



planung & analyse

Portal für Marktforschung
[Newsletter](#) | [Abonnement](#) | [Medien](#)

Home News Termine Services Karriere Betriebl. Mafos Marktdaten p&a Print

Home > News

Drucken

Institute & Personen

30. November 2010

„Es ist die Aufgabe des Marktforschers, Studienergebnisse auf intelligente und involvierende Weise darzustellen“

Seite 1/5

Interview mit H,T,P, Concept

Die Präsentation von Marktforschungsergebnissen wird häufig als eher langweilig angesehen. Um mit diesem Vorurteil aufzuräumen und als Ansporn für bessere Präsentationen vergibt der Welt-Marktforschungsverband ESOMAR einen Award für herausragende Präsentationen. **Ayobamidele Gnädig** von H,T,P, Concept India und **Paul Robert Thomas** und **Angela Giebner** von H,T,P, Concept Berlin haben diese Auszeichnung bei der diesjährigen Qualitative Conference erhalten. Im Interview mit *planung & analyse* erläutern sie, warum Präsentationen keinesfalls langweilig sein müssen, und wie dies gelingt.

p&a Sie haben den Best Presentation Award bei der ESOMAR Qualitative 2010 Conference in Barcelona gewonnen – Herzlichen Glückwunsch! Was war an Ihrer Präsentation so mitreißend?

Paul Robert Thomas: Wir hatten 25 Minuten Zeit, um unseren Vortrag zu präsentieren – und in diesen 25 Minuten wollten wir unsere Zuhörer nicht nur bestmöglich unterhalten, sondern auch überraschen und begeistern. Hinzu kommt, dass wir unseren Vortrag hauptsächlich vor Insidern, also Marktforschern, gehalten haben. Es war also nicht notwendig, detailliertes Basiswissen zu vermitteln. Stattdessen haben wir uns darauf konzentriert, die interessantesten Kernaussagen unseres Papers zu präsentieren. Und das alles in multimedialer PowerPoint-Aufbereitung – also mit Animationen, Videos, Musik und Soundeffekten – und einer gehörigen Portion Humor...

Angela Giebner: ...und mit konsequentem Verzicht auf Bullet-Points und Textfelder, die sich lediglich in der Farbe unterscheiden.

Thomas: Die meist übliche Teampräsentation – also ein Vortragender präsentiert die erste und der zweite Vortragende die zweite Hälfte des Vortrages – war nie ein Thema für uns. Vielmehr haben wir mit den vielfältigen Möglichkeiten gespielt, die Interaktion bieten kann. Wir haben abwechselnd gesprochen, dabei aufeinander Bezug genommen, uns – und teils auch den Zuhörenden – die Bälle zugeworfen. Also gegenseitig Sätze vervollständigt und

p&a Handbuch -



IT

ANZEIGE

produkt
markt

Telekom

Aktuelles Heft

Heft 6/2010 - Aus

SCHWERPUNKT

Ohne Werbung ist

Zu den Personen



Angela Giebner
ist Senior Project Director bei H,T,P, Concept Berlin und Mitglied des Management Boards. Die Ostberlinerin ist seit 1996 in der Marktforschung tätig und in ihrer Freizeit begeisterte Fotografin.

Paul Robert Thomas
ist Project Manager bei H,T,P, Concept Berlin. Der gebürtige Brite und Diplom-Psychologe lebt seit 2005 in Deutschland und ist seit 2007 bei H,T,P, Concept.



Ayobamidele Gnaedig
ist Managing Director von H,T,P, Concept India. Geboren in Berlin, aufgewachsen in Europa, den USA und Indien, arbeitet sie seit 1997 bei H,T,P, Concept und eröffnete 2006 H,T,P, Concept India.

ein wenig geschauspielert – mit sehr viel Spaß an der Sache. Alles Dinge, die in einer Präsentation vor Kunden, wo es um in erster Linie um Glaubwürdigkeit und Seriosität geht, leider weniger möglich sind.

[>>Nächste Seite](#)

[1] [2] [3] [4] [5]

Aktuelle News aus der Rubrik *Institute & Personen*:

- [>> Preis der Deutschen Marktforschung: Einsendeschluss verlängert](#)
- [>> Neu im Team der GfK](#)
- [>> App für Marktforscher](#)

[\[Zur Trefferliste\]](#) [\[Weiter ▶\]](#)

Drucken Top

Copyright: Deutscher Fachverlag GmbH, planung & analyse, Mainzer Landstr. 251, 60326 Frankfurt am Main; Impressum; Datenschutz; AGB; Anregungen & Kommentare an info@planung-analyse.de
Credits: Konzept, Projektmanagement, Programmierung und technische Realisation dfv Internet-Service



Veranstaltungsk

07.02.2011 - 09.0:
Marketing in the Transforming Bu Communication :
Rhein-Main-Gebie

08.02.2011 - 10.0:
Einführung in die
Berlin, BVM

10.02.2011
ToGather Confer
der Gesellschaft
Schlosshotel Mon & Consulting

Anbieterkarte P



● **Forschungsin**
● **Feldorganisati**
● **Studio**
● **Berater/Servic**
Consultant/Ser

●●●● **Alle Einträ**

Mediadaten – Pr



Alle wichtigen Info
Konditionen u. v. r

Omnibus-Fahrpl



Omnibus-Fahrplar
