

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



Thomas Perry

Geschäftsführer/Gesellschafter
Q | Agentur für Forschung GmbH

Thomas Perry leitet bei Q | Agentur für Forschung Forschungsprojekte in der Markt-, Sozial und Internetforschung, vertritt den Bereich Futures und engagiert sich in der umsetzungsorientierten Beratung. Bei Q | Agentur für Forschung bringt er langjährige qualitative und quantitative Forschungserfahrung, aber auch seine Kenntnisse aus der Praxis von Marketing und Kommunikation in unterschiedlichen Branchen sowie sein Know how aus der Zukunftsforschung ein.

Thomas Perry begann seine berufliche Karriere bei der polis GmbH in München. Er arbeitete dort an Themen der Sozialforschung und politischen Kommunikation. Ab 1995 baute er das Kompetenz-Center Forschung bei Deutschlands größter PR-Agentur Pleon auf, entwickelte und leitete die strategische PR-Planung und PR-Evaluation.

Von 1998 bis Juni 2009 arbeitete Thomas Perry als Director bei Sinus Socio-vision in Heidelberg. Als Key Accounter war er für zahlreiche Kunden aus unterschiedlichen Branchen und Institutionen verantwortlich. Arbeitsschwerpunkte waren Aufgabenstellungen im Kontext von Zielgruppen, Marketing und Kommunikation. Zusätzlich entwickelte er Anwendungen für das forschungsbasierte Marketing und zusammen mit Dr. Joop de Vries die Methoden und Beratungsangebote für das Geschäftsfeld Futures.

Thomas Perry wurde 1957 in Oberhausen geboren und lebt mit seiner Familie in der Nähe von Heidelberg.

Thomas Perry

Q | Agentur für Forschung GmbH
Julius-Hatry-Str. 1 68163 Mannheim
Geschäftsführung Kerstin Klär | Thomas Perry | Oliver Tabino
Sitz der Gesellschaft Mannheim | Amtsgericht Mannheim HRB 704769
Umsatz ID DE260761370

fon +49 621_976526_43
fax +49 6221_976526_44
mail thomas.perry@teamq.de
www.teamq.de

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
- **European Excellence Award in Gold 2009:**
Die Analyseplattform www.wahlradar.de wurde in Wien in der Kategorie PR-Evaluation ausgezeichnet.
- **Aufnahme ins Jahrbuch für Digital Marketing „Annual Multimedia 2010“:** www.wahlradar.de

Veröffentlichungen und öffentliche Auftritte (Auswahl ab 2006):

- **Integrierte Stadtentwicklung braucht integrierte Forschung,** in: Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Nr. 6, Dez. 2010
- **Webresonanzanalyse und Webforschung. Grundlagen und Praxis,** Thomas Perry, in: Kommunikations-Manager, März 2010, 5.44
- **Selbstreferentielle Blindheit oder: Warum die Volksparteien es schon längst hätten wissen können und die Welt nicht untergeht,** Thomas Perry, in Jürgen Rüttgers (Hg.): Berlin ist nicht Weimar. Zur Zukunft der Volksparteien, S. 133-138. Klartext-Verlag, 2009
- **Die Beherrschung des Chaos: Segmentierung des Web 2.0,** Vortrag auf der research & results Marktforschungsmesse von Thomas Perry und Oliver Tabino, 28.10.2009
- **Männer vom Mars und Frauen von der Venus? Die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien und das Gender Gap;** Markus Buchwald, Stefanie Gutknecht, Thomas Perry, in: Research & Results, Nr. 4/2009
- **Die Mittelschicht als Zielgruppe: Neues zu einem Mythos;** in: Die Wohnungswirtschaft, Nr. 6, Juni 2009
- **Quo Vadis Web 2.0? Warum eine Community noch kein Geschäftsmodell ist;** von Thomas Perry und Dr. Uwe Sander; in: Research & Results, Nr. 1/2009
- **Realität und Virtualität verschmelzen: Die Explosion des Medialen und ihre Folgen,** in: Medienstandort Südwest, Der Sprung ins digitale Zeitalter Ein Kompendium von Mediendaten Südwest, VISTAS Verlag Berlin, 2008

- **ESOMAR**, Congress “Breaking down Frontiers”, Montreal 2008. Title: Digital divorce or digital love affair? Authors: Tim Dörflinger, Stefanie Gutknecht, Deutsche Telekom Laboratories und Kerstin Klär, Oliver Tabino, Thomas Perry (Präsentation)
- **Wege aus dem Öko-Dilemma**: Was ist wirklich nachhaltig? u.a. Interview mit Thomas Perry, in: ZEIT WISSEN, Nr. 4 Juni/Juli 2008
- **Vom Lebensstil zur Nachhaltigkeit**: Die LoHas sind eine Konsumentenelite mit Sogwirkung; Thomas Perry und Dr. Friederike Müller-Friemauth, in: factorY, Ausgabe 02/2008
- **Blinde Flecken ausleuchten**, Thomas Perry über Betriebsblindheit und strategische Weitsicht, in: Heureka, Das Magazin von HVB Wealth Management, 3. Ausgabe, Mai 2008
- **Warten auf das Ende des Hypes: "Die Welle wird in einigen Jahren abflachen"**, Über die Zukunft der Zielgruppe LoHaS; Interview mit Thomas Perry, in: HORIZONT Nr. 21 /23. Mai 2008
- **Migranten-Milieus**: von: Sebastian Beck, vhw, und Thomas Perry, Sinus Sociovision, in: Forum SOZIAL 2/2008, Hrsg.: DBSH, Deutscher Berufsverband für Soziale Arbeit e.V.
- **Seid umschlungen Millionen: Der PoS im Wealth Management**; von: Gabriele Volz, HypoVereinsbank, Thomas Perry und Kerstin Klär, Sinus Sociovision, in: planung & analyse, 2/2008
- **Typologie des Erfolgs**, HVB Wealth Management Studie 2007, Wissenschaftliche Expertise und Durchführung der Studie: Kerstin Klär, Oliver Tabino, Thomas Perry, Sinus Sociovision.
- **Web-TV-Angebote finden im Gegensatz zu Video-Clips bei Usern kein großes Interesse**; Interview mit Thomas Perry, Sinus Sociovision, in: promedia, Heft 9/2007
- **Der demografische Wandel und die Zukunft der Gesellschaft: Szenarien für den Umgang mit einer alternden und schrumpfenden Bevölkerung**, von: Dr. Joop de Vries / Thomas Perry, in: vhw – Heft 3/2007
- **Deutschland 2020**: Wie beeinflusst die Zukunft Menschen und Märkte?; von: Thomas Perry, in: M – Magazin für Moderne Märkte, 1/2007
- **ESOMAR**, Congress “Foresight – The Predictive Power of Research”, London 2006. Title: Foresight and Innovation: Integrating the People Dimension. Authors: Markus Buchwald, Thomas Perry.

Ausbildung:

Thomas Perry studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Hochschule der Künste, Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität bzw. Freien Universität, beide in Berlin, sowie Soziologie an der Universität Gießen.

Thomas Perry ist Mitglied im BVM – dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. sowie der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft (DWG)