

Q | Agentur für Forschung GmbH Julius-Hatry-Str. 1 68163 Mannheim



**Oliver Tabino**

Geschäftsführer/Gründer  
Q | Agentur für Forschung GmbH

Im Juli 2008 gründete Oliver Tabino gemeinsam mit Kerstin Klär eine eigene Forschungsagentur und ist seitdem Geschäftsführer von Q | Agentur für Forschung GmbH, einem Full Service Anbieter für qualitative und quantitative Marktforschung und Marketingberatung. Seine Spezialitäten sind die Weiterentwicklung von qualitativ-psychologischen und kreativen Methoden der Marketing- und Sozialforschung sowie das Design und die Durchführung von Innovations- und Kreativitätsprozessen. Aufgrund seiner Zusatzausbildungen gehören die Konzeption und Implementierung von Beratungsprozessen zu den Besonderheiten seiner Arbeit als Marktforscher und Marketingberater. Im Jahre 1998 begann Oliver Tabino seine berufliche Karriere bei Sinus Sociovision zunächst als Werkstudent, nach Abschluss seines Studiums 2000 als fester Mitarbeiter. Als Senior Research & Consulting arbeitete Oliver Tabino hauptsächlich für Kunden in den Branchen IT & Telco, Food & Beverage, Media, Social & Institutions und im branchenübergreifenden Luxus-Sektor. (Daneben war Oliver Tabino verantwortlich für das Bild-Dokumentations-Center des Bereichs Visuelle Soziologie & Alltagsästhetik von Sinus Sociovision.)

Oliver Tabino ist seit Frühling 2009 für die Einführung des linkfluence-Ansatzes in Deutschland und im deutschsprachigen Raum verantwortlich. Die Kooperation mit linkfluence Frankreich bedeutet eine strategische Erweiterung des Forschungs- und Beratungsportfolios der Q | Agentur für Forschung in Richtung Social Media Forschung.

Neben seiner hauptamtlichen Tätigkeit als Geschäftsführer und Forscher hatte Oliver Tabino mehrere Lehraufträge (unter anderen an der Ruprecht-Karls Universität Heidelberg am Institut für Ethnologie für Ethnologische Methoden in der Marktforschung und an der SRH für Werbepsychologie) und war von 2000 bis 2009 als Dozent für Soziologie in der Erwachsenenbildung tätig.

Im Sommersemester 2011 und Wintersemester 2011/2012 ist Oliver Tabino Lehrbeauftragter an der Hochschule Pforzheim zum Thema „Social Media Research – Consumer Insights aus dem Mitmach-Netz“.

Oliver Tabino wurde 1972 in Karlsruhe geboren und lebt seit 1994 in Heidelberg.

### **Auszeichnungen:**

- **Nominierung für den Preis der Deutschen Marktforschung 2010:** linkfluence by Q in der Kategorie Innovationspreis 2010 des BVM
- **SABRE Awards Nominierung in den Kategorien Evaluation und Produkt des Jahres 2010:** [www.wahlradar.de](http://www.wahlradar.de)
- **European Excellence Award in Gold 2009:** Die Analyseplattform [www.wahlradar.de](http://www.wahlradar.de) wurde in Wien in der Kategorie PR-Evaluation ausgezeichnet.
- **Aufnahme ins Jahrbuch für Digital Marketing „Annual Multimedia 2010“:** [www.wahlradar.de](http://www.wahlradar.de)

### **Veröffentlichungen und öffentliche Auftritte:**

- **Eine Studie beweist: Marktforschung ist langweilig,** Kolumne auf [www.marktforschung.de](http://www.marktforschung.de), 05.10.2011.
- **Social-Media-Nutzung zwischen Mythos, Heilsversprechen und Realität** von Oliver Tabino, in VHW – Forum Wohnen und Stadtentwicklung 4/2011, Seite 181-186.
- **Sind wir innovativ oder tun wir nur so?** Kolumne auf [www.marktforschung.de](http://www.marktforschung.de), 24.05.2011.
- **Kollektive Intelligenz** von Prof. Christa Wehner und Oliver Tabino, in Markenartikel – Das Magazin für Markenführung, 5/2011, Seite 20-22.
- **Die Marktforschung ist tot, lang lebe die Marktforschung,** Kolumne auf [www.marktforschung.de](http://www.marktforschung.de), 23.02.2011.

- **Buzz, Monitorings und Social Media: wissen, was im Web 2.0 wirklich wichtig ist**, Vortrag auf der research & results Marktforschungsmesse von Thomas Perry und Oliver Tabino, 27.10.2010.
- **Interview** mit [www.marktforschung.de](http://www.marktforschung.de), 19.10.2010: "Als Forscher muss man einerseits gegen die "Alles-ist-umsonst"-Mentalität ankämpfen und andererseits gegen Heilserwartungen, dass Social Media alles kann und für alles gut ist."
- **ESOMAR Congress**, Odyssey 2010: The changing face of market research, Athen 2010 Titel: Beyond the buzz and towards robustness von: Anthony Hamelle, Thomas Perry, Oliver Tabino.
- **Interview** mit *planung & analyse*, 26.04.2010: "Die Informationen scheinen auf der (digitalen) Straße zu liegen."
- **Marktforschung im Web 2.0 – Mehr als nur Webmonitoring** - Das Beispiel Wahlradar.de und was Markenartikler daraus lernen können, Webmonitoring der 2. Generation: Entscheidender Mehrwert für Unternehmen), Vortrag und Idea Lab von Oliver Tabino auf dem MAFO-Kongress 2010.
- **Strategien und Methoden zur Beherrschung des Chaos – die Segmentierung des Social Web** von Kerstin Klär und Oliver Tabino, in: Patrick Brauckmann (Hg.), *Web-Monitoring, Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet*, 1. Auflage 2010, Seite 235 ff.
- **Markenmanagement im Web 2.0 – zwischen Angst und Faszination**, Fachartikel von Oliver Tabino veröffentlicht auf [www.marktforschung.de](http://www.marktforschung.de) Februar 2010.
- **Die Beherrschung des Chaos: Segmentierung des Web 2.0**, Vortrag auf der research & results Marktforschungsmesse von Thomas Perry und Oliver Tabino, 28.10.2009.
- **ESOMAR Congress**, Breaking down Frontiers, Montreal 2008. Titel: Digital divorce or digital love affair? von: Tim Dörflinger, Stefanie Gutknecht, Deutsche Telekom Laboratories und Kerstin Klär, Oliver Tabino
- **Seid umschlungen Millionen: Der PoS im Wealth Management.** von: Gabriele Volz, Hypovereinsbank und Thomas Perry, Oliver Tabino, *Sinus Sociovision*, in: *planung & analyse* 2 / 2008
- **Dem Homo Digitalis auf der Spur.** von: Tim Dörflinger, Stefanie Gutknecht, Deutsche Telekom Laboratories und

Kerstin Klär, Oliver Tabino, Sinus Sociovision

in: planung & analyse 3 / 2008

- **Typologie des Erfolgs**, HVB Wealth Management Studie 2007,  
Wissenschaftliche Expertise und Durchführung der Studie: Kerstin Klär, Oliver Tabino, Thomas Perry, Sinus Sociovision
- **"Was bleibt übrig von der tollen Stimmung nach der WM?"**  
Oliver Tabino zu Gast in der Landesschau  
SWR-Landesschau am 10. Juli 2006
- **Fußgänger auf der Datenautobahn?**  
von: Katja Henke, Markus Buchwald, Deutsche Telekom Laboratories und Kerstin Klär und Oliver Tabino, Sinus Sociovision  
in: planung & analyse 3 / 2006
- **ESOMAR Congress**, Shaping the Future, London, September 2006, Titel:  
Foresight and innovation: Integrating the people dimension,  
von: Katja Henke, Deutsche Telekom Laboratories , Markus Buchwald,  
Detecon International und Thomas Perry, Oliver Tabino, Sinus Sociovision
- **ESOMAR**, Qualitative Research, Barcelona, November 2005, Title: Eat the rich! Do Euro-millionaires have post-materialist attitudes?  
von: Kerstin Klär and Oliver Tabino, Sinus Sociovision
- **Stadtstreicher auf Milieu-Suche**  
Interview mit Oliver Tabino  
in: Karriere 09/2005
- **Macht Bayer erfinderisch?**  
Zum Forschungsprojekt "Innovationsstandort Leverkusen"  
IG BCE vor Ort, Interview mit Oliver Tabino  
in: Kompakt, 10/2005

**Ausbildung:**

Oliver Tabino studierte Soziologie und Politikwissenschaft an der Ruprecht-Karls Universität in Heidelberg und an der University of Leicester (GB) mit dem Abschluss Magister Artium (M.A.). Er ist NLP-Business-Master-Practitioner (DVNLP) und hat an der Hamburger Akademie für Fernstudien im Juli 2008 seinen Abschluss im Bereich Management gemacht. Berufsbegleitend hat Oliver Tabino verschiedene Weiterbildungen und Seminare zu den Themen Kreativität, die Kunst der Wahrnehmung, Umgang mit Gruppen und Gruppendynamik, Umgang mit Störungen und Einwänden, Explorationstechniken für das Führen von Tiefeninterviews und den Umgang und Einsatz von Mitteln und Medien gemacht.

Im Sommer 2011 erhielt er das Zertifikat „Summer School Innovationsmanagement“ mit den Schwerpunkten Innovationskultur, Innovationsbausteine und Trends, Innovationsbewertung und Innovationsmonitoring, Kreativität als Methode und Innovationscontrolling der Munich Business School.

Mitgliedschaften von Oliver Tabino:

BVM – dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.

Esomar