

EINE WIRKLICH „AUSGEZEICHNETE“ PARTNERSCHAFT

Auf dem insights2018-Kongress der renommierten Fachzeitschrift planung&analyse wurde am 22. August erstmals der Preis für eine „Außergewöhnliche Partnerschaft in der Marktforschung“ verliehen. Die Gewinner: MAN Truck & Bus und Kantar TNS.

Aus unserer Sicht war es im Nachhinein betrachtet der sicher wichtigste Programmpunkt der Veranstaltung: Die Verleihung des Awards für eine „Außergewöhnliche Partnerschaft in der Marktforschung“ an unseren Kunden, die MAN Truck & Bus AG, und uns, Kantar TNS Commercial Vehicles/Automotive. Mit dem Preis wird, so planung&analyse, „das partnerschaftliche Miteinander, das Mitdenken auf Institutsseite, das Einbinden auf Unternehmensseite mit dem Ziel einer qualitativ hochwertigen und erfolversprechenden Marktforschung ausgezeichnet“. Tatjana Kopf, betriebliche Marktforscherin der Deutschen Telekom, lobte in ihrer Laudatio (siehe Seite 4) an dieser besonderen Kundenbeziehung unter anderem: „Das Wir-Gefühl, die gemeinsamen Visionen, die täglich diese Zusammenarbeit treiben.“ Auch von Inhalt und Umfang her ist diese Zusammenarbeit etwas Besonderes: Seit mehr als einem Jahrzehnt entwickeln wir



mit und für MAN Truck & Bus Studien und unterstützen den Kunden mit Insights und faktenbasierter Beratung über den gesamten Marketingprozess. Dabei werden sowohl Projekte aus dem Bereich Strategiedefinition (z. B. Segmentierung/Kundenbedürfnis-Studien) als auch zu Maßnahmenentwicklung (Clinics, Werbetests etc.) und Performance-Monitoring (wie Benchmarking-Studien) durchgeführt. Den Schwerpunkt der Zusammenarbeit bildet zweifellos die CustomerFirst-Studie, für die jährlich rund 50.000 Interviews geführt werden. Das globale und ganzheitliche Programm CustomerFirst war

bereits im Februar dieses Jahres mit dem **Deutschen Exzellenz-Preis 2018** für Servicequalität ausgezeichnet worden, den das Deutsche Institut für Service-Qualität jährlich verleiht.

Als Experten für Customer Feedback haben wir selbiges anlässlich des aktuellen Awards von planung&analyse natürlich auch von unserem Kunden eingeholt (siehe Interview mit Stefan Hartner auf Seite 3). Informationen zu weiteren Programmpunkten von insights2018 und der Parallelveranstaltung Werbewirkungsgipfel, gibt es auf Seite 4.

✉ **Jan-Peter Theis**
✉ **Claudia Lechler**

Preisträger und Veranstalter (v. l.): Uwe Vorkötter (Horizont), Susanne Brand (Kantar TNS), Stefan Hartner (MAN Truck & Bus), Jan-Peter Theis (Kantar TNS), Sabine Hede- wig-Mohr (planung&analyse), Laudatorin Tatjana Kopf (Telekom), Johanna Claeys (MAN Truck & Bus), Konstantin Krämer (Kantar TNS) und Claudia Lechler (Kantar TNS).

DAS AUSGEZEICHNETE TEAM

MAN Truck & Bus AG

Stefan Hartner, Leiter Customer Management
Dr. Steven Schuh, Teamleiter Marktforschung
Johanna Claeys, Projektmanagerin Marktforschung
Melanie Döring, Projektmanagerin Marktforschung (derzeit in Elternzeit)

Kantar TNS Commercial Vehicles / Automotive

Markus Breunig, Director Commercial Vehicles
Jan-Peter Theis, Associate Director & Teamleiter des CustomerFirst Projekts
Susanne Brand, Senior Consultant
Milena Daskalova, Senior Consultant
Claudia Lechler, Senior Consultant
Konstantin Krämer, Consultant
Natalie Golling, Consultant