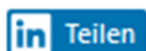


14.06.2015 | 10:18 Uhr

Preis der Deutschen Marktforschung 2015: Das sind die Gewinner



Teilen



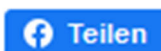
Teilen



0



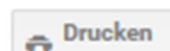
Twittern



Teilen



E-Mail



Drucken



In vier Kategorien wurde auch dieses Jahr der Marktforschungs-Preis verliehen

Auf der Gala anlässlich des 50. BVM-Kongresses ehrte der Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher zum elften Mal die Sieger im Wettbewerb um den Preis der Deutschen Marktforschung.

Persönlichkeit des Jahres

Für das wissenschaftliche Lehrbuch und universitäre Standardwerk „Multivariate Analysemethoden“ nahmen Prof. Dr. Dr. h.c. Klaus Backhaus, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Prof. Dr. Bernd Erichson, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Prof. Dr. Wulff Plinke, Humboldt-Universität zu Berlin, und Univ.-Prof. Dpr. Rolf Weiber, Universität Trier, den Persönlichkeitspreis 2015 entgegen. In der Laudatio von Rainer Valentin, Vorsitzender der Jury beim Preis der Deutschen Marktforschung, heißt es: „Es ist schon

ungewöhnlich, den Persönlichkeitspreis für ein Lehrbuch zu vergeben. Aber fast jeder Marktforscher kennt dieses Standardwerk aus seinem Studium. Dieses Buch hat in den letzten 35 Jahren in 13 Auflagen grundlegende Ausbildungsarbeit geleistet und so viele Marktforschungspersönlichkeiten nachhaltig geprägt.“

Innovationspreis

Die agma Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. bekam den Innovationspreis 2015 für die Einreichung „Die ma Intermedia PLuS – die erste Studie für die konvergente Medienwelt“. Professorin Dr. Andrea Gröppel-Klein, Mitglied der Jury beim Preis der Deutschen Marktforschung, erklärt in ihrer Laudatio die Preiswürdigkeit mit den konsensualen Währungskonventionen, die es erstmalig ermöglichen, alle Mediengattungen – Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Kino, Fernsehen, Plakat und Online – valide zu messen und in einer Datei in die Medienanalyse einzubeziehen. Damit wird die Intermedia PLuS eine wichtige Rolle in der strategischen Mediaplanung spielen.

Mit dem Innovationspreis werden Methoden oder Verfahren ausgezeichnet, die methodisch innovativ sind, gegenüber bestehenden Ansätzen Effektivitäts- und Effizienzvorteile aufweisen und breite Einsatzmöglichkeiten bieten.

Best Paper

In der Kategorie Best Paper, in diesem Jahr zum vierten Mal verliehen, wird eines der Manuskripte ausgezeichnet, die im Call for Papers als Kongressvortrag eingereicht wurden. Die diesjährigen Preisträger sind: Dr.-Ing. Martin Hahmann, Claudio Hartmann und Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Lehner, Technische Universität Dresden, Dr. Thomas Kirsche und Frank Rosenthal, GfK SE mit der Einreichung „Aktuellen Zuständen von Märkten auf der Spur. Analyseinstrumente zur Erfassung dynamischer Panelmarktdaten“ In dem eingereichten Beitrag geht es um eine Kombination von Hochrechnungs- und Prognoseverfahren, die Seite 2 von 3 bei jeder neu eintreffenden Welle von Daten eine Vorschau auf den neuen Marktzustand berechnen. Mit jeder Welle wird die Prognosegüte aktualisiert und so verbessert.

BVM/VMÖ Nachwuchsforscher des Jahres

Dr. Julia Heigl: „Qualität vertriebsseitiger Marktforschungsinformationen – Messung und Einflussfaktoren“

Simon Henning Nehls, MSc: „Modellierung der Heterogenität von Markov-Ketten angewandt auf das Konsumentenverhalten im Internet“ Preis der Deutschen Marktforschung 2015