



Markt- und Meinungsforscher*in

Weitere Informationen und Ausbildungsbetriebe unter <https://www.berufeerleben.at/berufe/882>

Berufsbeschreibung

Markt- und Meinungsforscher*innen ermitteln wirtschaftlich und politisch relevante Daten, wie z. B. das Kauf- und Konsumverhalten, gesellschaftliche Trends, die politische Stimmung vor Wahlen oder die öffentliche Meinung zu bestimmten Themen. Zur Datenerhebung wenden sie verschiedene Methoden wie Interview, Umfrage, Fragebogen oder Test an. Sie werten die erhobenen Daten aus, berechnen Kennzahlen und erstellen Berichte. Wichtig ist es dabei möglichst unabhängige und objektive Daten zu liefern, um eine objektive Grundlage für strategische Entscheidungen in Wirtschaft und Politik zu schaffen

Sie arbeiten in Markt- und Meinungsforschungsinstituten, mitunter auch in Marketing-Abteilungen von großen Unternehmen. Zu den Auftraggeber*innen von Markt- und Meinungsforscher*innen gehören Unternehmen aller Branchen und unterschiedlicher Größe sowie private und öffentliche Organisationen und politische Parteien.

Anforderungen

Fachkompetenz:

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- Fremdsprachenkenntnisse
- gute Beobachtungsgabe
- gute Deutschkenntnisse
- Zahlenverständnis und Rechnen

Sozialkompetenz:

- Aufgeschlossenheit
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

Selbstkompetenz:

- Aufmerksamkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit

- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein
- Verschwiegenheit / Diskretion
- Zielstrebigkeit

Weitere Anforderungen:

- gepflegtes Erscheinungsbild
- Mobilität (wechselnde Arbeitsorte)

Methodenkompetenz:

- Informationsrecherche und Wissensmanagement
- komplexes / vernetztes Denken
- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- logisch-analytisches Denken / Kombinationsfähigkeit
- Planungsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise

Tätigkeiten und Aufgaben

- mit Kund*innen und Auftraggeber*innen Projekte planen und besprechen
- Problemanalysen erstellen
- Markt- und Meinungsforschungskonzepte erstellen
- Datenerhebungen planen und koordinieren, geeignete Methoden (z. B. Interviews, Telefonumfragen, Tests, Fragebögen) auswählen und zusammenstellen
- empirische Untersuchungen und Datenerhebungen durchführen
- Daten auswerten, aufbereiten und analysieren
- Ergebnisse in Form von Berichten, Studien, Tabellen und Diagrammen darstellen und präsentieren