



Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 521 9257 687

f +49 521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Vodafone und TNS Infratest gewinnen den BVM-Innovationspreis der deutschen Marktforschung 2014

München, 21. Mai 2014 – Am Montagabend wurde der Innovationspreis des Bundesverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM) an Vodafone und TNS Infratest für die Entwicklung des Simulationsinstrumentes „Continental Drift Platform – Chancen und Wettbewerbsbewegungen im Mobilfunkmarkt verstehen und nutzen“ in Berlin verliehen. In seiner Laudatio auf der Gala des 49. BVM-Kongresses erklärte Michael Pusler, Vorsitzender der Jury zum Preis der Deutschen Marktforschung, die Jury habe die Plattform insbesondere deshalb überzeugt, weil der Ansatz der komplexen Problemstellung in dem hart umkämpften Mobilfunkmarkt mit seinen sich stetig wandelnden Parametern, zuverlässig und umfassend gerecht wird.

Mit dem jährlich vergebenen Innovationspreis zeichnet der BVM besonders innovative Methoden oder Verfahren aus, die gegenüber bestehenden Ansätzen Effektivitäts- und Effizienzvorteile aufweisen.

Die „Continental Drift Platform“ ist eine gemeinsam von Vodafone und TNS Infratest entwickeltes Marktsimulations-Instrument, die es dem Anwender Vodafone ermöglicht, Marktbewegungen im Mobilfunkmarkt realitätsnah zu prognostizieren und somit für die Optimierung seiner Tarifstruktur nutzbar zu machen. Dabei zeichnet sich die Simulationsumgebung vor allem durch die unmittelbare und hohe Wertschöpfung für den Auftraggeber Vodafone aus.

Das Instrument deckt in seiner hohen Komplexität den gesamten Mobilfunkmarkt unter Berücksichtigung und Integration von verschiedenen Teilbereichen wie z.B. Prepaid, Postpaid und Mischtarifen, sowie Voice- und Data-Tarifen ab. Die Simulationsplattform schafft für Vodafone die Voraussetzung, in diesem überaus dynamischen Markt Marktbewegungen zu antizipieren. Es ermöglicht mit Hilfe von „was-wäre-wenn“-Analysen die zu erwartenden Wettbewerbsreaktionen für die Einführung neuer Tarife sehr realitätsnah und zeiteffizient durchzuführen und dient dadurch als Basis für nachhaltige Businessentscheidungen.

„Eine besondere Herausforderung des Ansatzes besteht natürlich darin, das Simulationsmodell mit möglichst geringem Aufwand an die sich rasant entwickelnde Marktsituation anzupassen. Das erreichen wir durch die ausgeprägte Modularität des Designs, in welchem jeweils nur einzelne Modellteile ausgetauscht und aktualisiert werden müssen“, erläutert Thomas Liehr, Senior Director Innovation & Product Development bei TNS Infratest. „Bei der Modellentwicklung konnten wir hervorragend auf unsere langjährige Erfahrung in der Anwendung und Weiterentwicklung von komplexen und präzisen Marktsimulationsmodellen zurückgreifen. Wir beobachten derzeit in unterschiedlichen Branchen eine zunehmende Nachfrage nach derart mächtigen Planungsinstrumenten für die analytische Optimierung von Marketingstrategien. Dafür sind wir hervorragend gerüstet“, ergänzt Dr. Markus Eberl, Senior Director Applied Marketing Science bei TNS Infratest.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

About Kantar

Kantar is the data investment management division of WPP and one of the world's largest insight, information and consultancy groups. By connecting the diverse talents of its 13 specialist companies, the group aims to become the pre-eminent provider of compelling and inspirational insights for the global business community. Its 28,500 employees work across 100 countries and across the whole spectrum of research and consultancy disciplines, enabling the group to offer clients business insights at every point of the consumer cycle. The group's services are employed by over half of the Fortune Top 500 companies.

For further information, please visit us at www.kantar.com

Kontakt und weitere Informationen:

Dr. Thomas Liehr
Senior Director Innovation & Product Development
t +49 89 5600 1520
e thomas.liehr@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung



Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsbereite Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, BVM, ASI und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen! Näheres unter www.deutsche-marktforscher.de