwicklung des methodischen Spektrums analog zu den sich wandelnden Aufgabenstellungen, brachten Erfolg und Niederlassungen in Berlin, Zürich und seit 2007 Mumbai/Indien. Ab 1. Januar 2011 wird die H,T,P, Group mit einer Niederlassung in Paris auch in Frankreich vertreten sein. H,T,P, Concept gehört mit einem Umsatzvolumen von rund 13 Millionen zu den größten unabhängigen qualitativen Marketingforschungsunternehmen in Europa. 100 feste und rund 50 freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen in einem multidisziplinären und internationalen Team in ganz Europa, Nord- und Lateinamerika, im Mittleren Osten, Afrika, Asien und Pazifik Marken und Märkte.

[www.inspirationformarketing.com](http://www.inspirationformarketing.com)

H,T,P, Concept Gesellschaft für Marketingforschung mbH  
Handelsregister B des Amtsgerichts München: HRB 97613  
Geschäftsführer: Thomas Schindlbeck, Sven Arn