

**Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer  
t +49 (0) 521 9257 687  
f +49 (0) 521 9257 333  
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com  
www.tns-infratest.com

### **TNS Infratest bietet neues Verfahren für die Absatzprognose an**

InnoSuite – Launch Maximiser von TNS Infratest ermöglicht Erfolgsprognosen von Produktkonzepten und dadurch fundiertere Entscheidungen bei Produkteinführungen

München/Frankfurt/Bielefeld/London, 14. Februar 2006 - Unter der Bezeichnung InnoSuite™ – Launch Maximiser hat TNS Infratest, deutsches Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der internationalen Marktforschungsgruppe TNS, ein neues leistungsstarkes Forschungsverfahren für Produktneuentwicklungen eingeführt. Das Prognoseverfahren stellt Unternehmen präzise Absatzprognosen zu neuen Produktkonzepten vor deren Markteinführung zur Verfügung. Angesichts der Tatsache, dass über 70 Prozent aller eingeführten Neuprodukte scheitern, besitzt dieses Prognoseverfahren das Potenzial, die Entscheidungen der Auftraggeber zu Produktneueinführungen maßgeblich zu beeinflussen.

InnoSuite – Launch Maximiser ist Bestandteil eines von TNS entwickelten Tools zu New Product Development (NPD) und Innovationsforschung. Das unter der Markenbezeichnung InnoSuite angebotene Paket besteht aus fünf Einzelteilen, die die Auftraggeber durch jede Phase des NPD-Forschungsprozesses führen. Durch Identifikation der Verkaufsargumente und der Risiken potenzieller Neuprodukte versetzt InnoSuite – Launch Maximiser die Hersteller und den Handel in die Lage, informierte Entscheidungen zur Anpassung einzelner Aspekte des Produktes sowie eine Prognose über deren Auswirkung auf den Absatz zu treffen.

InnoSuite – Launch Maximiser basiert auf dem in den USA äußerst erfolgreichen TNS FYI Foresight-Modell, das nun für den Einsatz in Europa angepasst und weiter entwickelt wurde. TNS wird InnoSuite – Launch Maximiser anfangs auf drei europäischen Märkten - in Deutschland, Frankreich und in Großbritannien – sowie in den USA und Kanada einsetzen.

„Das Konzept der Innovation in der Entwicklung von Neuprodukten ist im Wandel begriffen“, erläutert Hans-Ulrich Neimeyer, Geschäftsführer von TNS Infratest Consumer & Retail. „Die aktuell zur Information über die Produktentwicklung eingesetzten Hilfsmittel geben keine Antwort auf die alles entscheidende Frage: Wird mein Produkt auf dem Markt bestehen? TNS Infratest investiert in neue Forschungsverfahren, die diese Frage beantworten und zur Weiterentwicklung des Marktes beitragen können.“

„InnoSuite – Launch Maximiser bietet unseren Kunden ein flexibles Modell, das eine präzise und effektive Einschätzung der erwarteten Umsätze geben kann“, ergänzt Jean-Pascal Martin, Global Director für New Product Development Research bei TNS. „Als Bestandteil des neuen InnoSuite-Produktpakets wird der Launch Maximiser es dem Handel und den Herstellern ermöglichen, ihre Produktinnovationen über den gesamten Lebenszyklus der Produktentwicklung, von der Idee bis zur Konzeptprüfung und Verkaufsvorbereitung und darüber hinaus zu planen.“

#### **Zu TNS Infratest**

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften der Welt. Für die Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, Informationstechnik und Medien, Finanzforschung, Konsum- und Gebrauchsgüterindustrie, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest seit mehr als 50 Jahren „Beratung durch Forschung“ und damit den Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com).

#### **Kontakt und weitere Informationen:**

Hans Ulrich Neimeyer  
TNS Infratest GmbH  
t +49 (0)69 75615-195  
e [hans-ulrich.neimeyer@tns-infratest.com](mailto:hans-ulrich.neimeyer@tns-infratest.com)  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)