

**Research & Results**  
**28. – 29. Oktober 2009**

Halle 1/Stand 159  
M,O,C, Center in München

**Besuchen Sie unsere Workshops auf der Research&Results '09 in München:**

---

## BrainEpics™

**15 Minuten war ich LadyGaga –**  
Einsatzmöglichkeiten von Storytelling in der qualitativen Marktforschung

**Mittwoch, 28.10.2009 | 13.30 bis 14.15 Uhr | Raum 1**

Seit sich die Menschen als solche bezeichnen, erzählen sie sich Geschichten über sich und ihre Sicht auf die Welt. Diese Fähigkeit ist elementar, zeitlos. In ihren "Stories" drücken Verbraucher ihre Wünsche und Hoffnungen aus und "erzählen" von dem, was sie wirklich bewegt. Mit BrainEpics™ haben wir "Storytelling" als Methode weiter verfeinert. Anhand von Fall-Beispielen werden wir die Vielseitigkeit von BrainEpics™ demonstrieren, vom erfrischend unkonventionellen Einsatz bei Blog-Foren oder Insight-Workshops bis hin zum bereichernden Potenzial für die "Klassiker" der qualitativen Marktforschung.

*Präsentiert von:*

**Claudia Antoni**, Senior Project Director and Member of Managementboard  
**Michael Wittenberg**, Senior Project Director and Member of Managementboard

Lesen Sie mehr dazu im aktuellen Interview mit Claudia Antoni in marktforschung.de:

[www.inspirationformarketing.com/de/presse.html](http://www.inspirationformarketing.com/de/presse.html)

Direkt zum Interview/PDF:

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

---



**Vom Blogging zum multioptionalen Web-Portal –**  
neue Möglichkeiten der prozessualen Marketingforschung

**Donnerstag, 29.10.2009 | 13.30 bis 14.15 Uhr | Raum 1**

Fokus-Blogs haben der qualitativen Forschung bereichernden Mehrwert geliefert. Jetzt eingebettet in eine flexibel gestaltbare Portallösung, entsteht mit first@thepool ein strukturierter Forschungsprozess, der sukzessive Wissen vertieft, Themenbereiche erweitert oder sequenziell adaptiv Lösungen nach dem Prinzip der angeleiteten Co-Creation entwickelt, evaluiert und verfeinert. In vielen Anwendungsbeispielen zeigen wir einige der denkbaren Einsatzgebiete prozessualer Marketingforschung mit first@thepool.

*Präsentiert von:*

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

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

H,T,P, Concept  
Gesellschaft für Marketingforschung mbH BVM

**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 (0) 171 2134 378

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. 2008 gehörte H,T,P, Concept mit einem Umsatzvolumen von 13 Millionen zu den größten unabhängigen qualitativen Marketingforschungsunternehmen in Europa. Über 80 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