

Preis der Deutschen Marktforschung 2009 Marktforscherpersönlichkeit des Jahres



Laudatio

Ihre Chance, liebe Marktforscherpersönlichkeit des Jahres, diese Auszeichnung heute zu erhalten, steht bei ungefähr 1:350, denn eine oder einer von Ihnen ist es.

Die Marktforschungspersönlichkeit hat in ihrer gesamten Laufbahn aber sehr Vieles dafür getan, ihre Chance heute Abend massiv zu erhöhen. Wenn wir eine Befragung durchführen würden, würde sie in Sachen Kompetenz, Engagement, Bekanntheit ganz weit oben im Ranking landen – da bin ich mir ganz sicher. Dazu kommt noch Sympathie, ein hoher EQ-Faktor und natürlich gutes Aussehen, Eloquenz und den nötigen Biss – alles Qualitäten, die für ihre Mission unabdingbar sind. Sie ist gnadenlos – gegenüber sich selber, den Aktenstapeln und E-Mail-Posteingang – alles wird ohne Rücksicht auf Verluste sofort und final angegriffen. Am allerwenigsten nimmt sie Rücksicht auf sich selber und auf ihre Gesundheit. Das alles im Dienste ihrer größten Leidenschaft – der Markt- und Sozialforschung – mit Effizienz und Zielorientierung.

Manchmal aber gehen bei ihr Emotionen vor Effizienz und Zielorientierung. Sonst würde sie ihre Leidenschaft vielleicht lieber einem anderen Fußballverein opfern, einem, der im nächsten Jahr noch in der Bundesliga spielt. Das wäre auch leicht für sie, denn sie ist nicht nur immer, sondern auch überall. Sie könnte genauso die Vereine einer der vielen anderen Standorte ihres Unternehmens unterstützen, z. B. in Hamburg oder Frankfurt – von den europäischen oder globalen Alternativen ganz zu schweigen. Sie merken, liebe Festgäste, der Kreis wird enger – es handelt sich bei ihr wohl um einen Mann.

Globalität und Mobilität, unsere Themen dieser zwei Tage: Der Preisträger ist einer, der seinen wenigen Urlaub immer dort verbringt, wo andere nicht hinwollen oder sich nicht hintrauen - am liebsten dorthin, wo Sie nicht vereinbaren müssen, wann Sie per Handy erreichbar sind – weil es da nämlich keinen Handy-Empfang gibt. Das immerhin ist jetzt endlich einmal gut für Ihre Gesundheit, lieber Preisträger, und damit gut für die Profession, die Sie in den nächsten Jahren zweifellos weiterhin dringend brauchen wird.

Sie sind einer, für den Innovation alles ist und da den schnellen Takt vorgibt. In Ihrem Institut, bei den Markt- und Medienforschungsinnovationen und bei den Beteiligungen an hoffnungsvollen Start-ups. Aber auch im heimischen Garten – haben Sie mir kürzlich erzählt - der doch durchaus mal für Geothermieprojekte herhalten könnte. Sie sind also auf der Höhe der Zeit, Sie gehen aber auch in die Tiefe und ins Detail – eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Arbeit.

Man sagte mir auch, Sie seien ein Getriebener, und Sie seien ein guter Geist. Und diese Stärken haben Sie eingesetzt für Ihr Unternehmen, dem Sie - nach dem Soziologiestudium und nach zwei Jahren im Bauamt in Bielefeld - seit 1980 treu bleiben. Schon bei dem damaligen Emnid-Institut waren Sie die Identifikationsfigur, der gute Geist und sind es bis heute geblieben und das nicht nur bei der heutigen TNS in Bielefeld, München und Hamburg, heute als Member of the Board, sondern auch in besonderem Maße beim ADM, dem Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute. Als Vorstandsvorsitzender des ADM und als sein Vordenker wirken Sie seit 2005 ebenso rastlos und haben gerade im letzten Jahr höchst segensreich für unsere Profession gewirkt. Ohne Sie, lieber Hartmut Scheffler, ohne Ihren Einsatz, Ihre Präsenz und Überzeugungskraft in Berlin, in Bonn und wo immer sich Ministerien, Parteien oder Ausschüsse mit dem Thema UWG oder BDSG beschäftigt haben – ohne Sie könnten wir weit weniger hoffnungsfroh in die Zukunft schauen. Sie waren immer und überall, haben gewirkt und überzeugt, zum Wohle und Segen unserer Profession. Als wenn die Jury es schon gewusst hätte, hat Ihr kongenialer Partner im gemeinsamen Kampf der Verbände für die Markt- und Sozialforschung, Prof. Schweizer, vor 2 Jahren bereits den Ehrenpreis erhalten. In Ihrer Laudatio gaben Sie ihm mit auf den Weg, der Preis solle Dank sein und Ansporn für die Zukunft, ohne damals zu wissen, wie dringend dies bald nötig werden würde.

Für die Jury ist Ihre Arbeit geprägt von höchstem Engagement für Berufsstand und Branche, geprägt von unzähligen Publikationen rund um Qualität und Selbstverständnis der Marktforschung, von intensiver und wertvoller Lobbyarbeit als ADM-Vorsitzender für die Branche, geprägt von aktivem Mitwirken und Mitgliedschaft in zahlreichen Gremien wie dem Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung, geprägt von der Durchsetzung der deutschen Interessen beim ESOMAR-Kodex und Sie haben die Entwicklung des Berufsausbildungsgangs FAMS initiiert, mitkonzipiert und wesentlich geprägt.

Außerdem – so die Jury – sind Sie eine Persönlichkeit von höchster Integrität, Vertrauenswürdigkeit und Anerkennung in der Branche. Dem möchte ich mich mit Nachdruck anschließen.

Für all dies gebührt Ihnen unser aller großer Dank, und für all dies gebührt Ihnen diese Auszeichnung, Hartmut Scheffler. Ich danke der Jury für diese Entscheidung und hoffe, dass wir, Ihre Profession, Ihnen damit einen symbolischen Dank für Ihren großen, unglaublich wertvollen Einsatz geben können.

Machen Sie weiter so, lieber Hartmut Scheffler; wir drücken Arminia Bielefeld die Daumen ... und bleiben Sie uns und unserer Profession weiterhin so rast- und selbstlos gewogen.

Herzlichen Glückwunsch, Hartmut Scheffler, Marktforscherpersönlichkeit des Jahres 2009.

Wolfgang Dittrich
Dresden, 7. Mai 2009