



Von Kantar zu Bonsai

Bonsai Research auf Wachstumskurs

Bonsai baut die Bereiche Customer Experience, Bonsai Lab und Bonsai Analytics 2021 deutlich aus. Fünf neue KollegInnen sind schon an Bord.

Bonsai Research, Marktforschungsspezialist mit Sitz in Bremen und Hamburg, investiert zu Beginn des Jahres in die Kernbereiche Customer Experience/Mystery Research sowie Analytics und den 2020 neu geschaffenen Bereich Bonsai Lab. Am weitesten gediehen ist die Weiterentwicklung des Bereichs Customer Experience/Mystery Research.

Ausbau des Bereichs Customer Experience (CX)

Maik Stücken, 50, übernimmt am 1.2.2021 die Leitung des Bereichs Customer Experience und Mystery Research bei Bonsai. Der renommierte Customer Experience-Experte war zuletzt Client Service Lead bei Kantar in Bielefeld. Für Maik Stücken ist Bonsai Research kein Neuland: Bis Ende 2019 war er im Board der Firma und hatte vor drei Jahren bereits die Übergabe des Mystery-Feldes von Kantar an Bonsai begleitet. „Bei Bonsai betrachten wir Customer Experience ganzheitlich und bieten unseren Kunden integrierte Lösungen“, betont Maik Stücken. „CX ist für uns mehr als eine Frage der Plattform. Das tiefe Verständnis der Konsumenten, das wir in der Shopper-Forschung und -Analyse gewinnen, gehört ebenso dazu wie die Bewertung der Customer Experience durch unsere 3.800 Mystery Shopper. Auch die qualitative Forschung wird für unsere Kunden immer wichtiger, wenn es darum geht, die Customer Journey ganzheitlich zu verstehen.“

Bereits zum 15.01.2021 haben drei weitere ausgewiesene CX-Experten und -Analysten ihre Tätigkeit bei Bonsai aufgenommen:

Lars Bombowsky, Client Partner Customer Experience Research

Udo Kendziora, Consultant Customer Experience Research

Michael Mürbeth, Analyst und Client Partner Customer Experience Research

„Es ist ein echter Glücksfall, dass wir gerade jetzt so viele Kolleginnen und Kollegen gewinnen können, die genau die Expertise und das Know-how haben, das wir brauchen, um unsere Strategie weiter umzusetzen“, sagt Bonsai-CEO Jens Krüger. „Die Forschung im wahren Leben bleibt für Bonsai zentral. Aber wir sehen, dass gerade im Bereich CX die Beratung im Vorfeld und Unterstützung im Nachhinein bei der Implementierung eine immer größere Rolle spielen. Deshalb bieten wir mit der erweiterten Expertise jetzt den Full Service – von Konzeption eines CX-Projekts bis zur Schulung eines CX-Programms in den Unternehmen.“

Verstärkung für das Bonsai Lab

Ina Komischke, 35, unterstützt künftig als Client Partner das Bonsai Lab. Die Soziologin und

Ethnologin ist eine der profiliertesten Expertinnen für Community Research und qualitative Customer Journey Mapping in Deutschland. Ina Komischke ist seit über zehn Jahren in der qualitativen Forschung tätig, zuletzt als Associate Director Qualitative bei Kantar in Hamburg. „Der Claim des Bonsai Lab ist: Wir begleiten Innovation. Und das ist genau das, was ich am liebsten tue“, sagt Ina Komischke: „Ein tiefes Verständnis der Menschen und ihrer Wünsche gewinnen. Und mit innovativen Forschungsansätzen gemeinsam mit den Konsumenten innovative Ideen für Unternehmen entwickeln und vorantreiben.“

„Toll, dass wir Ina für Bonsai gewinnen konnten. Ich habe mit ihr schon vor acht Jahren bei Kantar an den ersten Online-Communities gearbeitet – damals zum Thema ‚Ernährung der Zukunft‘ im Rahmen der Nestlé-Zukunftsstudie“, sagt Jens Krüger. „Ich kenne niemanden, der so einfach und intuitiv das qualitative Forschungsspektrum in digitalen Formaten ausspielen kann.“

Ergänzung dieser Pressemitteilung am 15.02.2021:

Michael Voß verstärkt ab 15.02.2021 das Team von Bonsai Research als Client Partner des Bereichs Analytics & Media. Michael Voß war zuvor bei Kantar, wo er als Associate Director Media Research insbesondere Projekte der Medienvermarkter verantwortete. „Mit Michael Voß kommt ein echter Media-Profi in unser Team, der mit Erfahrung und Leidenschaft Forschungsprojekte und Kunden in den Bereichen Radio, Online, TV, aber auch Print verantwortet hat“, kommentiert Jens Krüger, CEO bei Bonsai, den Wechsel: „Michael Voß wird zum einen unsere Media- und Werbewirkungsforschung ausbauen. Zum anderen wird er – zusammen mit unserem Analytics-Team – Media-Befragungsergebnisse mit Verhaltens- und Salesdaten kombinieren. Ein für uns zunehmend wichtiges Forschungsfeld“.

Die Pläne von Bonsai Research

Mit den aktuellen Personalien sowie dem Ausbau der drei Geschäftsbereiche wird Bonsai 2021 deutlich wachsen. Jens Krüger kündigt an: „Wir werden in den nächsten Wochen eine Reihe weiterer Personalien bekannt geben können und unser Portfolio durch weitere Tools strategisch erweitern. Ein spannendes Jahr für Bonsai.“

Pressekontakt

Elke Löw, +49 89 89055895

presse@bonsai-research.com

Kontakt Geschäftsführung

Jens Krüger, CEO, +49 160 8835825

jens.krueger@bonsai-research.com

Über Bonsai Research

Bonsai wurde 2004 gegründet als Spezialist für Testmärkte, Shopper Research, Analytics und Mystery Research. Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung im nationalen und europaweiten Konsumgüter- und Gesundheitsmarkt hat sich Bonsai vom Medientestmarkt zu einer Experimentierplattform für Marketing-Innovationen mit Fokus auf den Handel (unter anderem LEH, Drogerien, Baumärkte, Apotheken) entwickelt. Bonsai bietet experimentelle Marktforschung nah am Kunden und begleitet Innovationen von der Ideen- und Konzeptentwicklung bis zur Einführung eines Produkts oder einer Dienstleistung – und darüber hinaus.

Bonsai GmbH

www.bonsai-research.com

An der Reeperbahn 6

28217 Bremen

+49 421 460220

Standort Hamburg

Beim alten Gaswerk 5

22761 Hamburg

+49 40 607768110