

Event Guide

The No.1 Event for the
International Insights Industry
12-13 February, 2025
RMCC Wiesbaden

Opening Hours

Wednesday, 12 February, 2025

9:00 am – 6:30 pm

+ Happy Hour until 7:30 pm

Thursday, 13 February, 2025

9:00 am – 5:30 pm

Premium Partners



Content

Program	p. 4–9
List of Exhibitors	p. 10
Floor Plan Halle Nord	p. 14

Where to find what?

Foyer

- Bistro
- Help Desk
- Cloak Room

Halle Nord – Exhibition Hall

- Exhibition Stands
- Start-up Area
- Open Stage:
Short Presentations without pre-registration
- Stairway to the Presentation Rooms
- concept m Bistro
- Guided Tours
- brainLight Wellness-Lounge
- Networking & Phone Charging
- Info Point
- Selfie Point
- Happy Hour
(day 1, 17:30–19:30)

Upper Floor

- Live Presentations
(simultaneous translations German → English in “Forum 1.3”)
- Panel Discussions
- succet Award

Cooperation Partners

ADM.

B2B International
a dentsu company



concept *m*

daten
menschen
human skills for data impact



EMENDO
event + congress



ESOMAR

FRENUS



insight
platforms
INSIGHT
platforms



psyma
Passionate People.
Creative Solutions.

SWISS INSIGHTS⁷
Swiss Data Insights
Association

QUIRK'S
MEDIA

Q QUOVADIS

talk
ONLINE PANEL



V VIRTUAL
INCENTIVES

Media Partner

marktforschung ^{de}

Imprint

succet GmbH
Obere Sackgasse 9/11
71332 Waiblingen

Contact
P +49 7151 90 383 90
info@succet.de

Represented by:
Heinrich Fischer, Holger Geißler,
Simone Waller-Klink



Welcome to succet25!

Welcome to succet25 – the number 1 event for the international insights industry. Let yourself be inspired by the diversity of our offer: Over 130 exhibitors, more than 150 Live, Short and Stand Presentations, our Happy Hour and an attractive networking program offer information and entertainment at its best.

New this year: Our Guided Tours, which will take you directly to the highlights of the trade show, as well as the Stand Presentations, which will help you to get a quick overview of the most important topics at succet25. Do not miss the presentation of the coveted succet Award and enjoy our fantastic networking opportunities.

We wish you inspiring encounters, valuable contacts and stimulating discussions.

Let's succet together!



Heinrich Fischer
Managing Partner



Simone Waller-Klink
Managing Partner



Holger Geißler
Managing Director

Online Visitor Information

- detailed list of exhibitors
- program & hall plan
- large job market
- CX summit & EX research
- sightseeing in Wiesbaden



Action Spots & Highlights

Our exhibitors have prepared a wide range of activities for you at their stands.





Time	Forum 1.2	Forum 1.3 S	Studio 1.1 A+B	Studio 1.5 B	Studio 1.3 A+B
10:00	Statista UK Consumer Trends 2025	CX SUMMIT DE UK BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Customer Experience Research - Optimizing service and sales: Getting rid of the blind spot.	B2B International UK The Superpowers Index: What Do B2B Buyers Really Care About?	CX SUMMIT DE Murmuras Daten verbinden: Von der App in den Store	SKOPOS DE To build a brand and track it. Die Marken-Erfolgsstory von Nø Cosmetics
10:30					
11:00	Beyond Reason UK Brand Desirability- quantify the unquantifiable thanks to neuro	Produkt+ Markt DE UK Discover Germany's Digitalization Types in AI-Driven Dialogue	DataExpert UK Transform Your Dashboards: Secrets of Visualization & Design	mindline DE Mit Category Entry Points zu Markenzwachstum	Make Opinion UK Engaging the Next Generation of Survey Respondents Strategies and lessons from Make Opinion's experience with younger audiences.
11:30					
12:00	CX SUMMIT DE Forsta – A Technology Company CX meets AI: Wie Sie KI erfolgreich in Ihre Kundenprogramme integrieren	INNOFACT DE UK Quality without compromise: The integrated Survey+ platform for qualitatively superior online surveys	DVJ Insights DE Jede Woche neu: Dynamisches Kampagnentracking für hochfrequente Advertiser, am Beispiel von ALDI SÜD.	GIM DE Wer Visionen hat soll zum Arzt gehen? Oder zur GIM. Komplexe Projekte einfach machen	Survalyzer DE Der flexible Methodenkoffer von Online Befragungen
12:30					
Break					
13:30	concept m research + consulting GmbH DE UK AI Trained to Go Deeper	bms – marketing research + strategy DE UK Maximizing Profit Contribution in FMCG through Price and Assortment Optimization	Appinio UK From Marketing & Consumer Research to Marketing & Consumer Science	CX SUMMIT DE SKOPOS Personabot mit Fakten: Wie innovative Zielgruppen-segmentierung erlebbar gemacht wird	horizoom DE Einsatz von Identitätslösungen für die ATV-Kampagnenevaluation: Aktive Werbeauslieferung an Panelisten der Ad Alliance- und horizoom-Panels
14:00					
14:30	Bonsai GmbH DE Frag bonsAI: Von Echtzeitdaten zu Engagement – sprechen Sie mit ihrer Zielgruppe, jederzeit!	CX SUMMIT UK Forsta – A Technology Company A new frontier in insights	Talk Online Panel DE 360° Erfolgsmessung von Multichannel-Werbekampagnen: Ansätze und Use Cases für Digital, Social Media, TV, CTV und Retail Media	mindline DE Weil wir Schuhe lieben: Wie Marktforschung bei Deichmann Kreativität befeuert und nicht killt	MANUFACTS Research & Dialog DE Von den Million Dollar Questions zur wirkungsvollen Marketingstrategie – Eine Case Study aus der B2B Marktforschung
15:00					
15:30	Ipsos infas DE Online Panel quo PEOPLE – mehr Power mit Ipsos infas KI, erfahrenes Handwerk sowie individuelle Lösungen mit den höchsten Standards	Toluna DE UK Three perspectives, one vision: market research redefined	KERNWERT DE KERNWERT Direct: Qualitative Forschung neu gedacht	Caplena DE Von Daten zu Taten: Wie Bosch mit Feedback die Customer Journey optimiert	Brainsuite DE Erfolgreiche Implementierung von KI-Lösungen – Insights aus der Praxis
16:00					
16:30	Brandwatch UK Fostering Community and Customer Loyalty in a Politically Charged Digital Age	succeet DE UK Inklusion in der Marktforschung – Warum ist das so schwer?	ESOMAR UK Shaping the Future of Market Research: Insights, Innovations, and Integrity	eye square DE Die Sales-Kraft von Social Media unter Beweis gestellt	CX SUMMIT DE Futurelab Marktforschung und Customer Insights: Silos durchbrechen
17:00		16:30 – 17:30			











Guided Tours
60 minutes

















































presentation rooms
on first floor

S Forum 1.3
simultaneously translated
German → English

Studio 1.4 A	Studio 1.2 A+B	Studio 1.2 C	Studio 1.3 C	Guided Tours
<p>PureSpectrum </p> <p>Good Data: robuste & konsistente Datenqualität in einer Welt des Wandels und KI</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>EX RESEARCH</p> <p>PANEL DISCUSSION</p> <p>succeet</p> <p>EX und die Rolle der Institute – Podiumsdiskussion</p> <p>10:00 – 10:45</p>	<p>Glaut </p> <p>A real case study of qual at scale: the Qualitative Tracker for the US Presidential elections</p>	<p>Emazing Retailing </p> <p>eMazing study: does a recyclable bottle sell better?</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>succeet</p> <p>60 Minuten mit Dr. Peter Pirner – CX Guided Tour</p> <p>10:00 – 11:00</p>
<p>INTERROGARE </p> <p>Brand Tracking 2.0: Smartere Insights für starke Marken</p>		<p>Behaviorally </p> <p>„Haltungsmarken“ und der Mainstream? – wie KI bei der Erfolgsprognose von Verpackungsdesign hilft</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>Predict42</p> <p>MIGO Feedback Hub mit Fokus auf Question Answering (AskMIGO)</p>	
<p>CX SUMMIT </p> <p>IFAK Institut</p> <p>Touchpoint-Analysen hautnah: Authentische Kundeneinblicke erleben</p>	<p>Quest Mindshare </p> <p>Newer Researchers' Concerns – Advice for Career Development</p>	<p>EX RESEARCH </p> <p>RESULT GmbH</p> <p>Mit einem Growth Mindset zum Erfolg: Wie Unternehmen Talente gewinnen, fördern und binden</p>	<p>moweb research</p> <p>Wenn Teilnehmer abschalten: Mit durchdachten Fragebögen zu zuverlässigen Insights</p>	<p>succeet </p> <p>60 Minuten mit Hartmut Scheffler – Classic meets AI</p> <p>12:00 – 13:00</p>

Break

<p>Bilendi & respondi </p> <p>Sampling von A bis Z (von Armenien bis Zimbabwe) Über Social Media Zielgruppen auf der ganzen Welt erreichen.</p>	<p>PANEL DISCUSSION </p> <p>succeet</p> <p>The future of the insights industry</p> <p>13:30 – 14:15</p>	<p>Norstat </p> <p>Ein Blick unter die Motorhaube: Qualitätsmanagement bei Norstat in allen Phasen des Panel-Lebenszyklus</p>	<p>EX RESEARCH </p> <p>mindline</p> <p>360°-Feedback – der Rundumblick für Führungskräfte</p>	<p>succeet </p> <p>International Innovations – 60 minutes with Alexandra Frank</p> <p>13:30 – 14:30</p>
	<p>CX SUMMIT </p> <p>EX RESEARCH</p> <p>Spiegel Institut Mannheim</p> <p>Wie die erfolgreiche Bindung von Mitarbeitenden gelingt und Daten dabei helfen können.</p>	<p>WiseRabbit </p> <p>AI: Friend or Foe? Insights from CEE (Poland, Hungary, Ukraine)</p>	<p>Horizon </p> <p>Die Macht der Verhaltensdaten: Wie die ALH Gruppe strategische Produktentscheidungen trifft</p>	
<p>FFIND </p> <p>Jenseits der Bildschirme: Disruptive Marktforschung mit XR-Umfragen</p>	<p>Q Agentur für Forschung </p> <p>Strategische Design-Guidance durch Forschung: Ein Blick hinter die Kulissen bei HUGO BOSS</p>	<p>OfficeReports </p> <p>OfficeReports: How Automation and AI Enhance Survey Team Efficiency</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>EX RESEARCH</p> <p>QuestionPro</p> <p>KI-gestützte Transformation in Research und CX: Chancen, Innovationen und Grenzen</p>	
<p>PSYMA GROUP AG </p> <p>Anti-Bias in der Marktforschung – warum wir Stereotype hinterfragen (sollten) – Denkansätze zur Selbstkritik</p>	<p>Yagora GmbH </p> <p>Shopper Insights, die schmecken: Ovomaltine und Yagora zeigen, wie crunchtastisches Wachstum möglich wird</p>	<p>insight-lab.ai </p> <p>Wie generative KI die strategische Relevanz qualitativer Consumer Insights steigert</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>Produkt + Markt</p> <p>Lass es raus! EX Research braucht emotionale Tiefe</p>	

Time	Open Stage	Stand Presentation 1	Stand Presentation 2	Stand Presentation 3
10:40	Dynata  How can (A)I maximize (my) high quality insights?	CX SUMMIT  PSYMA GROUP AG Psyna Customer Feedback Labs Stand 205	High Beam Global  Best In Class B2B research Stand 323	horizoom   people first. Stand 405
10:55				
11:10	eye square  Accelerating E-Commerce			
11:25	Excellence with Eye Square			
11:40	resonio  Mehr Wissen, bessere Entscheidungen – resonio für bessere Umfragen	Talk Online Panel  Enhancing Panel Quality: A Case Study on Best Practices and Performance Optimization Stand 217	Caplena   How to use Online Reviews to gain a competitive advantage Stand 201	Opinions LTD  Enhancing consumer product testing Stand 215
11:55				
12:10	Brainsuite  Combining Generative and Predictive AI for Maximum Success			
12:25				
12:40	Produkt + Markt  Erst die Fakten, dann die Story – 5 Tipps für mehr Wirksamkeit beim Storytelling			
12:55				
Break				
14:10	Forscherdrang – Passion for Research  Forscherdrang in der echten Lebenswelt: Die Natürliche Intelligenz ethnografischer Methoden in einer datengetriebenen Welt	INNOFACT  Die neue integrierte Marktforschungsplattform Survey+, KI & Co.: Neuheiten bei der Innofact Stand 203	quantilope   Unlocking the Power of Better Brand Health Tracking Stand 406	eye square  In Context Research Innovation: DigitalExperience Sandbox + SEAL In Context EyeTracking Stand 300
14:25				
14:40	ReDem  Sind Online-Umfragen am Ende? Die Auswirkungen von KI auf die Qualität von Umfragedaten			
14:55				
15:10	RealEye  Eye-tracking in Market Research	CX EX  PRIOTAS Employee Experience und Feedback: Die größten Herausforderungen bei Konzeption, Umsetzung und Follow up Stand 325	Bilendi & respondi  Bilendi Discuss feat. BARI & die neue Bilendi Plattform Stand 200	INTERROGARE  Wie Marken die Pole Position im Kopf erreichen – Neue Wege der Messung mentaler Verfügbarkeit Stand 309
15:25				
15:40	Datalens  Discover Datalens: Your Trusted Partner in APAC-Market Research			
15:55				
16:10	B2B Research Sarl  The Specifics of Technological Search and Engagement with Hard-to-Reach Audiences in B2B Research	mindline  Virtual Consumer Chat Stand 304	bms – marketing research + strategy  Sneek View: Performance Optimizer – komplexe FMCG Simulationen einfach gemacht Stand 202-1	SKOPOS  30 Jahre SKOPOS: Was haben wir gelernt und wie gestalten wir die Zukunft? Stand 410
16:25				
16:40	CX SUMMIT  Brainstork The Power of AI and Video: Capturing Human Insights with Brainstork			
16:55				
17:10	Bonsai GmbH  Der VR-Kosmos – Realistische Forschungsumfelder ohne Grenzen			
17:25				



Open Stage
15 minutes



Stand Presentations
10 minutes



Open Stage
in Halle Nord

Time	Open Stage	Stand Presentation 1	Stand Presentation 2	Stand Presentation 3
10:00	marktforschung.de TOCii – Verleihung des Top Of Class Insights Industry Award 10:00–11:00			
10:40		Survalyzer Ein Umfrage-Dashboard in 10 Minuten erstellt Stand 202-2	Cint Introducing the new Cint Exchange platform: Unlock your new era of research efficiency today! Stand 437	INTERROGARE Mit Conjoint-Analysen zu besseren Produkt- und Preisentscheidungen – aber wie? Stand 309
10:55				
11:10	xelper Wie KI in der qualitativen Marktforschung ankommt – mit dem Human in the Loop-Ansatz			
11:25				
11:40	Cxoice Insight Systems Get real – Using real websites for web-overlay surveys with Cxoice	PureSpectrum Der Innovationsunterschied – Smarter Sampling mit PureSpectrum Stand 302	mindline Studierendenempfang bei mindline Stand 304	MANUFACTS Research & Dialog Out of the box: Was Manufacts besonders macht Stand 218
11:55				
12:10	teli.us.ai Revolution der telefonischen Feldarbeit durch Künstliche Intelligenz			
12:25				
12:40	National Sample How to achieve 3–5% discard rate? SMS together with AI verification and proper panel management sw will get you there.			
12:55				
Break				
14:10	DVJ Insights Das Geheimnis des guten Flows – wie Werbung Spaß macht und hängen bleibt, und wie KI dabei hilft	INNOFACT Die neue integrierte Marktforschungsplattform Survey+, KI & Co.: Neuheiten bei der INNOFACT Stand 203	Caplena How to Analyze Thousands of Customer Feedback Responses in Under 2 Hours with Accurate Topic and Sentiment Assignment Stand 201	Bilendi & respondi Bilendi Discuss feat. BARI & die neue Bilendi Plattform Stand 200
14:25				
14:40	Nspire Your daily dose of inspiration			
14:55				
15:10	succeet Fachangestellte für Markt- & Sozialforschung (FAMS) – praktisch ausgebildete Datenspezialist(inn)en	bms – marketing research + strategy Sneek View: Performance Optimizer – komplexe FMCG Simulationen einfach gemacht. Stand 202-1	eye square In Context Research Innovation: Digital Experience Sandbox + SEAL In Context Eye Tracking Stand 300	Forsta – A Technology Company Forsta Human Experience Platform – eine innovative Lösung für die Insights-Community, die den Forschungsprozess vereinfacht und die Qualität der Insights erhöht. Stand 219
15:25				
15:40	Cursory Technologies Run your MR operations lean, cost effective and 10X faster using Cursory Technologies solution called Brisk® (world's first LLM based automation)			
15:55				
16:10	Afrisight The final presentation title and speaker can be found in our online program		Quest Mindshare The final presentation title and speaker can be found in our online program Stand 208	HGT Teststudios Deutschland Darf's ein bisschen mehr sein? Die HGT Teststudios erweitern ihr Netzwerk und ihre Serviceleistungen Stand 407
16:25				



Live Presentations & Guided Tours

Time	Forum 1.2	Forum 1.3 S	Studio 1.1 A+B	Studio 1.5 B	Studio 1.3 A+B
10:00	Fairgen UK The future of insights: decoding rare audiences with synthetic data	CX SUMMIT DE UK m-result – the data company AI in Practice: 360° Customer Understanding in Real Time	E-Tabs UK The Autobahn for Reporting: Delivering Reports at Record Speeds	Beyond Reason UK The "neuro-transformation" of marketing and commerce.	
10:30					
11:00	INNOFACT DE Die Marke Brunch: Wie durch qualitative und quantitative Ansätze eine neue Positionierung mit Relevanz für die Kundschaft entstanden ist	bms – marketing research + strategy DE UK Collaborative optimization framework for complex product portfolios in FMCG	Produkt + Markt DE So sorgt KI für mehr Wirksamkeit und Kreativität im Team	Caplena UK The Art and Science of Open-Ended Feedback in the AI Era	CX SUMMIT DE INTERROGARE Decision Revealer: Online-Kaufprozesse verstehen und Produkte optimieren
11:30					
12:00	CX SUMMIT UK Revuze From Data to Actions: The Next Generation in Data-Driven Decisions	quantilope DE UK How the Melitta Group's Corporate Innovation Team uses quantilope to evaluate product innovations.	DVJ Insights DE Mit weniger mehr erreichen: Optimieren Sie Ihre Marketing-Spendings mit dem Reality Performance Score (RPS)	Toluna DE Global und lokal: KI-gestützte Marktforschung mit Expertise, die den Unterschied macht	CX SUMMIT DE Survalyzer Kampf der KI-Modelle: Welche KI soll ich für die Textanalyse nutzen
12:30					
Break					
13:30	DGOF – Deutsche Gesellschaft für Onlineforschung e.V. UK Intelligent Documents: From Data to Deliverables with GenAI (DGOF KI Forum Pitch Winner)	OfficeReports UK OfficeReports: How Automation and AI Enhance Survey Team Efficiency	CX SUMMIT DE SKOPOS Erfolgreiche CX-Strategien: Praxisbeispiele für maximalen ROI	CX SUMMIT DE EX RESEARCH Produkt + Markt So sorgen Sie für mehr Wirksamkeit im EX Design Workshop	Cint UK Data quality at scale: How harnessing the power of AI builds a fraud free future
14:00					
14:30	ESOMAR DE Reflections and Projections: Insights aus dem Jahr 2024, Visionen für 2025		PANEL DISCUSSION DE succeet Next Gen Insights: Wie wirkt die Marktforschung aktuell auf junge Talente? 14:30 – 15:15	DataLion DE Produkte, die überzeugen: Optimierung durch Conjoint, MaxDiff & Co.	Dynata UK Are you getting enough value out of your open ends?
15:00					
15:30					
16:00					



























Guided Tours
60 minutes



presentation rooms
on first floor

S Forum 1.3
simultaneously translated
German → English

Studio 1.4 A	Studio 1.2 A+B	Studio 1.2 C	Studio 1.3 C	Guided Tours
<p>DataExpert </p> <p>Evolution of Data Visualization – Near Future</p>	<p>EyeSee </p> <p>2025 FOMO: Retail media for more connected consumer experiences</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>EX RESEARCH</p> <p>WiseRabbit</p> <p>Do Your Employees Tell You the Truth?</p>	<p>SKOPOS </p> <p>Be a POS-Star! – Category-Management-Entscheidungen leicht gemacht</p>	<p>succeet </p> <p>60 Minuten mit Karin Hagemann – Werbewirkungsforschung und KI im Einsatz für die betriebliche Marktforschung</p> <p>10:00 – 11:00</p>
<p>Bilendi & respondi </p> <p>Von Neugier zu Nutzung: Eine KI-gestützte qualitative Studie zur Akzeptanz von KI-Features in Smartphones</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>PANEL DISCUSSION</p> <p>succeet</p> <p>Insights, Innovation, Impact: Die neue Rolle der Forschung im CX Management</p> <p>11:00 – 11:45</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>eye square</p> <p>Digital Experience Sandbox: Die Interaktionen von morgen gestalten</p>	<p>innerSense </p> <p>„TikTok, TikTok – direkt in deinen Kopf. TikTok der anschießende Verführer, der Wünsche erfüllt, bevor du sie hast.“</p>	
<p>Q Agentur für Forschung </p> <p>Praxisguide: Erfolgreicher Einsatz von KI in der Marktforschung</p>		<p>Voxco + Ascribe </p> <p>Accelerate Insights, Simplify Analytics: Discover Ascribe's AI Tools</p>	<p>AMR Advanced Market Research </p> <p>Powerful Paradata: Mit Hintergrunddaten im Feld die richtigen Fäden ziehen</p>	<p>succeet </p> <p>60 Minuten mit Prof. Müller-Peters – EX Research</p> <p>12:00 – 13:00</p>
Break				
<p>F.A.Z. Business Media research </p> <p>Ergebnisse, die ankommen: Was Journalisten wirklich wollen</p>	<p>Statista </p> <p>Innovativer Methoden-Mix: Kombinierte Forschungsansätze für tiefgreifende Markt- und Zielgruppenanalysen – Insights aus Projekten für das Eisenbahnbundesamt und die Sparda-Bank Berlin</p>	<p>CX SUMMIT </p> <p>Futurelab</p> <p>Herausforderung VoC für Marktforscher – wie man Erfolg sichert und ROI steigert</p>	<p>myCLEARopinion Insights Hub </p> <p>Connecting B2B2C and Skilled Trades: The Transformative Power of Comparative Technology in Market Research</p>	<p>succeet </p> <p>60 Minuten mit Andrea Wielpütz – The congstar way of insights (Einblicke für Studierende)</p> <p>13:30 – 14:30</p>
<p>DatenMenschen – Human Skills for Data Impact </p> <p>Human Skills für Insights-Profis: Mit Data-Leadership, Kommunikation & Kultur zu mehr Impact.</p>		<p>Sawtooth Software </p> <p>An Introduction to Conjoint Analysis</p>	<p>Ittention </p> <p>Maximize attention to maximize your ROI: Discover how to optimize in seconds your visibility from packaging to digital with Attention AI!</p>	
	<p>succeet </p> <p>succeet Award Finale 2 – Kreativität in der Ergebnisaufbereitung</p> <p>15:30 – 16:30</p>	<p>xelper </p> <p>KI-moderierte Interviews als Methode: Ergebnisse einer Validierungsstudie zusammen mit xelper und dem Online-Access-Panelanbieter horizoom</p>		<p>succeet </p> <p>International Innovations – 60 minutes with Alexandra Frank</p> <p>15:30 – 16:30</p>

List of Exhibitors

	Exhibitor	Stand No
A	ADM	414
	Afrisight	Start-up
	AMR Advanced Market Research	100
	Appinio	326
B	B2B Research SARL	Start-up
	B2B International	CP
	BDO AG	434
	Behaviorally	411
	Beyond Reason	401
	Bilendi & respondi	200
	bms – marketing research + strategy	202-1
	Bolt Insight	422
	Bonsai	CP
	Brainstork	Start-up
	Brainsuite (aimpower GmbH)	438
	Brandwatch	305
	BVM	322
	C	Caplena
Cint		437
concept m		CP
Crowdtch		105
Cursory		Start-up
Cvoice		Start-up
D	DataExpert	101
	Datalens	Start-up
	DataLion	204-2
	DatenMenschen – Human Skills for Data Impact	CP
	DGOF	CP
	Dr. Haspel & Partner Teststudio	214
	DVJ Insights	210
	Dynata	306

	Exhibitor	Stand No
E	Emazing Retailing	Start-up
	ESOMAR	402-2
	E-Tabs	501
	EyeSee	602
	eye square	300
F	Fairgen	328
	F.A.Z. Business Media	435
	FFIND	307
	foerster & thelen Marktforschung Feldservice	214
	foerster & thelen Teststudios	407
	Forscherdrang	Start-up
	Forsta – A Technology Company	219
	FRENUS	CP
Futurelab	408	
G	GIM	311
	Glaut	Start-up
	Greenbook	112
H	harris interactive	329
	High Beam Global	323
	Herzog + Glaser Teststudios	407
	HGT Teststudios Deutschland	407
	Horizon	Start-up
	horizoom	405
I	IfaD	402-1
	IFAK	325
	Indico Labs	604
	INFO GmbH	CP
	Ingress	109
	innerSense	Start-up
	INNOFACT	203
	Insight Platforms	111
	Interrogare	309
	Intra Research	103
	Ipsos infas	320

	Exhibitor	Stand No
J	JTN	503
K	Kernwert	502
	Krämer Marktforschung	216
M	MafoMay	313
	Main Frame	108
	Make Opinion	500
	MANUFACTS Research & Dialog	218
	marktforschung.de	207
	MetrixLab	329
	mindline	304
	MNFORCE	319
	moweb research	100
	MR&S	412
	Murmuras	310
	myCLEARopinion Insights	507
	m-result	600
	m-s Teststudios	407
N	National Sample	504
	NeoCurrency	211
	Netquest	209
	Nordic Viewpoint	103
	Norstat	303
	nspire	Start-up
O	OfficeReports	106
	One Global	601
	Opinions	215
P	PAYBACK	301
	pharmafakt	317
	Predict42	Start-up
	Priotas	325
	Produkt + Markt	403
	PSYMA	205
	PureSpectrum	302

	Exhibitor	Stand No
Q	Q Agentur	308
	Quantilope	406
	QuestionPro	409
	Quest Mindshare	208
	Quirk's	110
R	QUOVADIS	206
	Rakuten	506
	Random Dynamic Resources	505
	RealEye	Start-up
	Redem	Start-up
	resonio	324
	result GmbH	413
	Revuze	312
	RONIN	213
	Rosenthal Research	214
S	SampleNinja	102
	Sawtooth	603
	SKOPOS	410
	Spiegel Institut	321
	Statista	400
	Stratega	204-1
	succeet	207
	Survalyzer	202-2
	Swiss Insights	CP
	T	Talk Online
teli.us.ai		Start-up
Toluna		329
U	Userlutions	423
V	verbilogic	107
	Virtual Incentives	431
	Voxco + Ascribe	316
W	WEBFFRAGER	214
	WiseRabbit	Start-up
X	xelper	Start-up
Y	Yagora	436



Networking Events

Enjoy the great networking events to round off the first day of the trade show.

The succet25 Happy Hour will take place in the exhibition hall till 7:30 pm. Various exhibitors will offer food and drinks at their stands. We cordially invite you to take a tour of the exhibition hall with discussions in a relaxed informal atmosphere.

Afterwards you have the choice between the traditional networking party of The Research Club in “Das Wohnzimmer” or an evening in a cultivated relaxed atmosphere at BENNER’s Bistronomie. Pre-registration is required for both events.



How to participate in the sessions

You are not registered

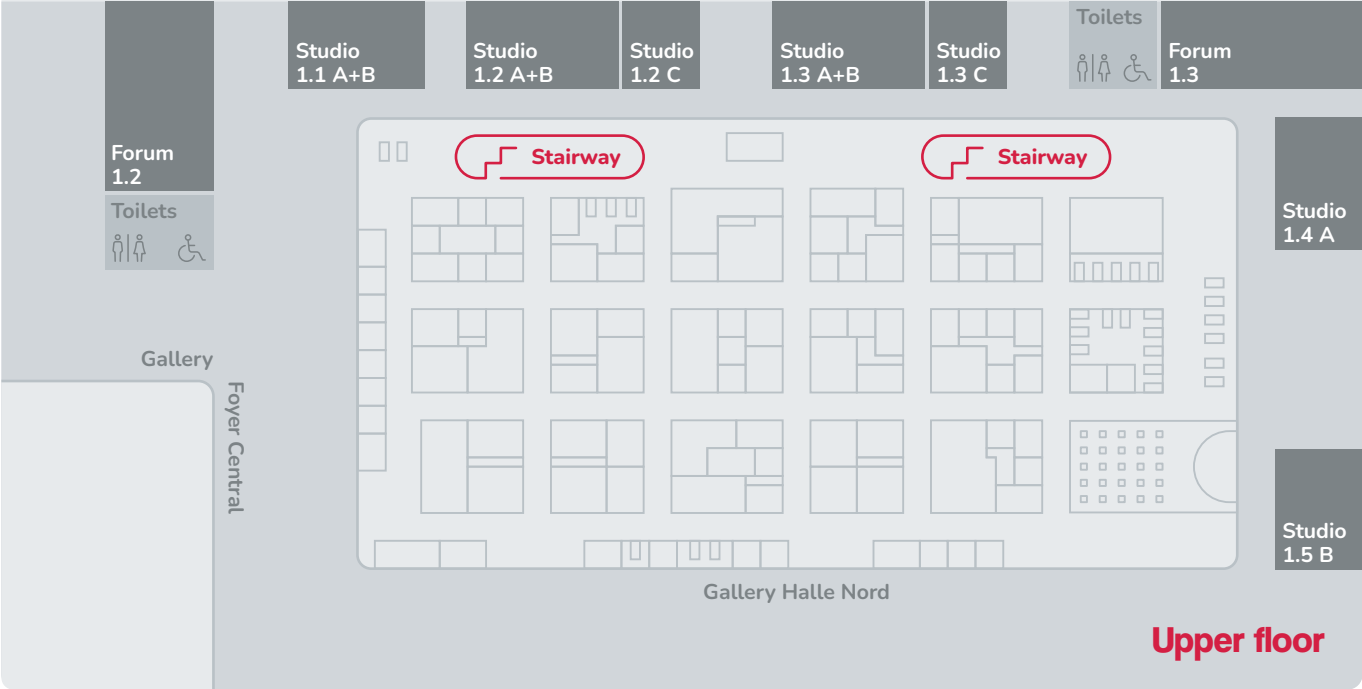
There are usually enough available seats. Please arrive at the presentation room at least 5 minutes before the start.

You are registered

Please arrive on time. Reservations expire 5 minutes before the presentation begins.

You are on the waiting list

Available seats will be allocated 5 minutes before the presentation starts.





CX summit

The CX summit returns to succcet25 for the fourth time, offering a platform for personal growth, networking, and knowledge exchange with CX professionals.

Enjoy a program full of insights and inspiration tailored for CX managers. Dr. Peter Pirner, host of “CX-Talks” and CX expert, will provide his expertise once again.

Find all details about exhibitors, presentations and other highlights on the CX summit via the QR code.



EX Research

This year, succcet25 highlights Employee Experience (EX) research alongside market and customer research.

HR professionals: Discover innovative approaches to better understand your workforce’s needs and challenges. Get inspired at succcet25!

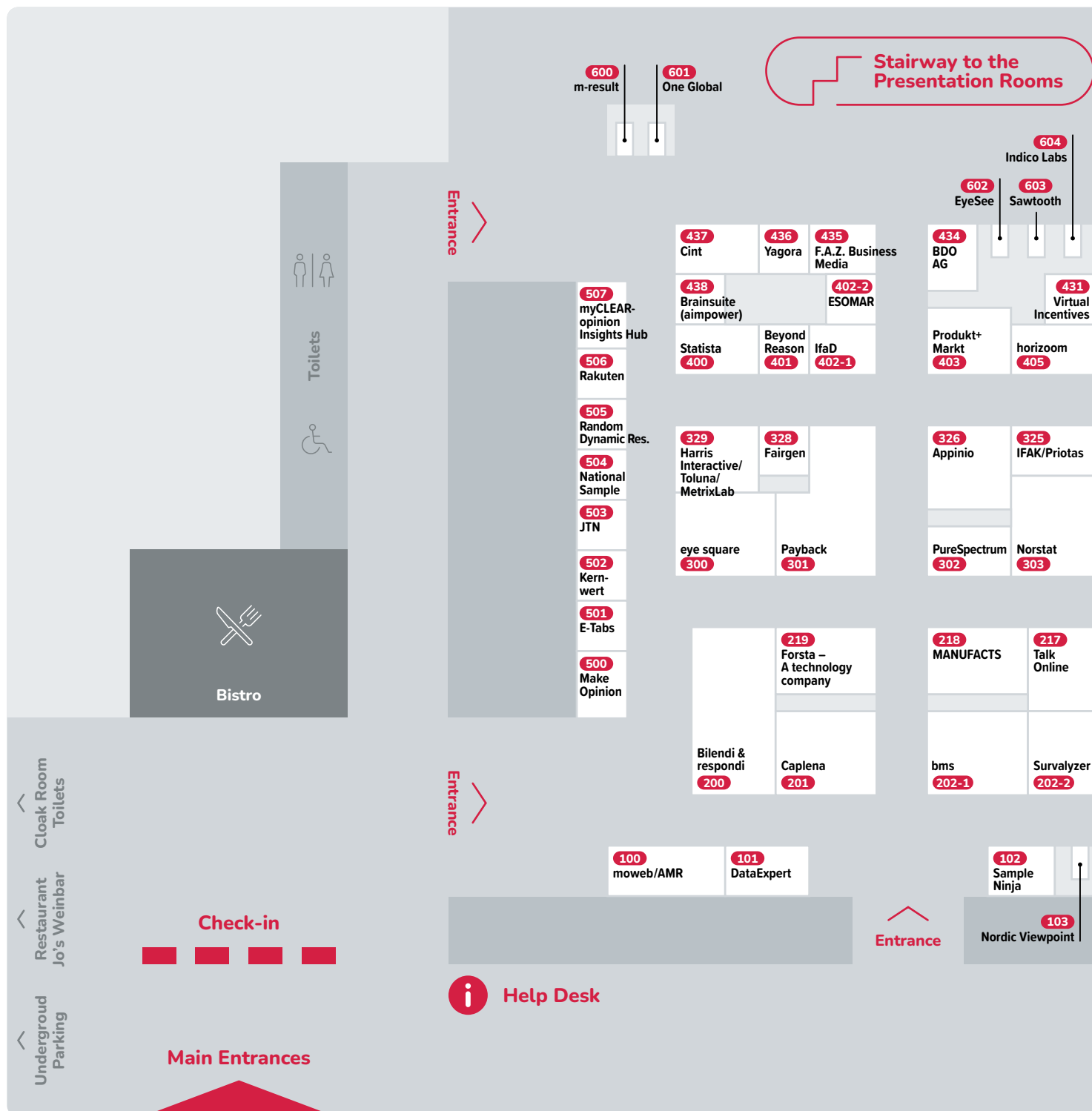
Find all details about exhibitors, presentations and other highlights on EX research via the QR code.



Save the date succcet26

18–19 March, 2026
See you again in Wiesbaden!

Let's succeed together!



Stairway to the Presentation Rooms

Catering

- 1 B2B Research
- 2 RealEye
- 3 Data-Lens
- 4 WiseRabbit
- 5 Afrisight
- 6 Ittention
- 7 Brainstork
- 8 Forscherdrang
- 9 Horizon
- 10 innerSense
- 11 Predict42
- 12 Redem
- 13 Insight lab
- 14 Glaut
- 15 tba
- 16 Emazing Retailing
- 17 telius.ai
- 18 xelper
- 19 cvoice
- 20 Cursory Tech
- 21 Nspire

concept m Bistro

quantilope 406

HGT Teststudios Deutschland 407

concept m Bistro

426 FFIND VR Space

423 user-lutions

Future-lab 408

Question Pro 409

SKOPOS 410

422 Bolt Insight

brainLight Wellness-Lounge

Behav-ior-ally 411

MR&S 412

result 413

ADM 414

Networking & Phone Charging

18 16 14 13 12

324 resonio

323 High Beam Global

mindline 304

Brand-watch 305

Dynata 306

322 BVM

321 Spiegel Institut

320 Ipsos infas

FFIND 307

Q | Agentur 308

319 MN Force

318

317 pharma fakt

316 Voxco + Ascribe

Interrogare 309

Mur-muras 310

GIM 311

START-UP AREA

19 17 15 8

20 6

21 5

Revuze 312

Mafo-May 313

1

- 11
- 10
- 9
- 7
- 4
- 2

216 Krämer Marktforschung

215 Opinions

204-2 Data-Lion

Innofact 203

Stratega 204-1

214 foerster & thelen

213 RONIN

Selfie Point QUOVADIS Waffles

PSYMA 205

206

207 marktforschung.de

211 Neo Currency

210 DVJ

209 Net-quest

succeet 207

Quest Mindshare 208

Open Stage

Start Guided Tours

104 Intra Research

107 verbi-logic

108 Main Frame

105 Crowdtech

106 OfficeReports

109 Ingress

110 Quirk's

111 Insight Platforms

112 Green-book

Tech Open Stage

Entrance



Your data
can't tell you
why, but we
can.