



Mehr Agilität und Kundenorientierung

Nach 23 Jahren in globalen Marktforschungskonzernen wie GfK oder Kantar TNS ist **Walter Freese** seit April Director Business Development bei Interrogare. Im Gespräch benennt er die Gründe für den Wechsel, welche Ziele er verfolgt und verrät, ob es Reibungen mit Geschäftsführer Peter Wiegmann geben könnte.

RR: Herr Freese, welche Gründe waren für den Wechsel zu Interrogare ausschlaggebend?

Freese: Meine Tätigkeit bei Kantar TNS war bis zuletzt vielfältig und inspirierend. Ich habe extern mit den Kunden und intern mit den Kollegen an vielen digitalen Themen gearbeitet. Was mir gefehlt hat und schlicht der globalen Konzernstruktur geschuldet ist, waren ein gewisser Gestaltungsspielraum und – damit verbunden – etwas

mehr Eigenverantwortung. In einem global agierenden Unternehmen wie Kantar werden die meisten strategischen Entscheidungen im Headquarter gefällt. Dort wird entschieden, welche Produkte und Lösungen angeboten werden, in welche Bereiche investiert wird und welche Themen die Zukunftsfähigkeit sichern sollen. Länderspezifische Besonderheiten gehen dabei oft unter. Das ist hier bei Interrogare anders. Ich habe eher das Gefühl, etwas bewegen und die zukünftige Ausrichtung mitgestalten zu können. Das bringt dann aber auch mehr Verantwortung mit sich, und wenn etwas nicht funktioniert, kann man sich nicht dahinter verstecken, dass irgendjemand „da oben“ die falschen Entscheidungen getroffen hat. Fluch und Segen...

RR: Worauf werden Sie die Schwerpunkte in Ihrer Arbeit richten?

Freese: Zurzeit sind wohl zwei Veränderungen in unserer Branche besonders relevant, die auch kleinere, eher Technologie-getriebene Institute wie Interrogare betreffen. Zum einen erwarten viele Kunden mehr Flexibilität und Agilität in den Prozessen und Projekten. Aufgrund der neuen digitalen Möglichkeiten in der Datenerhebung

und -verarbeitung sollen die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen schneller, billiger und „smarter“ gesammelt und geliefert werden – natürlich ohne dass Abstriche in der Qualität gemacht werden dürfen. Aber gerade agiles Vorgehen erfordert ein anderes Mindset und andere Skills als die, die im Moment die Marktforscher in den Instituten und den Unternehmen prägen.

Zum anderen verändern sich die Art und Quellen der Daten, mit denen wir zu tun haben. Big data, smart data, data is the new oil, data agnostic – wählen Sie den Buzz, der Ihnen am besten gefällt. Aller Voraussicht nach werden durch Befragungen erhobene Primärdaten in Zukunft an Bedeutung verlieren und die Einbindung anderer und zusätzlicher Datenquellen wird an Bedeutung gewinnen. Und wenn Social Media-Daten, Search-Daten, Click Stream-Daten oder sonstige gemessene Daten uns dabei helfen, die Fragestellungen unserer Kunden besser zu beantworten, ist das absolut in Ordnung. Damit sind wir dann auch bei meinem eigentlichen Punkt: Ich bin der festen Überzeugung, dass wir die Herausforderungen der Digitalisierung nur durch eine unbedingte Kundenorientierung meistern können. Darin unterscheidet sich die Marktforschung überhaupt nicht von anderen Branchen – und die Digitalisierung sich nicht von anderen Entwicklungen. Wenn wir nicht versuchen, so nah wie möglich an den Kunden zu sein und so häufig wie möglich mit ihnen zu sprechen, können wir auch nicht wirklich verstehen, bei der Lösung welcher Probleme wir helfen können.

Diese Aspekte entscheiden über die Zukunftsfähigkeit unserer Zukunft und werden handlungsleitend für meine Aktivitäten bei Inter-

rogare sein: mehr Agilität, Umgang mit anderen Daten und Kundenorientierung. Wie erwähnt braucht es dafür neben den technologischen Voraussetzungen vor allem ein bestimmtes Mindset und neue Skills. Ich bin sicher, dass sich die Marktforschung in diese Richtung entwickeln muss und Interrogare dabei gut aufgestellt ist.

RR: Peter Wiegelmann und Sie kennen sich bereits seit vielen Jahren. Welche Eigenschaften schätzen Sie aneinander und gibt es auch Reibungspunkte?

Freese: Die Tatsache, dass ich zu Interrogare gegangen bin, obwohl ich Peter Wiegelmann so gut und lange kenne, sagt vieles aus. Was ich an Peter am meisten schätze, sind seine Integrität und Zuverlässigkeit. Wenn wir mit unseren Kajaks auf abgelegenen Gewässern und Flüssen unterwegs sind, ist es natürlich absolut – und manchmal sogar im wörtlichen Sinne – überlebenswichtig, dass man sich aufeinander verlassen kann. Und Peter ist im besten Sinne authentisch. Sein Verhalten im privaten Bereich wird von den gleichen Werten und Einstellungen geleitet wie im beruflichen Kontext.

Zu dem, was er an mir schätzt, müssen Sie ihn am besten selbst fragen. Und was die Reibungspunkte angeht, so kann ich die für den privaten Bereich benennen, aber noch nicht für den beruflichen. Da wir aber beide sehr genaue Vorstellungen über die meisten Dinge haben und auch versuchen, diese umzusetzen, werden Reibungen wohl nicht ausbleiben. Aber Sie wissen ja: Reibung erzeugt Wärme.

www.interrogare.de