

Fachangestellte/r für Markt- und Sozialforschung

Berufsbeschreibung

Möchte ein Unternehmen ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung auf den Markt bringen, wird eine Umfrage in Auftrag gegeben. Diese Umfrage soll darüber Auskunft geben, wie hoch die Erfolgchance für eine Platzierung auf dem Markt ist. »Wie oft treiben Sie Sport?«, »Nutzen Sie öffentliche Verkehrsmittel?« oder »Welche Zeitschriften lesen Sie?«, so oder ähnlich lauten dann die Fragen, mit denen Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung Verhalten, Vorlieben und Ansichten von Konsumenten und Konsumentinnen zu erforschen suchen.

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung planen und organisieren die Durchführung dieser Marktstudien und Forschungsprojekte. Sie stellen die dazu nötigen Marktdaten zusammen, legen Auswahlkriterien für die zu Befragenden fest und bereiten Interviews und Fragebögen vor. Die Umfrageergebnisse tragen sie zusammen und werten sie aus. Dafür nutzen sie spezielle Software und Statistikprogramme. Sind die Ergebnisse aussagekräftig und korrekt, dann erstellen sie schriftliche Berichte mit Tabellen und Grafiken zur Veranschaulichung.

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung arbeiten in Marktforschungsinstituten, in Unternehmensberatungen oder Werbeagenturen, aber auch in Einrichtungen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung.

Anforderung

Mindestens Hauptschulabschluss; in der Berufsberatung und in Betrieben nachfragen.

Kontaktfreude, Interesse für Wirtschaftsfragen, Teamfähigkeit, gute Fähigkeit zur Informationsverarbeitung, Ausdauer und Hartnäckigkeit, Sprachgewandtheit, eine Neigung zu Zahlen und Statistik, keine Scheu vor Computern, Selbständigkeit, Kritikfähigkeit, Genauigkeit.

Ausbildung

3 Jahre: duale Ausbildung Betrieb/Berufsschule.

Entwicklungsmöglichkeiten

Projektleitung, Marketingleitung, Markt- und Kommunikationsforscher/in, Bachelor of Arts – Betriebswirtschaftslehre, Bachelor of Arts – Volkswirtschaftslehre, Unternehmer/in.