



Erleben.
Verstehen.
Wissen.

Marktforschung 4.0

ERLEBEN Sie die Welt aus der Perspektive Ihrer Zielgruppen!

VERSTEHEN Sie, was heute Kundenwünsche motiviert und was morgen Ihre Entscheidungen beeinflusst.

Wir führen Sie in direkten Kontakt mit Ihrer Zielgruppe und vermitteln **WISSEN**, wer sie ist und was sie motiviert.

Auf der Basis zeitgemäßer Methoden und eines durchdachten individuellen Forschungsansatzes

entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen **EMPFEHLUNGEN** für Ihre Marke, Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung.



„Als hanseatisches Traditionsunternehmen
stehen wir frisch und erfolgreich im Wind
– seit 1965 angetrieben
von Innovation und Denkfriede!“

Hans und Susanne Schöttmer, Managing Directors



Marktforschung mit Innovation & Denkfriede seit über 50 Jahren.
Die Crew an Bord in Hamburg: 12 feste Mitarbeiter.

50
12





Was tun wir?



Menschen und Märkte verstehen

Wir öffnen Ihnen einen zeitgemäßen und offenen Blick auf Ihre Kunden und erforschen was sie motiviert und wie sich Märkte entwickeln.



Marken formen und aktivieren

Im schnellen Wandel der Gesellschaft geben wir Orientierung und Inspiration für die Formung und Aktivierung eines zeitgemäßen Markenbildes. Wir identifizieren die Touchpoints, ihren Facetten und Entwicklungspotential.



Produkte entwickeln und entfalten

Wir identifizieren auch die „hidden motivators“ Ihrer Zielgruppen, erklären wie Kunden über Ihre Ideen und Produkte denken und geben Orientierung für erfolgreiche Konzept-Produktentwicklungen.



Kommunikation inspirieren und fokussieren

Werbung ist tot – es lebe die Kommunikation! Marken kommunizieren heute 360° und jedes Medium, jeder Touchpoint hat eine eigene Aufgabe, aber alle spielen in einer Mannschaft – deren strategischer Berater wir gerne sind.



Wir bieten an: Intelligente Studiendesigns, von ... bis ...

... klassischer Marktforschung ...

Qualitative & quantitative Interviews
(offline + online),
Gruppendiskussionen,
Indepth-Interviews,
Workshops,
Communities,
und vieles mehr.

... individuelle Marktforschung 4.0

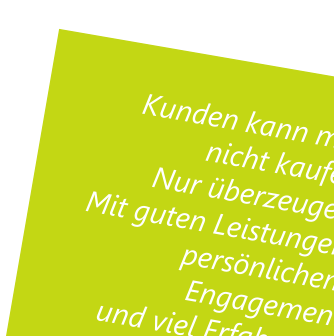
implizite Testverfahren,
Deep Dive Experience,
Customer Journey Experience,
360° Tests
und vieles mehr.



qualitativ – quantitativ – online – offline – in home – on site- im Studio – einzeln – als one-on-one – in der Gruppe - Community



In über 50 Jahren Institutsgeschichte,
haben wir von A bis Z ein breites Branchenwissen aufgebaut



Kunden kann man
nicht kaufen.
Nur überzeugen.
Mit guten Leistungen,
persönlichem
Engagement
und viel Erfahrung!



... namhafte Referenzkunden ...



L'ORÉAL



HARIBO



BOLTZE
Home Collections



REWE
GROUP



JTi

Beiersdorf



e-on



Freixenet





... und Auszeichnungen erworben.



*Best Paper
des Online - Besucher – Votings
auf dem BVM-Kongress 2017, Berlin*

Die schöne neue Welt der qualitativen Marktforschung
oder: Wie man dem Konsumenten im Zeitalter der digitalen Transformation auf den
Teller schaut und was man darin lesen kann

Bettina Kinzel-Hink, Market Research Group Manager Culinary, Nestlé Deutschland AG,
und Susanne Schöttmer, Geschäftsführende Gesellschafterin, Schöttmer-Institut GmbH

<https://bvm.org/kongress-2017/>



Die Unternehmensberatung Multiversum aus Hamburg gewann
mit einem Studienkonzept,
das auf dem Tool DEEP DIVE EXPERIENCE des Schöttmer-Institutes
basiert und gemeinsam ausgearbeitet wurde,

den **Deutschen Exzellenz-Preis 2018**
in der Kategorie „Digitalisierung – Kommunikation & Beratung“
mit der „Nutzerstudie Deep Dive Experience“

<https://deutscherexzellenzpreis.de>

<http://multiversum.consulting/aktuelles/>



„Wir verstehen uns als sensible
Entdecker, erfahrene Entschlüssler
und strategisch versierte Impulsgeber.“

Hans Schöttmer, Managing Director

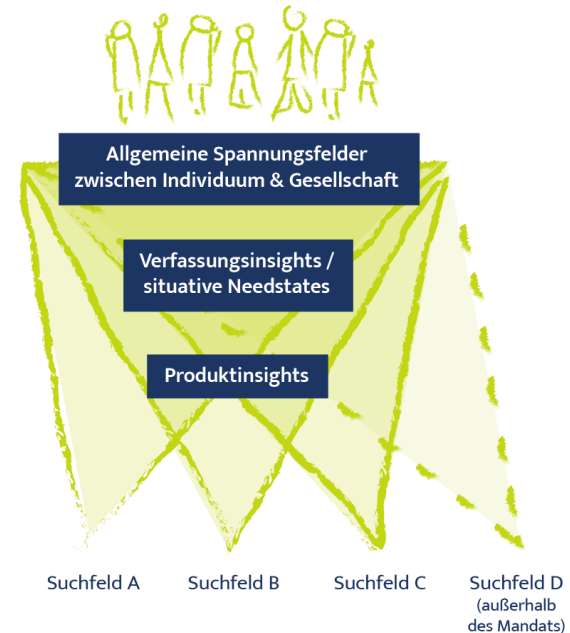
Unsere Forschungshaltung: Immer konsequent vom Menschen aus denkend

Mit unserer **Forschungshaltung**
vollziehen wir den **Perspektiv-Wechsel:**
von der „product creation“ zur „value creation“.

Verstehen Sie, welche „Bereicherungen“ Menschen
im aktuellen gesellschaftlichen Kontext suchen und brauchen
und welche Chancen darin stecken.

Mit diesem Wissen können Sie wirklich WERT-volle Angebote
entwickeln, die passgenaue Antworten geben.

*„Ein guter Hockey-Spieler geht dorthin, wo der Puck ist.
Ein sehr guter Hockey-Spieler geht dahin, wo der Puck sein wird.“*
Wayne Gretzky

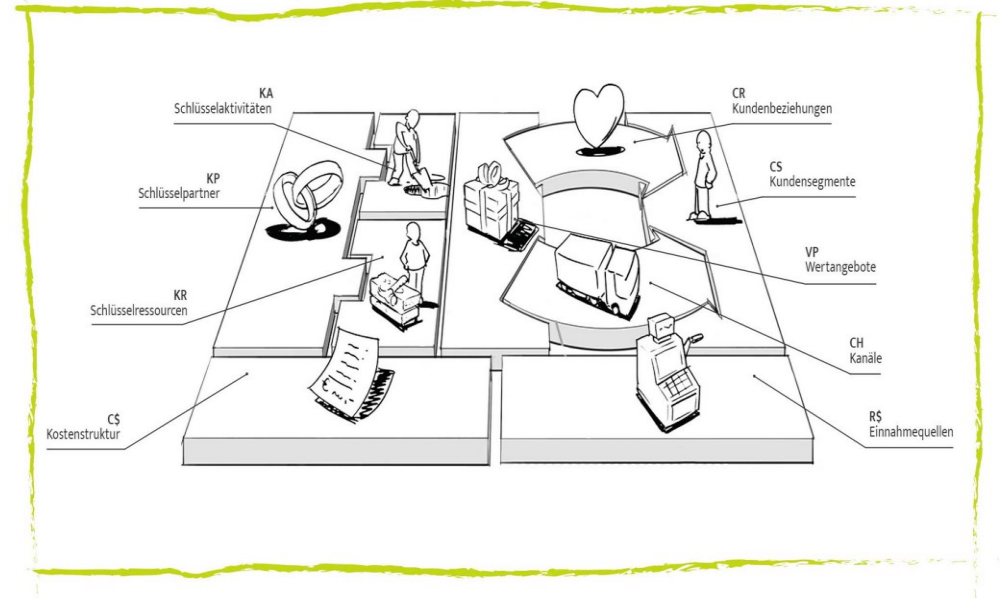


„Intelligentes Wissen“

braucht Kenntnisse über die Spielregeln
in zunehmend komplexer werdenden Märkten
und Empathie für die Menschen darin.

Unser forschender Zugang
basiert auf dem **ganzheitlichen Verständnis**
von Märkten, Menschen und Marken
und modernen Geschäftsmodellen.

Mit **innovativen Denkansätzen**
und **zeitgemäßen Management-Modellen**
stärken wir Ihre Marktintelligenz.

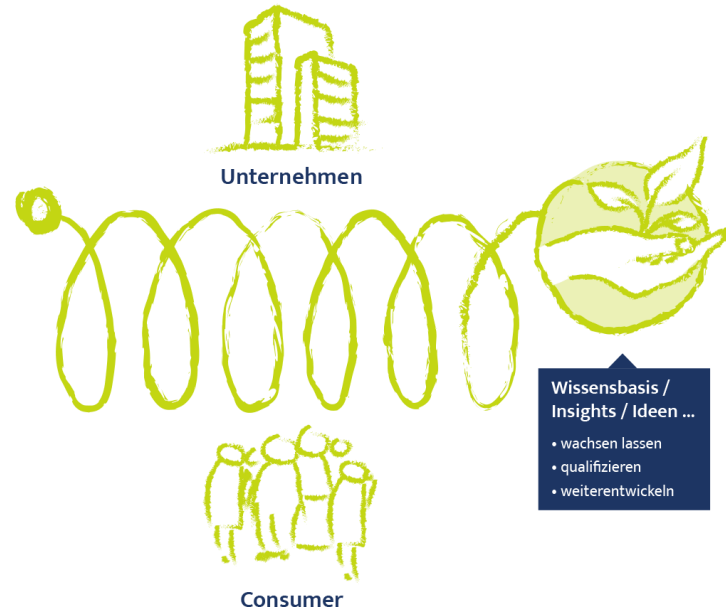


„Entscheidend ist die Betrachtung von Marken als Geschäftsmodelle.“

Business-Model-Canvas / Alexander Osterwalder

Wir verstehen uns als „Ermittler & Vermittler“ von Konsumentenwünschen & -anforderungen und können den gesamten Prozess der Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Kommunikation begleiten.

Wir beobachten und übersetzen das, was Menschen auf unterschiedlichste Weise, explizit und implizit äußern und identifizieren so die „nuggets“ darin.



Schöttmer-Institut GmbH

Am Sandtorkai 77
D-20457 Hamburg
Tel. +49 40 309 662-0

www.schoettmer.de



**Ihre zentralen
Ansprechpartner
bei uns im Schöttmer-Institut**

Hans Schöttmer
Managing Director
hans.schoettmer@schoettmer.de

Susanne Schöttmer
Managing Director
susanne.schoettmer@schoettmer.de