



## **Laudatio Ehrenpreis der Deutschen Marktforschung 2010**

Sehr geehrte Damen und Herren,

es ist für mich eine sehr große Freude, dass ich im Namen des BVM die Laudatio auf die Persönlichkeit halten darf, die dieses Jahr den Ehrenpreis der Deutschen Marktforschung erhält.

Es erscheint leicht, über das so vielfältige und erfolgreiche Lebenswerk dieser Persönlichkeit zu sprechen. Nicht so leicht ist es dagegen, dies zunächst in anonymer Form zu tun. Das hat, wie ich in den letzten Jahren beobachten konnte, dazu geführt, dass die Zuhörer sofort beginnen zu spekulieren. Jedes „sie“ oder „er“ des Laudators wird verfolgt, um zumindest zu erraten, ob es eine Frau oder ein Mann ist. Das setzt den Laudator unter erheblichen Druck, die Katze oder den Kater nicht vorzeitig aus dem Sack zu lassen.

Die Persönlichkeit, die wir heute ehren, wurde am 30. 6. 1931 geboren. Die Zeit zwischen diesem Datum und heute hat sie intensiv genutzt, um ein bewundernswertes Lebenswerk aufzubauen. Das gilt für die eigenen Unternehmungen ebenso wie für unsere Branche der Markt- und Sozialforschung. Diese Persönlichkeit erhielt schon 2001 das Verdienstkreuz am Bande des Verdienstordens der Bundesrepublik für ihr unternehmerisches und ehrenamtliches Wirken. Es ist also wirklich an der Zeit, dass auch wir, die Markt- und Sozialforscher, diese Person ehren für die Jahrzehnte ihres erfolgreichen Engagements für unsere Zukunft. Sie hat nicht nur in der Vergangenheit erfolgreich gewirkt, sondern auch für die Zukunft unseres Metiers Wichtiges geleistet. Gehen wir aber zunächst einmal zurück in die Kindheit und Jugend der heute zu ehrenden Person. Unser Preisträger wuchs wohlbehütet im Verbund einer großen Familie auf. Das trainierte ihn, unterschiedliche Auffassungen zu respektieren, aber auch unbeirrt eine eigenständige Meinung zu entwickeln und seine Ziele beharrlich zu verfolgen. Zu diesen Zielen gehörten von Anfang an nicht nur berufliches, sondern auch soziales Engagement.

Unser Preisträger ist mir nicht als herausragende Sportgröße bekannt. In der Jugend ruderte dieser Ihnen noch unbekanntem Mensch aber leidenschaftlich - wie aus heutiger Sicht kaum anders zu erwarten - als Steuermann. Diese sportliche Aktivität war ein hervorragendes Training für Wettbewerbsorientierung und Führungsfähigkeit.

Unser zu ehrender Kollege schloss die Schule kriegsbedingt nicht als Einser-Kandidat ab. Nach der Schule studierte und promovierte er aber umso zielstrebig und erfolgreicher. Ein Zeichen für seinen langen Atem und seine Belastbarkeit.

Kennzeichnend für unseren Preisträger war - die letzte Anekdote, bevor es ernst wird - seine Herangehensweise bei der Suche nach der ersten Berufstätigkeit. Nur ein einziges Mal bewarb er sich. Im Bewerbungsgespräch danach gefragt, wie er sich denn seine berufliche Zukunft im Unternehmen vorstelle, antwortete er: „Glauben Sie nur nicht, dass ich länger als ein Jahr bleibe, ich will nämlich selbstständig werden.“ Die Absage des Unternehmens kam umgehend. Er ersparte sich dieses eine Jahr und wurde gleich selbstständig.

Meine Damen und Herren, es ist jetzt der Zeitpunkt gekommen - Katze oder Kater? - den Kater aus dem Sack zu lassen. Es ist der von uns allen hoch geschätzte Herr Dr. Klaus Haupt.

Lieber Herr Dr. Haupt, sehr verehrte Damen und Herren, hier beginnt nun die eigentliche Laudatio zu den großen Verdiensten des Preisträgers.

Sie starteten 1957 nach dem Psychologie-Studium und der Promotion bei Prof. Dr. Hans Thomae in Erlangen Ihre berufliche Selbstständigkeit. Zusammen mit Prof. Reinhold Bergler und Dr. Manfred Hambitzer, beide ebenfalls Schüler und Doktoranden von Prof. Thomae, gründeten Sie die „Arbeitsgruppe für Psychologische Marktanalysen“, eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts.

Es gibt ein kleines Buch von Herrn Dr. Haupt mit dem Titel „Was ich immer schon einmal aufschreiben wollte ... 50 Jahre PSYMA“. Hier beschreibt er, dass die Gründung der GbR kein hochoffizieller notarieller Akt war, sondern ein ungeschriebenes Übereinkommen der drei Gründer. Die jungen Entrepreneure hatten auch noch kein Büro, kein Türschild, die Arbeit fand überwiegend in den Räumen der Universität Erlangen oder in den Privatwohnungen statt.

Die drei Gründer arbeiteten - jeder für sich, aber gemeinsam der Marktpsychologie und Motivforschung verpflichtet - für ihren eigenen wachsenden Kundenkreis. Dieses Wachstum führte 1968 zu einer sehr freundschaftlichen Auflösung der GbR. Bergler und Hambitzer wollten mehr Zeit für ihre wissenschaftlichen oder persönlichen Ziele.

Ab diesem Zeitpunkt führte Herr Dr. Haupt sein Marktforschungsunternehmen unter „Klaus Haupt - Arbeitsgruppe für Psychologische Marktanalysen“.

Um die inzwischen mehr als 50 Jahre Unternehmertum im Zeitraffer darzustellen, möchte ich besonders hervorheben, dass sich der Unternehmergeist, das kontrollierte Risikobewusstsein und die Verantwortung für Menschen - Mitarbeiter wie Kunden - als roter Faden durch sein Leben ziehen.

Prägend für sein Verständnis von Markt- und Sozialforschung war sein Psychologie-Studium bei Prof. Thomae. Es lag ihm immer an der Pflege der psychologischen Methoden, der Entwicklung neuer Ansätze und der Reputation dieses Zweiges der Marktforschung. Er sah auch die Fährnisse für diese spezielle Disziplin. Viele hegten damals tiefe Zweifel, ob kleine Fallzahlen und eine explorative Gesprächsführung wirklich tragfähig sein können. Das Zauberwort von der Repräsentativität wurde nur an der Größe der Stichprobe festgemacht. Die inhaltliche Repräsentativität der Befunde war gewissermaßen eine Quantité négligable.

Im Dialog mit Kollegen, darunter auch seinen unmittelbaren Wettbewerbern, versuchte er, die Position der marktforschenden Psychologen zu stärken. Dabei fand er nicht nur Gegenliebe, ließ sich aber nicht entmutigen. Das Motto „Gemeinsam sind wir stark“ gibt seine Überzeugung sehr gut wieder. Auf diese Haltung werde ich später noch zurückkommen.

Seine prominenten Kunden wurden immer internationaler und forderten ihn heraus, auch seine Arbeit zu internationalisieren. Dem folgte er früh und mit herausragendem Erfolg. PSYMA ist heute in 13 Ländern mit 260 Mitarbeitern vertreten.

Seit 2001 sind die Neugründungen und Beteiligungen von PSYMA unter dem Dach einer AG, der PSYMA Group, zusammengefasst. Den Aufsichtsrat führt Herr Dr. Haupt. Er trägt also nach wie vor die unternehmerische Verantwortung, auch wenn er nicht mehr im operativen Geschäft tätig ist. Mit Weitsicht, Verantwortungsbewusstsein und der Fähigkeit zu teilen, Mitarbeiter zu beteiligen, hat er herausragende Persönlichkeiten aus unserer Branche an PSYMA gebunden.

Herr Dr. Haupt war aber nicht nur Unternehmer und Pionier in eigener Sache. Sein hohes Verantwortungs- und Risikobewusstsein, seine Fähigkeit, die Zukunft zu antizipieren, hat er in reichem Maße der Markt- und Sozialforschung als Branche zugutekommen lassen. Über Jahrzehnte hat er ein hohes persönliches Engagement, unendlich viel Geduld, Zeit und Energie für

die Entwicklung und die Zukunftssicherung unseres Metiers investiert.

Schon 1966 wurde er in den ADM - den Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute - aufgenommen. Der ADM war damals ein kleiner, elitärer Zirkel, der sich über Probleme der Marktforschung austauschte. Es war eine hohe Ehre, in diesen Kreis aufgenommen zu werden. Das geschah auf Einladung und nicht auf Antrag.

Aus dem kleinen, elitären Zirkel wurde eine wachsende Gruppe engagierter Institutsgründer und -inhaber. Es wuchs nicht nur die Zahl der Mitglieder, sondern auch die der Probleme, die sich für die Branche abzeichneten. Ja, der Branche und nicht nur der Institute. Der ADM ist schon lange nicht mehr fokussiert auf eine Instituts-Selbstbeschau. Die meisten Probleme und durchaus existentiellen Bedrohungen erschweren zwar die Arbeit der Institute, sie gefährden aber auch ganz generell die Zukunft der Forschung - für Auftraggeber und Dienstleister. Das zeigt auch die wachsende enge Kooperation von ADM, BVM, ASI, der DGOF und ESOMAR.

Herr Dr. Haupt, selbstverständlich auch Mitglied im BVM und ESOMAR, war von 1968 - 1974 und von 1977 - 1986 im Vorstand des ADM. Von 1993 - 1999 führte er den Vorsitz. In diesen insgesamt 21 Jahren setzte er viele entscheidende Impulse für unsere Branche. Und er setzte sie, zum Teil auch gegen erheblichen Widerstand, um. Er sah gefährliche Entwicklungen für unser Metier voraus, denen es durch Selbstkontrolle und Selbstverpflichtung zu begegnen galt. Er mahnte, zum Teil als unbequemer Querdenker angesehen, wildwüchsige Entwicklungen zu unterbinden und Einzelinteressen zu zähmen.

Im Folgenden möchte ich einige der großen Leistungen von Herrn Dr. Haupt für unsere Branche hervorheben:

- Vor fast 20 Jahren gab er dem ADM eine andere Form. Eine eigenständige Geschäftsstelle wurde eingerichtet und ein hauptamtlicher Geschäftsführer eingestellt. Nur auf diese Weise war gewährleistet, die Zahl der wachsenden Gegenwartsprobleme und Zukunftsthemen kontinuierlich zu bearbeiten und den Austausch mit anderen Marktforschungsverbänden zu intensivieren. Er hat den ADM vom Debattierclub zum Wirtschaftsverband gemacht. Und dieser Wirtschaftsverband vertritt, wie oben erwähnt, nicht nur die Interessen der Institute, sondern der gesamten Branche.
- Sehr frühzeitig hat Herr Dr. Haupt, zusammen mit einigen ADM-Kollegen und unterstützt vom ADM-Justiziar Prof. Schweizer, eindringlich vor einer Vermischung von Marktforschung und Direktmarketing gewarnt. Er sah im Falle einer solchen Vermischung den Status der Wissenschaftlichkeit und die bestehende Regulierung des Datenschutzes für die Markt- und Sozialforschung gefährdet. Er fürchtete - zu Recht, wie die letzten zwei Jahre der heftigen Diskussion um die Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes gezeigt haben -, die Ablösung des Anonymisierungsgebotes durch datenschutzrechtliche Neuregelungen, die neutrale und repräsentative Forschung und entsprechende Forschungserkenntnisse unmöglich gemacht hätten. Es bedurfte, wie Sie alle wissen, größter konzertierter Anstrengungen, die klare Unterscheidung von Markt- und Sozialforschung und Direktmarketing in der Novellierung des BDSG durchzusetzen.
- Dazu, dass dies gelang, trugen drei Initiativen von Herrn Dr. Haupt wesentlich bei. Mit Blick auf die Zukunft der Markt- und Sozialforschung stieß er zum einen die Entwicklung eines umfassenden Systems der Selbstregulierung an. Er sah als einer der ersten die Notwendigkeit von klaren Richtlinien, die die berufsständischen Grundprinzipien des ESOMAR-Kodex

auf deutsche Verhältnisse umsetzen. Durch aktive Zusammenarbeit mit ESOMAR hat er - ein Zitat von einem seiner Mitstreiter - „den ADM aus der nationalen Schmollecke herausgeführt und als international anerkannten Gesprächspartner etabliert“.

- Initiiert hat er zum anderen, ebenfalls gegen erheblichen Widerstand, die „Standards zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung“, die Vorläufer der DIN- und ISO-Normen, die für unsere Branche verbindlich sind. Dass wir heute dieses System der Qualitäts-, und damit auch der Selbstkontrolle haben, ist maßgeblich sein Verdienst.
- Herr Dr. Haupt hat die Schaffung einer verbandsübergreifenden Beschwerdestelle des Rates der Deutschen Markt- und Sozialforschung angestoßen, auch wenn sie erst nach seiner Amtszeit realisiert wurde. Diese Beschwerdestelle wird getragen von ADM, ASI, BVM und DGOF. Aufgabe der Beschwerdestelle ist es, für die Einhaltung der Berufs- und Standesregeln zu sorgen und Verstöße zu ahnden. Diese Einrichtung ist von größtem Wert für die Unabhängigkeit und die Reputation unserer Forschung.

Lieber Herr Dr. Haupt, Sie haben viel bewegt, Überraszendes für unser Metier geleistet, mehr als im Rahmen dieser Laudatio Platz hat. Der BVM und ich freuen uns sehr, Ihnen den Ehrenpreis der Deutschen Marktforschung überreichen zu dürfen.

Liebe Gäste, erheben Sie sich von Ihren Plätzen und feiern Sie unseren Preisträger.  
Vielen Dank für Ihr geduldiges Zuhören!

Dorothea Nowak  
Laudatorin