



# PREIS DER DEUTSCHEN MARKTFORSCHUNG

## Professorin Dr. Christa Wehner ist „Forscherpersönlichkeit 2010“

>> von Sabine Laartz > Anlässlich des 45. Marktforschungskongresses zum Thema „Mehr Macht den Konsumenten“ kürte der Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher die Gewinner des Preises der Deutschen Marktforschung: Forscherpersönlichkeit 2010 wurde Professorin Dr. Christa Wehner.

Sie habe den Studiengang Marktforschung an der Hochschule Pforzheim „zu einer exzellenten Ausbildungsstätte entwickelt. Christa Wehner verbindet langjährige Institutspraxis und hohe Professionalität mit unermüdlichem Engagement und einer charismatischen Persönlichkeit“, erklärte der Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) in seiner Begründung.

Seit 1995 lehrt Christa Wehner an der Hochschule Pforzheim, seit dem Jahr 2000 leitet sie den Studiengang Markt- und Kommunikationsforschung. Für die gelernte Journalistin und promovierte Kommunikationswissenschaftlerin ist die Verbindung von Theorie und Praxis die Grundlage angewandter empirischer Forschung. Nach erfolgreichen Berufsjahren u.a. beim größten deutschen Forschungsinstitut, GfK Nürnberg, entschied sich die Sozialforscherin für eine akademische Laufbahn.

Als Studiendekanin des Studiengangs Markt- und Kommunikationsforschung setzt sie sich gemeinsam mit ihrem Team, den Professoren Gabriele Naderer, Werner Hagstotz und Dirk Frank sowie Kerstin Klär für eine hochwertige und praxisnahe Ausbildung der künftigen Marktforscher ein.

Professor Dr. Rudi Kurz, Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, gratulierte Christa Wehner im Namen der gesamten Hochschulleitung zu diesem Preis: „Diese hochrangige Auszeichnung ist ein weiterer Beleg für die hervorragende Arbeit von Christa Wehner, die bundesweit geschätzt und anerkannt wird.“

In seiner Spezialisierung ist der Studiengang Markt- und Kommunikationsforschung einzigartig in Deutschland. Charakteristisch für das Studium in Pforzheim ist die enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Projekte und Kooperationen mit Marktforschungsinstituten und betrieblicher Marktforschung, Praktika, Exkursionen, Fachvorträge und empirische Abschlussarbeiten garantieren gut vorbereitete Absolventen, die erfolgreich ins Berufsleben einsteigen. Der Studiengang genießt ein hohes Ansehen in der Branche.

Der BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. mit mehr als 1.400 Mitgliedern ist ein Experten-Netzwerk aus betrieblichen, akademischen und Instituts-Marktforschern, selbstständigen Beratern, Feldinstituten und anderen Dienstleistern. Das Selbstverständnis des BVM ist es, das Ansehen von Marktforschern und Marktforschung in der Öffentlichkeit zu erhöhen und die Qualifikation von Forschern sowie die Qualität der Forschung zu optimieren.

*Freude auch bei den Forscherpersönlichkeiten der Vorjahre: Professor Dr. Hans-Willi Schroiff, RWTH Aachen / Corporate Vice President Market Research, Henkel, Professor Dr. Christa Wehner, Dr. Raimund Wildner, Vizepräsident und Geschäftsführer des GfK-Vereins, und Hartmut Scheffler, Geschäftsführer der TNS Infratest Holding und Vorstand des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.*

*Foto: Annette Hornischer*

Sabine Laartz

leitet die Pressestelle der Hochschule.