

BAAKEN BRUNCH: BLICK auf 2026

The Power of Trust: Vertrauen als Erfolgsfaktor in unsicheren Zeiten – Insights aus den Ipsos Global Trends



Einladung zum Neujahrsempfang in der Hamburger HafenCity mit Live-Präsentationen & Paneldiskussion



- **Wann:** Donnerstag, 22. Januar 2026
- **Beginn:** 10:00 Uhr (Einlass ab 9:30 Uhr)
- **Dauer:** circa 2,5 Stunden inkl. Pause
- **Wo:** EDGE, Amerigo-Vespucci-Platz 1, 20457 Hamburg

Navigationshilfe für 2026

Vertrauen ist zur härtesten Währung unserer Zeit geworden. Beim Ipsos Baaken Brunch nehmen wir den Trend „The Power of Trust“ ganzheitlich in den Blick: Was bedeutet das anhaltende Stimmungstief für Politik und Gesellschaft? Und wie können Unternehmen und Marken die Vertrauenskarte strategisch spielen?



Ipsos lädt Sie ein zum Neujahrsempfang im neuen Ipsos-Office am Hamburger Baakenhafen. Baken sind seit jeher in der Schifffahrt wichtige Wegweiser, die in unsicheren Gewässern Orientierung geben. Diese Rolle übernimmt nun **Ipsos Global Trends** – die größte Trendstudie ihrer Art – als Ihre Navigationshilfe für das Jahr 2026.

Zuerst richten unsere Expert:innen aus Markt- und Sozialforschung den Blick auf **Gesellschaft und Politik** – ergänzt um exklusiv für das Event erhobene Stimmungsbilder. Dann der **Unternehmensblick**: Welche Hebel bauen Vertrauen in Marken auf? Zum Schluss bringt eine **Panelrunde** mit Unternehmenssprecher:innen und Marketeers die Praxis auf die Bühne.



22. Januar 2026: Das Programm

10:00 Uhr

Moin Hamburg!

Eröffnung und Begrüßung: **Dr. Christoph Preuß**, CEO Ipsos Germany

The Uneasy Decade

Stimmung, Sorgen, Signale

Präsentation mit Inga Havemann
(Senior Client Director Ipsos).

Kurswechsel in Washington, Kriege, Klimaextreme und KI-Transformation: Die globale Stimmungslage erreichte in diesem Jahr neue Tiefststände. Inga Havemann setzt mit Evidenz aus den Ipsos Global Trends den Rahmen für 2026 und zeigt, warum Vertrauen zum zentralen Erfolgsfaktor wird.

- Geopolitisches Lagebild 2026: Deutschland im Spannungsfeld einer zunehmend fragmentierten Weltordnung
- What Worries the World? Die aktuell größten Sorgen und ihre Auswirkungen auf die Alltagsentscheidungen von Konsument:innen
- Online-Räume und KI: wie Algorithmen, Daten und Desinformation Wahrnehmung und Vertrauen im Netz prägen

Vertrauenskrise?!

Deutschland 2026: Zwischen Aufbruch und Ernüchterung

Präsentation mit Dr. Robert Grimm
(Director Public Affairs).

Wo steht das Land ein Jahr nach der Bundestagswahl 2025? Dr. Robert Grimm ordnet die aktuelle politische Lage ein und zeigt, wie es um das Vertrauen in Kanzler und Regierung steht. Im Spannungsfeld von Reformanspruch und Status quo entscheidet sich 2026, ob milliardenschwere Transformationsvorhaben Fahrt aufnehmen.

- Sonntagsfrage im Zeitverlauf: Trends, Wählerwanderung und Kompetenzzuschreibungen der Parteien
- Vertrauen in Kanzler, Regierung und Kabinett: aktuelle Werte im Vergleich
- Blick auf Hamburg: Exklusive Stimmungsbilder aus der eigens für das Event durchgeführten Meinungsumfrage. Wem vertrauen die Menschen mehr: der Landes- oder der Bundesregierung? Wie sieht es mit dem Vertrauen in Hamburg aus und welche wirtschaftliche Bedeutung wird dem Hafen beigemessen?



Brunch & Networking

30 Minuten Pause



Vom Purpose zum Proof

Wie Marken Vertrauen aufbauen

Präsentation und Panel – moderiert von Inga Havemann (Senior Client Director) und Edvin Babic (Head of Qualitative & UX).

Inga Havemann zeigt, welche Rolle Vertrauen im Unternehmenskontext spielt und welche Hebel es stärken – von gelebten Werten und konsistenter, ehrlicher Kommunikation über Tradition und verlässliche Qualität bis zum transparenten Einsatz von KI und Daten. Die Ipsos Global Trends belegen den Einfluss auf Markenpräferenz, Kaufbereitschaft und Loyalität.

Panel: Inga Havemann und Edvin Babic im Gespräch mit Markenmacher:innen

Ein gemeinsamer Blick aus Kommunikation und Marketing: Wie wird Purpose zum Proof, wer ist glaubwürdiger Absender und welche Bausteine stärken Vertrauen im Handel – vom fairen Preis über nachhaltige Sortimente bis zum POS-Erlebnis? Unternehmenssprecher:innen und Marketeers bekannter Marken geben Einblicke, wie sie im deutschen Markt Vertrauen aufbauen.

Ein Vormittag, der Vertrauen schafft

Bitte bestätigen Sie Ihre Teilnahme bis zum **8. Januar 2026**. Wir freuen uns auf einen inspirierenden Vormittag mit Ihnen in der Hamburger HafenCity – mit frischem Kaffee, leckeren Frühstückssnacks und offenen Gesprächen.

Jetzt ANMELDEN



Bild © Jochen Nölle

