



CALL FOR PAPERS

Jetzt bewerben!



Das muss gute Marktforschung in Zukunft können:

VALIDE DATEN, METHODEN UND ANALYTICS IM KI-ZEITALTER

Kongress der Deutschen Marktforschung
26. Juni 2025 in Berlin

Deadline 05.02.2025

**BVM Berufsverband Deutscher
Markt- und Sozialforscher e.V.**



CALL FOR PAPERS

Das muss gute Marktforschung in Zukunft können: Valide Daten, Methoden und Analytics im KI-Zeitalter

Kongress der Deutschen Marktforschung

26. Juni 2025 in Berlin

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.

Das sind die Herausforderungen im Einzelnen:

- Immer neue Datenquellen und die damit verbundene Herausforderung der Datenintegration und Datenzusammenführung.
- Verstärktes Verständnis und Einsatz von IT im Marktforschungs-Alltag.
- Veränderung der Zusammenarbeit und Arbeitsteilung zwischen Unternehmen und Instituten verbunden mit neuen Schnittstellen zu Fachabteilungen und Marktforschung.
- Ein neues Selbstverständnis der Marktforschungsabteilungen, die in ihren Jobtiteln häufig Vokabeln führen wie Insights, Intelligence, Data Analyst oder Data Scientist.
- Thema Datenqualität, das in den letzten Jahren deutlich durch verstärkte Digitalisierung und Technisierung in den Fokus gerückt ist. Klickfarmen und Bots machen Panel-Betreibern wie Marktforschenden die Arbeit schwer.

- Das Erstarren neuerer Disziplinen, die sehr eigenständig ihre Rolle einfordern wie EX, UX, CX oder Social-Media-Media-Monitoring.

KI verändert alles

Obwohl einige der Herausforderungen durchaus schon länger sichtbar sind, sind doch Menge und Umfang der Veränderungen massiv. Als Zündfunke, der disruptiv wirken und alle oben genannten Punkte noch einmal deutlich transformieren könnte, steht die KI. Sie schafft neue Datenquellen (insbesondere synthetische), könnte die Zusammenarbeit der Marktforschungspartner deutlich verändern und hat natürlich Auswirkungen auf Datenqualität und Datenintegration.

Neuvermessung des Berufsbildes Marktforschung

Aus alledem folgt wenig überraschend: Der Job des Marktforschenden verändert sich massiv, Marktforschung braucht neue Kompetenzen. Im 70. Jahr nach Gründung des BVM ist das sicherlich eines der deutlichsten Veränderungen. Damit geht es um nichts weniger als die Neuvermessung des Berufsbildes Marktforschung! Allerdings, das sei noch einmal erwähnt: Die Marktforschung hat sich über die letzten sieben Jahrzehnte immer wieder mit neuen technischen Möglichkeiten auseinandersetzen müssen und erfolgreich in den eigenen Workflow implementiert. Marktforschung ist und bleibt wandelbar!

GESTALTEN SIE DEN KONGRESS MIT UND BEWERBEN SIE SICH MIT IHREM BEITRAG ALS REFERIERENDE/R

- **Abstract** mit einer Beschreibung der geplanten Inhalte des PechaKucha-Vortrags (ca. 4.000 Zeichen, 1 DIN A4-Seite)
- **Vita** des/der Referierenden (5 – 10 Zeilen)
- und **Portraitfoto/s** (hochauflösend, 300 dpi)

Bewerbungen per E-Mail an cfp_kongress@bvm.org.
Für die Einreichung Ihres Beitrags gilt das Datum der E-Mail.

**Ausführliche Informationen
zur Bewerbung und zu den
Teilnahmebedingungen:**

bvm.org/kongress

Deadline

05.02.2025

CALL FOR PAPERS



Das muss gute Marktforschung in Zukunft können: Valide Daten, Methoden und Analytics im KI-Zeitalter

Kongress der Deutschen Marktforschung

26. Juni 2025 in Berlin

Wir freuen uns über Praxisbeiträge zu den folgenden Themensträngen:

Zukunftsweisende Kooperation von Betrieblichen und Instituten

- **Neue Schnittstellen:** Marktforschung, Marketing, Fachabteilung – Wer spricht mit wem?
- **Neudefinition:** Wie geht Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Instituten morgen
- **Neujustierung:** Wenn KI in die gesamte Wertschöpfungskette eingreift

Methoden heute und morgen

- **Synthetisch vs. real:** Was können künstliche Befragte besser?
- **Erhebungsmethoden:** Wenn Kollege „KI“ befragt
- **Data Analytics:** Von immer neuen Quellen und deren Integration

Neue Jobdescription Marktforschung

- **Marktforschung im KI-Zeitalter:** Welche Fähigkeiten sind unverzichtbar?
- **Neue Jobprofile:** Von Insights über Intelligence bis IT
- **EX, UX oder CX:** Alles Marktforschung oder was?

➔ **Bewerben Sie sich bis zum 05.02.2025 mit Ihrem Beitrag als Referent/in für das Branchenhighlight am 26. Juni 2025 in Berlin!**

Beim Kongress 2025 werden die neuesten Erkenntnisse aus der Marktforschung im PechaKucha-Format präsentiert.

WAS IST DAS PECHAKUCHA-FORMAT?

PechaKucha – ein japanischer Begriff für eine Vortragsform, bei der strenge Zeitvorgaben für die präzise Darstellung eines Themas sorgen: auf den Punkt zusammengefasst und mit Bildern, Fotos oder Grafiken visualisiert. Das macht PechaKucha-Vorträge kurzweilig und prägnant.

Was bedeutet das für die Vortragenden? Welche Spielregeln sind zu beachten?

- Ein PechaKucha-Vortrag besteht aus 20 Folien à 20 Sekunden, so dass sechs Minuten und 40 Sekunden zur Verfügung stehen.

- Jede Folie wird 20 Sekunden gezeigt. Der Folienwechsel erfolgt automatisch, so muss sich der/die Vortragende sehr genau an die Redezeit pro Folie halten.

- Reihenfolge und Inhalt der Folien legt der/die Vortragende fest.

Und das Besondere beim BVM-Kongress:

Das Publikum wählt unter den vorgetragenen PechaKucha-Vorträgen aus, welcher Vortrag weiter vertieft werden soll.

Das muss gute Marktforschung in Zukunft können: Valide Daten, Methoden und Analytics im KI-Zeitalter

Kongress der Deutschen Marktforschung
26. Juni 2025 in Berlin

DER KONGRESSABLAUF AUF EINEN BLICK

Mittwoch, 25. Juni

ab 19:30 Uhr

Abendveranstaltung & Networking

Donnerstag, 26. Juni

9:30 – ca. 17:30 Uhr

Fachprogramm

KONGRESSLOCATION

Tagungszentrum Aquino

Hannoversche Str. 5b

10115 Berlin-Mitte

VERANSTALTER

**BVM Berufsverband Deutscher
Markt- und Sozialforscher e. V.**

Friedrichstr. 187 | 10117 Berlin

PROGRAMMKOMITEE

Leitung

Christian Thunig

Mitglied des BVM-Vorstands

WEITERE INFORMATIONEN

bvm.org

