

Internationale Leitmesse der Insights Industry

Öffnungszeiten: **Mittwoch, 25. Oktober 9:00 – 18:30 Uhr + Happy Hour bis 19:30 Uhr**
Donnerstag, 26. Oktober 9:00 Uhr – 17:30 Uhr

MESSEGUIDE

Programm S. 4 – 11 

CX summit S. 10 – 11 

Aussteller S. 12 – 13 

Hallenplan S. 14 – 15 

Freies WLAN

Benutzer: Civey

PW: succeet23

Premium Partners:

INTERROGARE



produkt+markt
marketing research

ROGATOR 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Was finden Sie wo?

Foyer

- rheingold salon Bistro
- Help-Desk

Halle Nord

- Messestände der Aussteller
- Start-up Area
- Open Stage: frei zugänglich für Kurzvorträge, ohne Anmeldung
- brainLight Wellness-Lounge
- Work Space
- Info Point

1. Obergeschoss

- Räume für das Fachprogramm (Podiumsdiskussionen, Live-Präsentationen, Intensiv-Workshops)
- Besonderheit in Forum 1.2 und Forum 1.3: Simultanübersetzung deutschsprachiger Sessions ins Englische

Cooperation Partners:



Media Partner: marktforschung.de

Willkommen zur succcet23

Liebe Besucherinnen und Besucher,

wir freuen uns, Sie auf der succcet23 – in diesem Jahr erstmals in Wiesbaden – begrüßen zu dürfen. Freuen Sie sich auf über 120 Live-Präsentationen und Workshops und über 125 Aussteller. Besonders gespannt sind wir auf die erstmalige Verleihung des succcet-Awards. Zudem erwarten Sie erneut unser CX summit und tolle Networking-Events.

Wir wünschen Ihnen eine erfolgreiche Messe mit inspirierenden Inhalten, neuen Kontakten und gewinnbringenden Gesprächen.

Let's succcet together!



Heinrich Fischer
Managing Partner



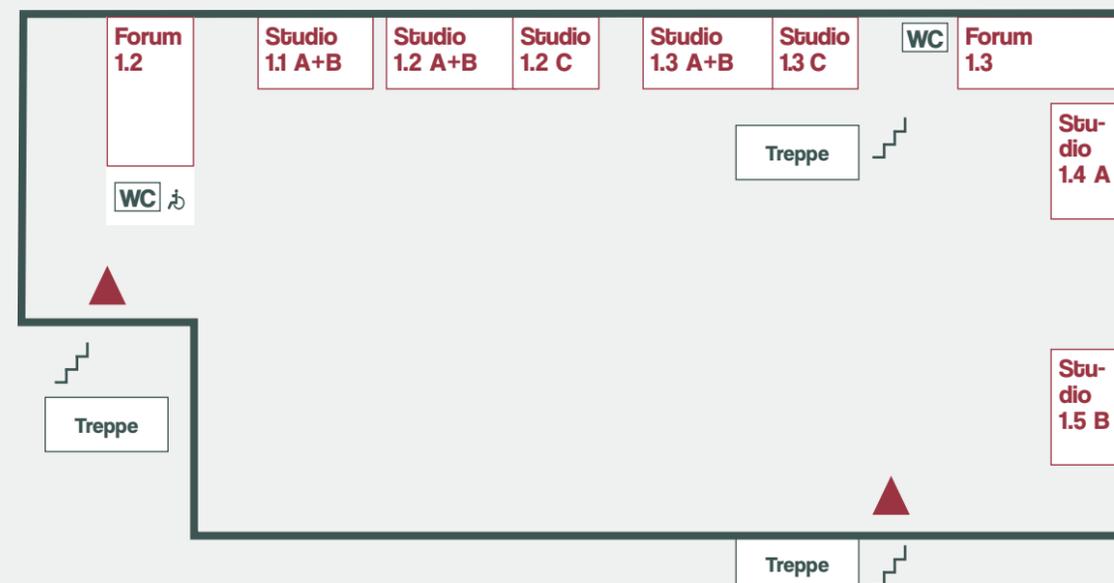
Simone Waller-Klink
Managing Partner



Holger Geißler
Managing Director

Konferenzräume

1. Obergeschoß



So erhalten Sie Zutritt zum Vortragsprogramm

Sie sind nicht angemeldet:

Es gibt in der Regel genügend freie Plätze, einfach mindestens 5 Minuten vor Beginn zum Vortragsraum kommen.

Sie sind angemeldet:

Kommen Sie rechtzeitig, die Reservierung verfällt 5 Minuten vor Vortragsbeginn.

Sie stehen auf der Warteliste:

Freie Plätze werden 5 Minuten vor Vortragsbeginn vergeben.

Besucher-Infos

Weitere Informationen zur succcet23 finden Sie online: ausführliches Ausstellerverzeichnis und Programm, großer Stellenmarkt und vieles mehr



Action Spots & Highlights der succcet23

Unsere Aussteller haben vielfältige Aktionen an ihren Ständen für Sie vorbereitet – eine Übersicht



Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

Simultanübersetzt
Deutsch → Englisch

in englischer
Sprache

Uhrzeit	Forum 1.2	Forum 1.3	Studio 1.2 A+B	Studio 1.3 A+B	Studio 1.1 A+B	Studio 1.4 A	Studio 1.5 B
10:00 – 10:30 Uhr	eye square TIME IS UP – Kontaktqualität jenseits der einfachen Betrachtungsdauer.	Kantar Profiles Division Exploiting agile research techniques Sharing examples of how agile research could be used to gain you tactical advantage	FFIND GmbH Immersive CAWI: Enhancing respondents' experience through innovative AR	Special: CX summit Forsta – A Technology Company Multi-Channel Text Analytics – Der Performance Booster für Ihr CX-Programm	Special: CX summit Start-up Horizon Integrating real behavioural data into consumer insights - based on a case-study by Hansgrohe on new product development	Start-up innerSense Der, die, das – wieso, weshalb, warum? GenZ und ihr Selbst- und Geschlechterverständnis.	Special: CX summit Start-up Machine2Human Solutions KI im Kundenservice
10:45 – 11:15 Uhr	Special: CX summit VICO Research & Consulting Integration von Künstlicher Intelligenz und Social Data Analytics: Der Weg zu Trends, Innovationen und gesteigerter Kundenzufriedenheit	StraightONE Von der Masse zur Klasse: Wie verhaltenspsychologische Zielgruppensegmentierung in Kombination mit ChatGPT & Co. personalisiertes Marketing ermöglicht	mindline Shifting Leadership – die Frauen-Karriere-Studie von emotion und mindline	Podiumsdiskussion Special: CX summit Rogator Do's & Don'ts bei Konzeption und Aufbau von Kunden-Panels und Communities	Survalyzer Lernen Sie von den Besten und wie DPD mit chatGPT offene Antworten analysiert	SKOPOS Mensch vs. Maschine: Wie wir die künstliche Intelligenz (KI) für uns als Researcher:innen nutzbar machen.	Teststudios Deutschland Raum für Erkenntnisse: Vom Mehrwert authentischer analoger Forschung
11:30 – 12:00 Uhr	Toluna / Harris Interactive / MetrixLab Talcid goes Acid Town – Wie Bayer digital creative excellence marktforschungsbegleitend maximiert und somit den Markenrelaunch zum Erfolg geführt hat	Special: CX summit PSYMA GROUP Case: Mehr als nur „gut“ oder „gefällt mir nicht“ – mit KI und hybriden Methoden tiefere Insights aus offenen Nennungen gewinnen	management consult Dr. Eisele & Dr. Noll Return On Brand Research – Markenforschung, die sich auszahlt	INTERROGARE Qual + Quant = Impact ²	Special: CX summit Q Agentur für Forschung Im Wohnzimmer von Verbraucher:innen - Experience Days als gelebte Consumer Centricity	Bilendi & respondi Einfache Wege zu schweren Zielen – Nischen-Targeting-Lösungen für schwer erreichbare Zielgruppen	Forsta – A Technology Company Betrügern auf der Spur
12:15 – 12:45 Uhr	Make Opinion Survey Engagement and Gen Z	Podiumsdiskussion Special: CX summit succreet Wieviel Marktforschung steckt in Customer Experience Management? (bis 13:00 Uhr)	MediaAnalyzer TV-Werbung im Kopf – Visual Transfer für starke Audio-Kampagnen	Produkt + Markt Maximale Wirkung: Wie Ergebnisworkshops Storytelling in den Schatten stellen	Special: CX summit Start-up Caplena AI Feedback Analysis: Flixbus's Operational Edge	Seïssmo - Markt und Forschung I confess. Qualitative Tiefeninterviews als sicherer Ort der „Beichte“	Special: CX summit Start-up aimpower Wie PepsiCo weltweit mit Künstlicher Intelligenz Effektivität und Share-of-Attention am Point-of-Sale maximiert
Mittagspause							
13:45 – 14:15 Uhr	Special: CX summit SKOPOS NPS-Feedback-Messung, integrierte Insights und deren Aktivierung – wie GLS Kundenzentrierung managt	Keynote succreet Data und Mafo – it's a match! Wie ein öffentlich-rechtliches Medienhaus datengetrieben arbeitet. Keynote Matthias Eckert, Hessischer Rundfunk	eye square Digitales Wohlbefinden: Potenziale für die UX-Forschung.	E-Tabs The Automated Edge: How Our Clients Are Crafting Market Research Reports with Unmatched Speed, Accuracy, and Efficiency	MANUFACTS Research & Dialog Shades of Pink – Marketing-Segmentierung im Spannungsfeld eines neuen Frauenbilds	AMR Advanced Market Research Der Mix macht's – Einführung in maßgeschneiderte Datenerhebung per Mixed Mode	Special: CX summit Ascribe Unlocking the Power of AI in Verbatim Coding
14:30 – 15:00 Uhr	INNOFACT Datengüte mit dem INNOFACT-Quality-Check: Wenn KI und gutes Handwerk in Online-Umfragen Hand in Hand gehen	Special: CX summit quantilope Bosch: Placing Consumer Centricity at the Heart of Smart Home Innovations	SKIM Using AI for more creativity, better quality and higher efficiency – 4 case studies	Special: CX summit Talk Online Panel Das Potenzial von In-App Tracking: Die Wirksamkeit von Social Media Marketing messen	rheingold salon Demokratie & Medienakzeptanz	Behaviorally Sustainable Packaging – bereit für den Sustainable Mainstream?	Special: CX summit rc-research & consulting CX Modellieren und Monetarisieren
15:15 – 15:45 Uhr	DataExpert Mastering the future challenges in dashboarding	GIM GOR Best Practice-Award-Gewinner 2023: Digital Media Types – mehr Zielgruppenverständnis mit kombinierter künstlicher Intelligenz	Special: CX summit SKOPOS Datengetriebene Insights: Wie die REWE Insights Cloud den Weg zu KI-basierten Erkenntnissen ebnet	Produkt + Markt Zielgruppe Pflegende: Der p+m care.monitor zeigt Potenziale über den Gesundheitssektor hinaus	Dynata Member Centricity at Dynata: A holistic approach to drive respondent engagement and results	Special: CX summit moveXM CX-Management zum Leben erwecken. Eine praxisorientierte Anleitung rund um Menschen, Prozesse und Technologie – Kooperation mit KPMG.	Special: CX summit liCili Revolution KI-Textanalyse – Die Zukunft der Kundenorientierung am Beispiel Betzold, STABLO und Württembergische Versicherung
16:00 – 16:30 Uhr	ESOMAR Panel discussion: the end client's perspective on AI	september Strategie & Forschung Mit dem richtigen Methoden-Mix auf dem Weg zur Generation Zukunft	DWJ Insights Nasch-Momente: So vielfältig wie unser Alltag! Category Entry Points und mentale Verfügbarkeit von Marken im Segment Naschen	Q Agentur für Forschung I Want to Know What Data Is: KI im Mafo-Reality-Check	Start-up Amazing Retailing How to succeed on 3rd party eCommerce websites?	rc-research & consulting Marktdynamiken mit ‚Usage and Attitude‘ Forschung verstehen	Special: CX summit Civey Wechselwillige Kunden identifizieren – Datenbasierte Zielgruppenansprache bei Vodafone mit Civey
16:45 – 17:45 Uhr	WiseRabbit, AMR & mindline energy Das Finale des succreet-Awards (Teil 1) - Regionale Marktforschung						

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich

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

Konferenzräume im 1. OG

Uhrzeit	Studio 1.2 C	Studio 1.3 C
10:00 – 10:45 Uhr	ADM Arbeitskreis Dt. Markt- und Sozialforschungsinstitute Gemeinsam zu mehr Nachhaltigkeit in der Markt- und Sozialforschung: Vom ADM-Leitfaden bis zum Branchenkodex	
11:00 – 11:45 Uhr	Start up aimpower AI-Roadmap-Workshop für MarktforscherInnen (und Marketer)	Special: CX summit Futurelab Herausforderung VoC für Marktforscher – wie man Erfolg sichert und ROI steigert
12:00 – 12:45 Uhr	like to KNOW Was haben Sherlock Holmes und Speedy Gonzales mit erfolgreicher Innovationsforschung zu tun?	september Strategie & Forschung „Die Zukunft ist auch nicht mehr das, was sie mal war.“ Let's face it. Marken können nicht mehr NICHT zur Zukunft kommunizieren.
Mittagspause		
14:30 – 15:15 Uhr	StraightONE Praxisworkshop: Verhaltenspsychologische Kunden-segmentierung praktisch umgesetzt	Rogator Das eigene Online-Panel steht. Und jetzt? – Chancen, Herausforderungen und Erfahrungen aus der Praxis
15:30 – 16:15 Uhr	Séissmo – Markt und Forschung Welche Reife erfordert die erfolgreiche Durchführung von qualitativ-explorativer Mafo & Semiotik im Unternehmen? Ein Praxis-Workshop	Masterclass succcet Beautiful Insights! Ihre Insights sind wertvoll. Zeigen Sie das mit attraktivem Design. Workshop Stefanie Fröhner, EnCon Coaching & Consulting

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage im Erdgeschoß Halle Nord

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:25 – 10:40 Uhr	Start-up Itention  How to pre-test and optimize any creative in seconds with our AI-based analytics platform	14:20 – 14:35 Uhr	Produkt + Markt CATI neu entdeckt: Nutzen Sie das volle Potential in Ihren Projekten
10:50 – 11:05 Uhr	Start-up RealEye  How to run a webcam eye-tracking study with 100+ panelists?	14:45 – 15:00 Uhr	horizoom Qualität im Connected Data Zeitalter mit horizoom: ein Überblick über die Megatrends im Panelgeschäft
11:15 – 11:30 Uhr	Start-up Expertly AI  Tbd.	15:10 – 15:25 Uhr	MediaAnalyzer Vom TV-Spot zum Bewegtbild-Spot: Herausforderungen für die Wirkungsforschung
11:40 – 11:55 Uhr	Start-up ReDem Trauen Sie noch Ihren Daten? Wie Sie Ihre Umfragen vor intelligentem Incentive-Betrug schützen.	15:35 – 15:50 Uhr	Make Opinion  From Clicks to Conversions: Figma Prototype Insights, Heatmaps and A/B Testing Strategies
12:05 – 12:20 Uhr	Start-up Lifepanel  Online Probability Panels	16:00 – 16:15 Uhr	Start-up Murmuras  Mobile Big Data - How to understand target groups & competitors by measured app content in everyday life
12:30 – 12:45 Uhr	Start-up Main Frame  Main Frame – Online Panels and Services	16:25 – 16:40 Uhr	Start-up B2B Research Sarl  AI based service b2bsearch.co on the search of hard-to-find respondents. Powered by Chat GPT and LLama LLMs
12:55 – 13:10 Uhr	Start-up WiseRabbit  Can we overcome Omnibus Directive challenges? Behavioral economics boosting promo effectiveness. CASE STUDY		
Mittagspause			

Networking at its best

Freuen Sie sich auch in diesem Jahr auf tolle **Networking-Events** zum Ausklang des ersten Messtags.

In der Messehalle findet ab 18:30 Uhr die **succcet23 Happy Hour** statt. Verschiedene Aussteller bieten an ihren Ständen Speisen und Getränke an.

Wir laden Sie herzlich zu einem Rundgang durch die Messehalle mit Gesprächen in ungezwungener Atmosphäre ein.

Anschließend haben Sie die Wahl zwischen der traditionellen **Networking-Party von The Research Club** in „Das Wohnzimmer“ oder einem Abend in gepflegter und entspannter Atmosphäre in der **BENNER's Bistronomie**. Eine Voranmeldung ist für beide Veranstaltungen erforderlich.



Geben Sie uns Feedback

Geben Sie uns während Ihres Messebesuches Ihr Feedback mit **Bilendi Discuss** – die Echtzeit-Feedbacklösung während der succcet23. Posten Sie Ihre Eindrücke, die besten Messemomente, den schönsten Stand und bewerten Sie einzelne Sessions. Hier erreichen Sie uns und wir Sie direkt über WhatsApp



Hinweis: Stand bei Redaktionschluss – Änderungen möglich

Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

S Simultanübersetzt
Deutsch → Englisch

UK in englischer
Sprache

Uhrzeit	Forum 1.2	Forum 1.3	Studio 1.2 A+B	Studio 1.3 A+B	Studio 1.1 A+B	Studio 1.4 A	Studio 1.5 B
10:00 – 10:30 Uhr	INNOFACT S Die Markenwirkung macht's! Warum es mehr als nur Messwerte in der Werbeforschung braucht.	Beyond Reason UK Sex sells, neuro sells better.	MediaAnalyzer Wirkt Promi-Werbung wirklich? Insights zur Messung von Testimonial-Kampagnen mit EmotionTracking und der KI chatGPT4	Start-up Caplena MusterFirmaChatGPT: wie KI auf Unternehmen angepasst werden kann	GlobalNR UK Glocalities International BV: Effective use of Inclusivity! Pitfalls and Tips for Impactful Brand Communication in FMCG	Special: CX summit moveXM Customer Experience Management, Digitalisierung & MaFo am Erfolgsmodell des Textil-Service-Riesen Mewa.	Norstat UK Research with B2B target groups – data & tips from a fieldservice provider
10:45 – 11:15 Uhr	eye square S Online-Shopping revolutionieren: Nutze die Möglichkeiten von Ecommerce Insights und In-Context-Tests!	PureSpectrum S Is generative AI making it more difficult to detect fraudulent / bad data quality? – Challenges for Data Quality and practical solutions for online surveys	Toluna / Harris Interactive / MetrixLab UK Consumer Pulse Barometer	INTERROGARE Markenwachstum durch Mentale Verfügbarkeit und gezielte Category Entry Points	Podiumsdiskussion Special: CX summit Rogator Customer Centricity in der Praxis: Wie der transaktionale NPS® plus von Rogator Unternehmensprozesse unterstützt.	Special: CX summit mindline Patienten-Safari: wie man durch eine multi- methodische Langzeitstudie spannende Insights generieren kann.	IFAK Institut Communities als Co-Creation Thinkbank: Smarte Trend-Forschung von morgen
11:30 – 12:00 Uhr	Podiumsdiskussion succet UK What the future holds for market research – panel discussion (until 12:15 pm)	KERNWERT S Leichter eintauchen – Mit KI schneller relevante Insights finden	GIM Zukunftsmut – Drei Hoffnungen in belastenden Zeiten	SKIM Marktforschung und Inflation: Wann ist Conjoint die richtige Wahl und wie nutzen wir dessen Stärken?	Forsta – A Technology Company Marktforschung in voller Lautstärke: Befragung von Rock-Festivalbesuchern	Special: CX summit Start-up horizoom Evaluation eines Customer Life Time Quality Scores für Teilnehmer des horizoom Access Panels unter Einbezug des ReDem® R-Scores	Bilendi & respondi Give them more SPICE: Wie kleine Marken stärker werden.
Mittagspause							
13:00 – 13:30 Uhr	DVJ Insights S Wie gut erreicht videobasierte Online-Werbung Millennials und Gen-Z?	Appinio S Next Level Brand Health Tracking: Der Ansatz der Mental Availability	Brandwatch UK Large Language Models, Statistical Models and How AI is Revolutionising Social Listening	Special: CX summit SKOPOS Am Anfang war ... der PROZESS!!! Ein Blick auf die Customer Experience aus der (Kundinnen-) Prozessebene.	Sawtooth Software UK Tricks and Tips of Key Drivers Analysis	Survalyzer Lernen Sie von den Besten und wie DPD mit chatGPT offene Antworten analysiert	Qlixta Dashboards weiter gedacht
13:45 – 14:15 Uhr	Kantar Profiles Division UK Getting real about User Data Quality	concept m research + consulting S Morphologische Psychologie als Fundament für modernes Marketing	Special: CX summit B2B International UK „What moves B2B decision makers?“ – Results of the world's largest study on decision-making processes in the B2B sector	Special: CX summit Futurelab Marktforschung und Customer Insights: Silos durchbrechen?	Special: CX summit QuestionPro The Power of Integration: Wie die Verbindung von Marktforschung und Customer Experience Unternehmen vorantreibt	Bilendi & respondi Effiziente Marktforschung: Zeitersparnis durch KI in Bilendi Discuss – Eine Fallstudie mit der Driven By GmbH, eine 100 % Tochter der Allianz	Start-up JBC Sportresearch Immer schön sportlich bleiben! Mit Sneakern, Homefitness und Drive to Survive.
14:30 – 15:00 Uhr			Freshworks UK Turning AI hype into reality. How generative AI drives real impact in customer service	Keynote succet Mediaforschung ohne Menschen? Neue Wege von synthetischen Datensätzen bis zu digitalen Zwillingen. Dirk Engel	ESOMAR UK Who contracts insights, and what do they really want? Lessons to capitalise on the insights industry.	GIM Insights kuratieren statt Daten sammeln: Wie Marktforschung von begleitender Beratung profitiert	Greenbook UK What Insights Marketers Can Learn From the GRIT Report
15:15 – 16:15 Uhr	moweb research, SKOPOS & Statista Q S Das Finale des succet-Awards (Teil 2) – Generation Z	Podiumsdiskussion succet S Ist der Einstieg in die Insights Industry noch attraktiv?					

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich



Kontakt zum Veranstalter der succet-Events
succet GmbH
Im Baumstückerle 45, 71334 Waiblingen, Germany

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



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

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

Uhrzeit	Studio 1.2 C
10:00 – 10:45 Uhr	Produkt + Markt Mensch und KI Hand in Hand: Die perfekte Symbiose für die Qualitative Marktforschung
11:00 – 11:45 Uhr	SKOPOS UX Research im MetaVerse: Learnings aus dem Beta Trial der Deutschen Telekom.
Mittagspause	
13:00 – 13:45 Uhr	Special: CX summit Masterclass Wo finden sich Personas eigentlich in der Kundendatenbank? Jan-Carsten Jüchtern, Artilytix
14:00 – 14:45 Uhr	Masterclass succeet GPT-4 und Alternativen in der Praxis: Qualität, Implementierung, Kosten und Datenschutz. Paul Simmering, Q I Agentur für Forschung

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage im Erdgeschoß Halle Nord

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:25 – 10:40 Uhr	Special: CX summit paulusresult Auf der Suche nach einem CX-Tool? Mit der richtigen Vorgehensweise 60% sparen ohne Qualitätseinbußen	13:30 – 13:45 Uhr	TAWNY Vision AI in der Marktforschung – die TAWNY Emotion AI Technologie in Aktion
10:50 – 11:05 Uhr	Start-up LReply Marketingenerfolg durch Differenzierung - in jeder Hinsicht.	13:55 – 14:10 Uhr	Interviewly  Revolutionizing Qualitative Research with AI
11:15 – 11:30 Uhr	INNOFACT Hochflexibel, voll integriert und super schnell: Dashboards kundenindividuell einrichten	14:30 – 15:00 Uhr	BAUR Versand, Kaiser X Labs & liCili Live Podcast #CXEinfachMachen: Kundenzentrierung in der Versandhandels- & E-Commerce-Branche
11:40 – 11:55 Uhr	DataDiggers  Entschlüsselung des Verbraucherverhaltens in der Midlife-Crisis	16:30 – 17:00 Uhr	succeet „Insights überzeugend präsentieren – Wie geht das?“ Expertentalk: Stefanie Fröhner im Gespräch mit Prof. Horst Müller-Peters
12:05 – 12:20 Uhr	Start-up Afrisight  Tbd.		

Mittagspause



Die Sessions des CX summits haben wir im Programm auf den Seiten 4 – 11 für Sie gekennzeichnet. Besuchen Sie die Messestände mit einem CX Angebot.

In unserem Ausstellerverzeichnis können Sie alle Messestände mit einem speziellen CX Angebot herausfiltern:

- Selektieren Sie unter **Top skills** nach dem Label CX/Customer Experience: Sie finden etwa 20 Aussteller.
- Selektieren Sie unter **Themen** nach dem Label CX/Customer Experience: Sie finden etwa 65 Aussteller

Dr. Peter Pirner ist ein renommierter Thought Leader im Bereich Customer Experience und hat die fachliche Leitung des CX summits. Er war maßgeblich an der Konzeptentwicklung beteiligt und moderiert die Podiumsdiskussion und ausgewählte Aussteller-Sessions.

” Bereits zum dritten Mal gibt es im Rahmen der **succeet23** ein spezielles Fachprogramm zum Themenfeld **Customer Experience Management**.

Für den diesjährigen CX summit haben wir etwa 30 Fachvorträge ausgewählt, die das gesamte Spektrum der Anwendungsfelder an der Schnittstelle zwischen Insights, Technologie und Management abdecken.

Diese breite Palette der Themen, die während des CX summits behandelt werden, zeigt bereits die Vielfalt und Tiefe der Diskussionen, die auf der Messe stattfinden können. Von der Integration von Künstlicher Intelligenz in State-of-the-Art Text Analytics über die Auswahl von KPIs bis zur Modellierung des ROI und der Frage, wie Kundenpanels und Communities aufgebaut

oder die richtige Technologie für CX-Management-Programme ausgewählt werden sollten – diese Veranstaltung bietet allen CX-Interessierten eine wertvolle Plattform für den Austausch bewährter Praktiken und die Erkundung neuer Ansätze.

Daher lade ich Sie mit großem Stolz auf das aktuelle Programm herzlich ein, aktiv an den Diskussionen und Vorträgen teilzunehmen, um Ihr Wissen zu erweitern und wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Nutzen Sie die Gelegenheit zum persönlichen Austausch mit Anbietern und Fachexperten vor Ort, um herauszufinden, wie Sie CX-Management in Ihrem Unternehmen noch wirkungsvoller einsetzen können.

Dr. Peter Pirner



Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich

Freies WLAN
Benutzer: Civey
PW: succeet23

Ausstellerliste

Aussteller	Stand	Webseite
ADM	213	www.adm-ev.de
Afrisight	Start-up Area	www.afrisight-research.com
aimpower	422	www.aimpower.ai
AMR Advanced Market Research	100	www.amr-research.com
Appinio	327	www.appinio.com/de
Ascribe	317	www.goascribe.com
B2B International	CP	www.b2binternational.com
B2B Research	Start-up Area	www.b2bsearch.co
Behaviorally	407-1	www.behaviorally.com
Beyond Reason	319	www.beyondreason.eu
Bilendi & respondi	200	www.bilendi.com
BOMI	329	www.bomimr.com
Brandwatch	305	www.brandwatch.com/de
BVM	419-1	www.bvm.org
Caplena	301	www.caplena.com
Cido Research	223	www.cidoresearch.com
CINT	207	www.cint.com
Civey	CP	www.civey.com
Clear Seas	507	www.clearseasresearch.com
concept m research + consulting	CP	www.conceptm.eu
crunch.io	313-2	www.crunch.io
cxomni	418-2	www.cxomni.net
DataDiggers	109	www.datadiggers-mr.com
DataExpert	102	www.dataexpert.hu
Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung DGOF	CP	www.dgof.de
Divergent Insights	209-2	www.divergentinsights.com
DR. HASPEL & PARTNER TEST-STUDIO	220	www.haspel-partner.de
DWJ Insights	400	www.dwj-insights.com
Dynata	306	www.dynata.com
Emazing Retailing	Start-up Area	www.emazingretailing.com
ESOMAR	313-1	www.esomar.org
E-Tabs	501	www.e-tabs.com
Expertly AI	Start-up Area	www.expertly-ai.network
eye square	300	www.eye-square.com
FFIND GmbH	402	www.ffind.com

Aussteller	Stand	Webseite
Fieldwork Inc	105	www.fieldwork.com
foerster & thelen Teststudio	220	www.ftstudio.de
foerster & thelen Marktforschung Feldservice	220	www.ftmafo.de
Forsta - A Technology Company	307	www.forsta.com/de
FRC (Hongkong)	423	www.frchongkong.com
Freshworks	417	www.freshworks.com/de
Futurelab	418-1	www.futurelab-deutschland.de
GDCC	320	www.gdcc.com
GIM	309	www.g-i-m.com
Global Market Research	406-2	www.agmr.com
GlobalNR	111	www.globalnr.com
GMO Research	311	https://gmo-research.com
Greenbook	405-2	www.greenbook.org
Harris Interactive	204	www.harris-interactive.de
Horizon	Start-up Area	www.gethorizon.net
horizoom	210	www.horizoom.de
IFAK Institut	326	www.ifak.com
i-CEM	CP	www.i-cem.de
INFO GmbH	CP	www.infogmbh.de
Ingress GmbH	110	www.ingress.de
innerSense	Start-up Area	www.innersense-research.com
INNOFACT	203	www.innofact-marktforschung.de
INTERROGARE	201	www.interrogare.de
Interviewly	Start-up Area	www.interviewly.ai
INTRA RESEARCH	104	www.intraresearch.com
Ibtention	Start-up Area	www.ibtention.com
JBC Sportresearch	Start-up Area	www.sportresearch.de
JTN	503	www.jtnresearch.com
Kantar Profiles Division	206	www.kantar.com
KERNWERT	502	www.kernwert.com
Krämer Marktforschung	223	www.kraemer-germany.com
liCili	318	www.licili.de
Lifepanel	Start-up Area	www.sales.rocks

Aussteller	Stand	Webseite
like to KNOW	421	www.liketoknow.de
LReply	Start-Up Area	www.lreply.com/de
Machine2Human Solutions	Start-up Area	www.m2h.ai
Main Frame	Start-up Area	www.mainframemr.com
Make Opinion	500	www.makeopinion.com
management consult Dr. Eisele & Dr. Noll	312	www.management-consult.de
MANUFACTS Research & Dialog	225	www.manufacts.de
Marketing Systems Group/ARCS	106	www.m-s-g.com/Pages/arcs
marktforschung.de	413	www.marktforschung.de
MediaAnalyzer	324	www.mediaanalyzer.com
MetrixLab	204	www.metrixlab.com
mindline	304	www.mindline.de
MIS Group	113	https://en.misgroup.io
moveXM	405-1	www.movexm.com
moweb research	100	www.mowebresearch.com
Murmuras	Start-up Area	www.murmuras.com/de
Netquest	208-2	www.netquest.com
NORDIC VIEWPOINT	101	www.nordic-viewpoint.com
Norstat	303	www.norstat.de
One Global Ltd	407-2	www.one-global.com
Opinions	221	www.opinionsltd.com
paulusresult	418-2	www.paulusresult.de
PAYBACK	202	www.payback.net
Produkt + Markt	321	www.produktundmarkt.de
PSYMA GROUP	205	www.psyma.com
PureSpectrum	302	www.purespectrum.com
Q Agentur für Forschung	308	www.teamq.de
Q One Tech	330-2	www.qone-tech.com
Qlixta	102	www.qlixta.com
quantilope	403	www.quantilope.com
QuestionPro	325	www.questionpro.de
Quirk's Media	315	www.thequirksevent.com
quotapoint	323	www.quotapoint.de
Rakuten Insight	401	https://insight.rakuten.com
Random Dynamic Resources	506	www.random-dynamicsources.com

Aussteller	Stand	Webseite
Rare Patient Voice	330-1	www.rarepatientvoice.com
rc-research & consulting	312	www.r-c-online.com
RealEye	Start-up Area	www.realeye.io
ReDem	Start-up Area	www.redem.io
rheingold salon	CP	www.rheingold-salon.de
Robas Research	112	www.ro-bas.com
Rogator	226	www.rogator.de
RONIN Research	218	www.ronin.com
Rosenthal Research	220	www.rosenthal-research.com
Sample Answers	211	www.sampleanswers.com
SampleNinja	103	www.sampelninja.io
Sawtooth Software	216	www.sawtoothsoftware.com
Séissmo - Markt und Forschung	215	www.seissmo.com/de
september Strategie & Forschung	217	www.september-online.de
SIS International Research	107	www.sisinternational.com
SKIM	209	www.skimgroup.com
SKOPOS	406-1	www.skopos.de
Statista	214	https://de.statista.com
StraightONE	208-1	www.straight.one
Stratega	408-2	https://strategaresearch.com/
succeet	413	www.succeet.de
Survalyzer	316	www.survalyzer.com/de
Symmetric Sampling	322	www.symmetricssampling.com
Talk Online Panel	224	www.talk-group.com
TAWNY	Start-up Area	www.tawny.ai
Teststudios Deutschland	404	www.teststudios-deutschland.de
THG Fluently / Language Connect	505	www.thgfluently.com
Toluna	204	www.toluna.com
verbilogic	108	www.verbilogic.com
VICO Research & Consulting	310	www.vico-research.com
WEBFRAGER	220	www.webfrager.de
WiseRabbit	Start-up Area	www.wiserabbit.co

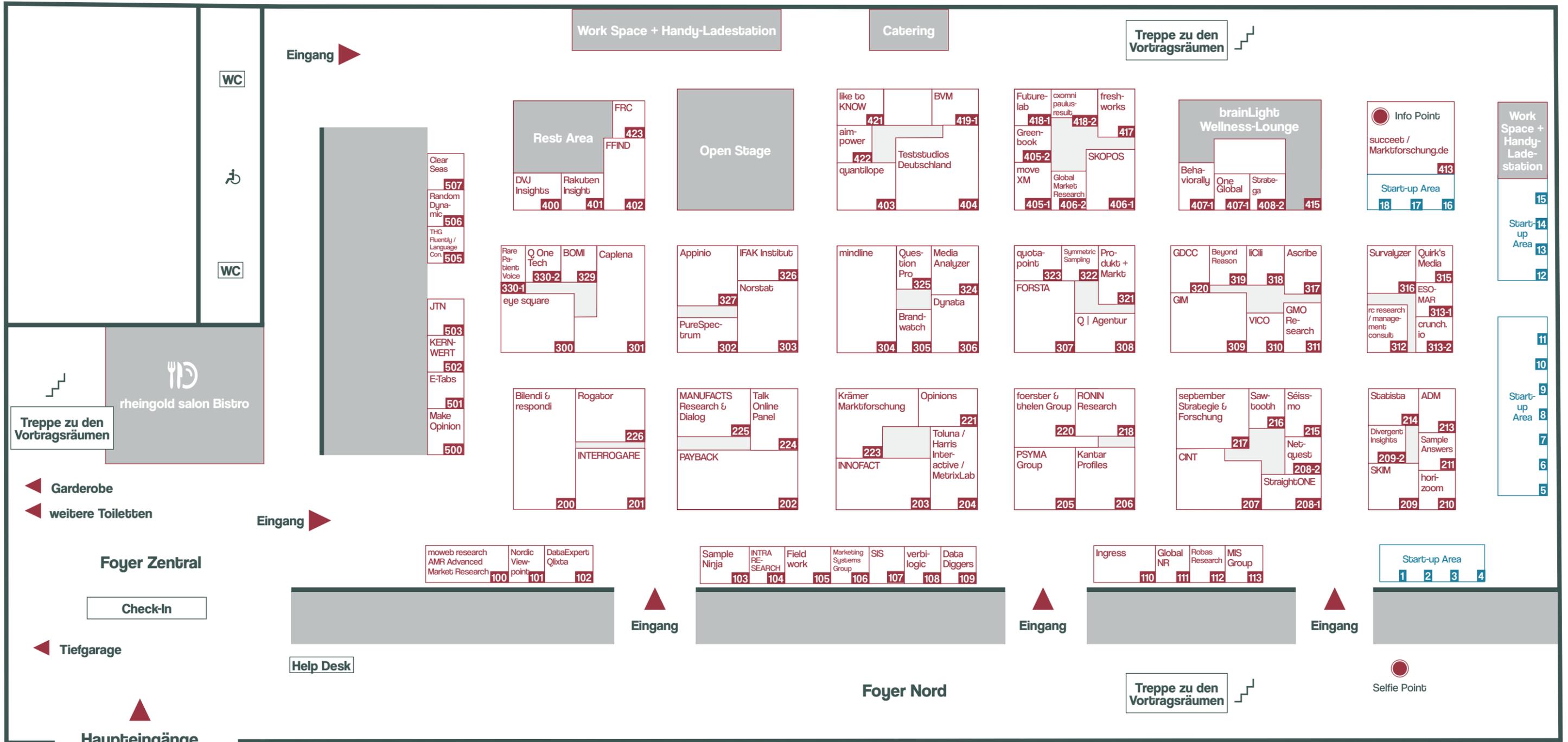
CP = Cooperation Partner

Hallenplan Halle Nord

Erdgeschoß

Hallenplan Halle Nord

- Start-up Area**
- 1 Expertly AI
 - 2 Murmuras
 - 3 Life Panel/Sales Rocks
 - 4 Emazing Retailing
 - 5 Main Frame
 - 6 RealEye
 - 7 innerSense
 - 8 WiseRabbit
 - 9 Ittention
 - 10 ReDem
 - 11 Machine2Human Solutions
 - 12 Horizon
 - 13 b2bresearch.com
 - 14 Lreply
 - 15 Afrisight
 - 16 JBC Sportresearch
 - 17 TAWNY
 - 18 Interviewly





Ihre Daten
sagen Ihnen
nicht warum.
Wir schon.