



Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im Atrium 3

Simultanübersetzt
Deutsch → Englisch

in englischer
Sprache

Uhrzeit	C112	D111	C115	D106	C117	C119	C121
10:00 – 10:30 Uhr	Caplena Leckere Rezepte für Deine Insights – Dr. Schär macht Text mit KI verträglich	Norstat Deutschland GmbH Mit Live-Dashboards zur effizienten Marketingentscheidung.	Special: CX-Summit Cint REWE KUNDENSTIMME-Panel: Qualitäts- und Insightsbooster für interne und externe Studien mit Transaktionsdaten	Special: CX-Summit Bilendi & respondi Nah, näher, Bilendi Discuss – Chancen und Limitationen für DIY-Qual und den Agentureinsatz	Harris Interactive / Toluna Agile – DIY – Data Quality, wie erzielen wir die optimale Datenqualität?	OvationMR Employee Mental Health and Well-being in the Post Pandemic Workplace	Start-up aimpower Künstliche Intelligenz (KI) als Booster für Marketingperformance und kreative Effektivität
10:50 – 11:20 Uhr	eye square Schneller, höher, weiter – Neues aus dem TikTok Werbekosmos: Branding oder Performance was wollen die TikTok User	Special: CX-Summit Ipsos GmbH Es heißt Consumer Journey und nicht Tech Journey – warum, erklären Mercedes-Benz Mobility und Ipsos	Kantar Die zarteste Versuchung, seit es Marktforschung gibt: Beschleunigen Sie mit Kantar Marketplace ihr Markenwachstum	FFIND Quantitative Research and Metaverse: M.A.Y.B.E. is possible?	MANUFACTS Research & Dialog Raus aus der Routine – Rein ins Research Camp: Gemeinsam qualitative Forschung auf ein neues Level heben	Produkt + Markt Das Rollenmodell der Agilen Forschung: So schaffst Du User-Orientierung im Team	Start-up Innovators4Research B.V. I thought you were happy ... Understanding true human emotions
11:40 – 12:10 Uhr	Interrogare Nachhaltigkeit in der Krise: Die Do-/Say-Gap überlisten	Special: CX-Summit Confirmit Vom Feedback zur Aktion: CX-Programme durch Crowdsourcing handlungsorientierter gestalten!	Q Agentur für Forschung Die SWR NEWSZONE – Mit Design Thinking und Marktforschung zum innovativen Medienangebot	VICO Social Media Marktforschung mit KI-Textanalyse für erfolgreichere Produkte (Bsp. Automobilindustrie / Elektronikbranche)	Special: CX-Summit Kantar GmbH Läuft Ihr CX-Programm nicht richtig? Mit mehr Power auf der Erfolgsspur – der Kantar CX Accelerator bringt Ihr CX Programm nach vorne	Special: CX-Summit SKOPOS GmbH & Co. KG Vorsprung durch Technik – wie AUDI mit seiner Insight Community schnell & effizient Mafo-PS auf die Straße bringt	Start-up Horizon Integrating real behavioural data into consumer insights – based on a case study by BSH for a Bosch product
12:30 – 13:00 Uhr	quantilope quantilope & Lindt: Driving Research Efficiencies on a Global Scale	Special: CX-Summit Podiumsdiskussion succreet GmbH Was macht CX Management mit der Marktforschung? Neue Perspektiven, neue Herausforderungen und neue Chancen. (12:30 – 13:15 Uhr)	eye square GmbH Effekte von Werbung auf die mentale Verfügbarkeit	Premise Data inVisible: Crowdsourcing global insights into the product journey, from supply to sale	Dynata GmbH Wie sich kanalübergreifende Kampagnenmessungen mit Hilfe passiver Datenerhebung realisieren lassen	Rogator AG In drei Schritten zum erfolgreichen Zielgruppen-Panel und Online-Community – Forchtest du schon oder suchst du noch?	Caplena Why You Should Ditch Overall Sentiment
Mittagspause				Mittagspause			
14:20 – 14:50 Uhr	september Strategie & Forschung GmbH Emotion Engine – die Vermessung des Unbewussten in einer KI-gestützten Datenbank	DataExpert Services Kft. Von Kaffeekeüche bis Vorstandsetage: Wie man Marktforschungsdaten erfolgreich in die gesamte Organisation einbindet	DataDiggers Family dynamics under current social and economic pressure	Keynote succreet GmbH Herausforderungen der Marktforschung im volatilen Tourismusumfeld – am Beispiel DZT	INNCH innovation guided by research GbR Innovation Guide: Psychologische Forschung und Entwicklung zusammen denken – für Innovationen, die Sinn machen	SKOPOS GmbH & Co. KG Modern, zielgruppenspezifisch & flexibel – Wie Marktdaten-Dashboards bei Carlsberg für bessere Entscheidungen sorgen	Talk Online Deutschland GmbH New Trends, New Demographics: The Online Consumer Landscape, Post-Pandemic
15:10 – 15:40 Uhr	Confirmit Marktforschungsspezifische Lösung oder BI-Software? Das Für und Wider bei der Wahl der passenden Reporting- und Dashboard-Lösung	Cint Online-Panels für die Werbewirkungsforschung – die Einsatzmöglichkeiten des Ad Alliance Cross Device Graphen im ATV/CTV	SKIM Beyond the buzzword: Using workshops to unlock strategies	Relative Insight Cracking The Enigma Of Gen Z by Analyzing Open-Ended Survey Responses	SKOPOS GmbH & Co. KG ISO 20252: Führt Qualität zum Erfolg? Eine Podiumsdiskussion mit namhaften Teilnehmer:innen gibt Aufschluss	Harris Interactive / Toluna Wie gelingen inflationsgetriebene Preisanpassungen?	OvationMR Planning past: the Great Resignation – WFH, hybrid, in-office: The talent of the world has changed. How to succeed.
16:00 – 16:30 Uhr	Bilendi & respondi Warm durch den Winter – Deutschland und die Energiekrise. Quantitative und qualitative Ergebnisse, regionale Unterschiede	Innofact AG Werbeforschung: Wie Takt und Tempo die Wirksamkeit von TV-Spots beeinflussen	Ipsos GmbH Inflation – Herausforderung für Verbraucher, Chance für Unternehmen?	Interrogare Mentale Verfügbarkeit für Markenwachstum nach Byron Sharp – der richtige Methodenmix zur Umsetzung	Kantar GmbH An Agile Manifesto for Market Research	Sawtooth Software A Novel Approach to Identifying Random Survey Respondents	Produkt + Markt Mehr Nähe geht nicht: So sorgen Insight Lounge und IN SPIARY für mehr Substanz in der Forschung
16:50 – 17:20 Uhr	Podiumsdiskussion succreet GmbH Aktuelle Herausforderungen in der betrieblichen Marktforschung (16:50 – 17:35 Uhr)	rheingold salon Wir müssen die Welt neu denken ... Warum Frauen die Welt retten werden ... und Männer dabei unerlässlich sind	Media-Forschung succreet GmbH Ein neuer Standard für die TV- und Video-Forschung? Aufklärung zum WFA-Projekt zur cross-medialen Video-Messung	Entropik Tech How far is too far? Using Behavioral AI to reveal socially desirable answers.	Netquest The Making of Netrica, A Behavioral Data Product	Global NR Building brands across markets with Glocalities: a cross cultural approach	

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich



➔ **Intensiv-Workshops** | Dauer: 45 Minuten

Konferenzräume im Atrium 3

Uhrzeit	D108	D103	D104
10:40 – 11:25 Uhr	Rogator AG Session 1: Qualitätssicherung für die Umsetzung Ihrer Umfragen – Klippen umschiffen mit Rogator	Survalyzer AG Session 1: Die fünf wichtigsten Regeln der Dashboard Erstellung	Special: CX-Summit Masterclass succeet GmbH Session 1: Insights im Daten-dschungel: Die lange Reise zur Customer Journey
11:50 – 12:35 Uhr	Rogator AG Session 2: Qualitätssicherung für die Umsetzung Ihrer Umfragen – Klippen umschiffen mit Rogator	Survalyzer AG Session 2: Die fünf wichtigsten Regeln der Dashboard Erstellung	Special: CX-Summit Masterclass succeet GmbH Session 2: Insights im Daten-dschungel: Die lange Reise zur Customer Journey
Mittagspause			
14:30 – 15:15 Uhr	eye square GmbH Session 1: MindDoc: Wie das Nutzungserlebnis einer Mental Health App mit UX optimiert werden kann	Special: CX-Summit SKOPOS GmbH & Co. KG Session 1: CX & Mystery Shopping: Wie Fressnapf Insights aus beiden Disziplinen in einem integrierten Qualtrics-Reporting verbindet	Special: CX-Summit StraightOne GmbH Session 1: Behavioral Economics goes Agile – Wie Sie mit Agile Customer Thinking die Kundenerfahrung optimieren
15:40 – 16:25 Uhr	eye square GmbH Session 2: MindDoc: Wie das Nutzungserlebnis einer Mental Health App mit UX optimiert werden kann	Special: CX-Summit SKOPOS GmbH & Co. KG Session 2: CX & Mystery Shopping: Wie Fressnapf Insights aus beiden Disziplinen in einem integrierten Qualtrics-Reporting verbindet	Special: CX-Summit StraightOne GmbH Session 2: Behavioral Economics goes Agile – Wie Sie mit Agile Customer Thinking die Kundenerfahrung optimieren

Angemeldet? Nicht angemeldet? So erhalten Sie Zutritt zum Vortragsprogramm

Sie sind angemeldet:

Finden Sie sich bitte rechtzeitig vor dem entsprechenden Raum ein.
Achtung: Reservierungen verfallen 5 Minuten vor Vortragsbeginn!

Sie stehen auf der Warteliste:

5 Minuten vor Vortragsbeginn werden freie Plätze an Personen der Warteliste vergeben.

Sie stehen auf der Gästeliste des vortragenden Ausstellers (VIP):

Sie werden 5 Minuten vor Vortragsbeginn eingelassen.

Sie sind nicht angemeldet:

Freie Plätze in „offenen“ Sessions werden kurz vor Vortragsbeginn an wartende Interessierte vergeben.
Bei „geschlossenen“ Sessions entscheidet der Aussteller, ob Sie Zutritt erhalten.
Die meisten Sessions der succeet22 sind „offen“.

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage in der Messehalle 3

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:00 – 10:15 Uhr	Start-up Afrisight  Audience as a Service (AaaS): On-demand, real-time, reliable & cost-effective Africa & emerging markets consumer & B2B data & insights	14:20 – 14:35 Uhr	eye square GmbH Verbesserung von Vorhersagemodellen: angewandte Neuroforschung und statistisches Marketing-Mix-Modelling
10:25 – 10:40 Uhr	Start-up Mataono GmbH Emotionen einfach analysieren	14:45 – 15:00 Uhr	Ascribe  Fully Automating Verbatim Coding and Text Analysis – dreams do come true!
10:50 – 11:05 Uhr	Start-up Redem GmbH Das mühsame Cleaning von offenen Fragen hat ein Ende	15:10 – 15:25 Uhr	Start-up epap Ask your customer: Mit digitalisierten Kasensbons zu wertvollen Shopper Insights
11:15 – 11:30 Uhr	Start-up oculid GmbH May I have your ATTENTION please! – Wie Mobile Eye Tracking das Testen von Ads & Videos auf ein neues Level hebt	15:35 – 15:50 Uhr	Start-up LReply GmbH LReply - Das innovative Test-Ökosystem
11:40 – 11:55 Uhr	Start-up Murmuras Verhalten in Mobilen Apps messen: Konsumenten- & Wettbewerber-Analyse in 2023	16:00 – 16:15 Uhr	Start-up innerSense GbR Let's connect – Gemeinsam auf Forschungsreise gehen
12:05 – 12:20 Uhr	Start-up Wavix  Get more CATI calls answered with Wavix	16:25 – 16:40 Uhr	Start-up deepsight Textanalyse durch ein KI-Tool? Get out of the (Black) Box!
12:30 – 12:45 Uhr	Start-up Lifepanel  Building the next generation of Probability Panels: Lesson Learned	16:50 – 17:05 Uhr	Special: CX-Summit Start-up liCili Revolution KI-Textanalyse: Die Zukunft der Kundenorientierung an den Best-Practices Betzold, Porta und W&W Gruppe
12:55 – 13:10 Uhr	Start-up AskBrian Der Research Assistent, der niemals schläft!	17:15 – 17:30 Uhr	Start-up TAWNY Die neue Welt der Emotion Analytics: Technologie, Tool und Analysemethoden
Mittagspause		17:40 – 17:55 Uhr	Special: CX-Summit Start-up FORSCHERDRANG Qualitative B2B-Grundlagenstudie: Wie die Lufthansa Cargo mit Hilfe tiefer Insights ihre Customer Experience optimiert

Networking und Abend-Events

Messe lebt von Begegnung und Networking. Die succeet22 bietet Ihnen vielfältige Möglichkeiten zu Vernetzung und professionellem Austausch innerhalb der Insights Community – tagsüber und auch in Abend-Events.

So findet etwa die Party von The Research Club am Donnerstag ab 19:30 Uhr in der Kongress Bar statt. Vorher empfiehlt sich ein abendlicher Rundgang durch die Messehalle: in einer „Happy Hour“ halten einige Aussteller Speisen und Getränke an ihren Ständen bereit (bis 19:30 Uhr).



Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im Atrium 3

Simultanübersetzt
Deutsch → Englisch

in englischer
Sprache

Uhrzeit	C112	D111	C115	D106	C117	C119
10:00 – 10:30 Uhr	Confirmit Forschung & Technologie: Bedrohung oder Symbiose?	Special: CX-Summit Happy Thinking People Der Weg zu Powerful Personas	Special: CX-Summit Rogator AG In drei Schritten zur Customer Centricity – Die NPS®-Messung als ganzheitlicher Prozess für positive Markenerlebnisse	Kantar GmbH The evolution of Research Gamification Techniques: A review of 10 years of fun and games	Schlesinger Group Disrupt Your Research Without Being Disruptive	Behaviorally Inc. Behavioral Research trifft auf Künstliche Intelligenz – Verpackungsforschung im Jahre 2022
10:50 – 11:20 Uhr	Innofact AG Gamification in der Marktforschung: Mit dem INNOFACT-Chipgame Ab- satzeffekte und Kannibalisierung prognostizieren	Special: CX-Summit StraightOne GmbH Resilient in Krisen am Beispiel der Tou- rismusbranche – Mit Customer Thinking trotz schneller Kontextänderungen die passgenaue CX schaffen	QuestionPro GmbH No Limits mit Online Communities: Think big. Scale big. Grow fast!	Tobii Capturing deep consumer insights with eye tracking and attention data	Q Agentur für Forschung Trend-Gipfelstürmer on Tour: Mit künstlicher Intelligenz und Ethnographie Beautytrends erkennen und erlebbar machen	moweb research Onlineumfragen 10t: Eine praxisbezogene Einführung in die Grundbegriffe der Online- forschung
11:40 – 12:10 Uhr	Podiumsdiskussion succeet GmbH New Approaches in Consumer Research (11:40 – 12:25 Uhr)	Special: CX-Summit Ipsos GmbH Budget- und Investitionsplanung: Smarte Lösungen für unternehmens- weite Steuerung von CX	Civey Die richtigen Zielgruppen befragen mit dem größten Online-Panel Deutschlands	Special: CX-Summit september Strategie & Forschung GmbH Viele Köche veredeln den Brei – kunden- zentrierte Innovationsentwicklung statt stumpfen auf die Kundinnen starren	SKOPOS GmbH & Co. KG Faszination mobile Ethnographie! Mit Hello- Fresh- & Ionity-Tester:innen das Nutzerverhal- ten entschlüsseln	Harris Interactive / Toluna Smart Simplification – Agilität und Skalier- barkeit für Ihre Tools
Mittagspause			Mittagspause			
13:30 – 14:00 Uhr	Fastuna Market researchers, rejoice! How to survive in times of automation	eye square GmbH Wie die Maschine uns narrt. – Human Experience im Markt- forschungs-Universum	DataLion GmbH 10 Shortcuts durch den Reporting-Dschungel – Wie Sie mit intelligenten Automati- sierungen und Routinen entspannt ans Ziel kommen	Start-up AskBrian Von Brian und Yoda bis zur synthetischen Umfrage	MANUFACTS Research & Dialog Raus aus der Routine – Rein ins Research Camp: Gemeinsam qualitative Forschung auf ein neues Level heben	INNCH innovation guided by research GbR Design Guide: Welche Farbe hat ‚Kauf ich‘? – Design-geleitete Forschung für Forschungs- geleitetes Design
14:20 – 14:50 Uhr	Fieldstat Quant research in Central and East Europe Cancelled due to illness!!!	Black Swan Data PepsiCo, P&G, Kraft Heinz and J&J – how are the world’s leading innova- tors using AI and Big Data to super- charge their innovation processes?	Ipsos GmbH We need to talk about creativity	ESOMAR Why You Need An Insight Alchemist in Your Company	Mataono GmbH Emotionsanalyse in Folder-Tests	DGOF GOR 22 Best Practice Winner Study: „Leverage the Virtual Consumer“
15:10 – 15:40 Uhr	Special: Recruiting Podiumsdiskussion succeet GmbH Wie gelingt der Einstieg in die Insights Industrie? (15:10 – 15:55 Uhr)		Media-Forschung succeet GmbH Innovation aus Australien: Was ist dran am Neuro Impact Factor? Die Werbe-Währung von „Down Under“: Ein Modell für Deutschland?			

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich



Die 2 Themen-Specials

1. CX-Summit

Was gibt's Neues im Bereich Customer Experience? Hier erfahren Sie es! In Vorträgen, Intensiv-Workshops, in den beiden Masterclasses zu Data & CX sowie in der CX-Podiumsdiskussion – von und mit Dr. Peter Pirner. Sessions des CX-Summit haben wir im Programm für Sie gekennzeichnet.

2. Recruiting

Besonders (aber nicht nur) für Studierende: Am Freitag stellen sich Aussteller als interessante Arbeitsgeber vor: mit Postern und Kurzvorträgen in der Open Stage. Bitte beachten Sie dazu auch die Podiumsdiskussion „Wie gelingt der Einstieg in die Insights Industrie?“ sowie die Masterclasses.

Auf Jobsuche?

Aktuelle Stellenangebote unserer Aussteller finden Sie im Stellenmarkt auf unserer Webseite. Vereinbaren Sie bei Interesse doch einfach einen Termin für ein Kennenlernen auf der Messe.





➔ **Intensiv-Workshops** | Dauer: 45 Minuten

Konferenzräume im Atrium 3

Uhrzeit	D108	D103
10:40 – 11:25 Uhr	eye square GmbH Session 1: Powerful combination: In context technology and smartphone eye-tracking	Produkt + Markt Session 1: Mehr Speed, mehr Tiefe: Wie KI die qualitative Marktforschung umkrempelt
11:50 – 12:35 Uhr	eye square GmbH Session 2: Powerful combination: In context technology and smartphone eye-tracking	Produkt + Markt Session 2: Mehr Speed, mehr Tiefe: Wie KI die qualitative Marktforschung umkrempelt
Mittagspause		
13:30 – 14:15 Uhr	Masterclass succeet GmbH Session 1: „The audience has always been my best director“ Tools aus dem Storytelling für zielgruppen-gerechte Ergebniskommunikation	Masterclass succeet GmbH Session 1: Nur mit Kompetenz zum Erfolg? Das klappt nicht! Diese 4 Faktoren benötigen Sie außerdem. Cancelled due to illness!!!
14:40 – 15:25 Uhr	Masterclass succeet GmbH Session 2: „The audience has always been my best director“ Tools aus dem Storytelling für zielgruppen-gerechte Ergebniskommunikation	Masterclass succeet GmbH Session 2: Nur mit Kompetenz zum Erfolg? Das klappt nicht! Diese 4 Faktoren benötigen Sie außerdem. Cancelled due to illness!!!

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage in der Messehalle 3

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:00 – 10:15 Uhr	Special: Recruiting eye square GmbH eye square – kind competent and free	12:05 – 12:20 Uhr	Special: Recruiting Talk Online Deutschland GmbH Tito & Friends – Deine MAFO-Karriere in einem internationalen Team
10:25 – 10:40 Uhr	Special: Recruiting SKOPOS GmbH & Co. KG SKOPOS – Du hast uns gerade noch gefehlt!	13:30 – 13:45 Uhr	Special: Recruiting Ipsos GmbH Du bist auf der Suche nach deinem Perfect Match?
10:50 – 11:05 Uhr	Special: Recruiting MANUFACTS Research & Dialog Same same, but different: wie Manu-facts dir eine neue Perspektive gibt	13:55 – 14:10 Uhr	Special: Recruiting Bilendi & respondi Bilendi & respondi inside – Wir stellen uns vor
11:15 – 11:30 Uhr	Special: Recruiting SKIM Ein Tag im Leben eines SKIMmers: Erforschen, wie Menschen sich verhalten und warum	14:20 – 14:35 Uhr	Special: Recruiting Innofact INNOFACT: Jung, bunt, familiär und begeistert
11:40 – 11:55 Uhr	Special: Recruiting Interrogare Marktforschung ist gähnend langweilig? Wir beweisen das Gegenteil!		

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich



Kontakt zum Veranstalter der succeet-Events

succeet GmbH
Im Baumstückle 45
71334 Waiblingen
Germany

+49 7151 90 383 90
info(at)succeet.de
www.succeet.de

Bildnachweise:
Titel (iStock1395543776)
S. 10/11 (iStock181250359)



Save the date

succeet23
25. – 26. Oktober 2023

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen.