

Consumer Insights Manager (m/w/d)

Qualitative & quantitative Marktforschung · Hamburg HafenCity · 32–40 Std./Woche · hybrid

Start: ab sofort · Gehalt: je nach Erfahrung

Du willst Studien nicht nur abwickeln, sondern Marken, Produkte und Kommunikation erfolgreich machen, inspirieren oder innovative Möglichkeiten aufzeigen? Bei uns führst Du eigene qualitative und quantitative Projekte – von der ersten Idee bis zur Empfehlung beim Kunden, mit eigener Kundenverantwortung und einem Team, das mitdenkt.

Wen suchen wir?

Wir suchen mutige Forschende, die zugleich versiert im Projektmanagement sind und wie wir moderne Mafo-Tools und KI smart und sicher einsetzen können, damit der Kopf frei bleibt für das, was zählt: starke Kundenbeziehungen, echtes Verständnis, richtig gutes Studiendesign, tiefe kontextualisierte Analyse und fundierte Beratung.

Deine Aufgaben

- Du konzipierst und führst eigene qualitative und quantitative Projekte durch – selbständig, aber mit der Unterstützung des Teams im Rücken:
 - Angebotserstellung / Projektkoordination / Ergebnisanalyse / Ergebnispräsentation / Beratung zu qualitativen & quantitativen Studien (bzw. mixed-mode)
 - inklusive der Moderation von In-depth-Interviews, Focus Groups und Online-Communities
- Mitwirkung an der Weiterentwicklung eines modernen Verständnisses und Services im Bereich Marktforschung und der Ausbau unseres Tool-Stacks

Wir bieten

- ein kleines, gewachsenes Team, das sich gegenseitig wirklich unterstützt
- immer neue Themen und spannende Projekte, national und international
- einen vielfältigen Kundenstamm – von Start-up bis Blue Chip
- alle Methoden unter einem Dach: qualitativ und quantitativ, online und offline
- viel Raum für die Weiterentwicklung eigener Interessen und Kompetenzen, plus interne Weiterbildung in regelmäßigen Workshops
- einen festen Platz in unserem Büro inmitten der HafenCity (U-Bahn Baumwall – 8. Stock, mit unglaublichem Ausblick nach Norden, Süden, Osten und Westen, barrierefrei)
- hybrides Arbeiten (am Anfang mehr im Büro, später mit einem „Team-Tag“ pro Woche)
- Gehalt nach Vorerfahrung – transparent von Anfang an
- auf Wunsch ein Jobticket auf Basis des aktuellen „Deutschlandticket“ und/oder einer sportlichen Wellpass Mitgliedschaft
- und viele weitere betriebsweite und individuell vereinbarte Corporate Benefits und mögliche Zusatzleistungen (z. B. überdurchschnittlicher Zuschuss zu betrieblicher Altersversorgung, Kita-Zuschuss oder Bike-Leasing)

Was solltest Du mitbringen?

- 2–3 Jahre Erfahrung in der Marktforschung (Studium oder FAMS) – oder weniger Erfahrung und echte Lust auf Mafo, wir bilden aus. Und falls Du nicht jeden Punkt dieser Liste abhakst: bewirb Dich trotzdem.
- Hands-on-Mentalität (selbstständiges, eigenverantwortliches Arbeiten im Sinne gemeinsamer Unternehmensziele und die Weiterentwicklung von Methoden in der Marktforschung / der Optimierung von Prozessen macht Dir Spaß)
- Du hast Spaß im Umgang mit Kundschaft, bist kommunikationsstark und serviceorientiert
- Du arbeitest gerne im Team, kannst Dich gut organisieren und verlierst nicht den Überblick, wenn es mal hektisch wird
- Da Du insbesondere qualitative Studien selbst moderieren bzw. Feedback der Studienteilnehmenden analysieren und auch implizite, zwischen den Zeilen offenbarte Informationen interpretieren wirst, sind Deutschkenntnisse auf C2-Niveau erforderlich – Du musst Zwischentöne sicher hören und wiedergeben können.
- Und da wir viel im internationalen Kontext arbeiten, ist es wichtig, dass Dein Englisch so gut ist, dass Du mit Kundschaft und Dienstleistungsunternehmen Details zum Angebot verhandeln, Methode und Untersuchungsergebnis erläutern und Berichte formulieren kannst.

Wer sind wir?

Wir sind ein unabhängiges, familiengeführtes Full-Service-Institut in der Hamburger HafenCity: ein Kern aus Forschenden unterschiedlicher Richtungen, quali und quant unter einem Dach. Gute Marktforschung entsteht bei uns aus Erfahrung, Empathie und dem Willen, unsere Kunden wirklich weiterzubringen – mit Denkfreude und nicht nur aus einer Standard-Toolbox.

Wir stehen für eine moderne Forschungshaltung, die auf Erfahrung, Empathie und Beratung aufbaut und Kunden mit offenem Blick frisches Denken und Expert Knowledge zur Verfügung stellt, rund um die Entwicklung von Marken, Produkten / Services und Kommunikation: mutig, individuell und konsequent. Wir dekodieren die Wünsche der Zielgruppen unserer Kundschaft und erarbeiten operativ und strategisch gewinnbringende Empfehlungen. Kaum ein Projekt gleicht dem anderen.

Zu unseren Kunden gehören Unternehmen weltweit, Start-ups, Innovation Hubs, Werbeagenturen, Blue Chips und Mittelstandsunternehmen. Meist im Bereich FMCG, Home Appliance, Bank, Dienstleistung und viele mehr. Eigentlich hat jede Branche spannende Themen am Start. Manchmal arbeiten wir auch in Forschungsallianzen mit den großen, globalen Market Research Agencies zusammen.

Mehr Infos zu uns findest Du auf: www.schoettmer.de

So bewirbst Du Dich

Ein Lebenslauf reicht. Anschreiben nur wenn Du uns etwas besonders Wichtiges mitteilen möchtest. Und bei den Zeugnissen interessieren uns vor allem die, die wirklich etwas über Deine Erfahrung in der Marktforschung oder andere relevante Fähigkeiten erzählen.

Schreib uns nur dazu, ab wann Du starten könntest und Deine Gehaltsvorstellungen. Wie gestaltet sich der Bewerbungsprozess? Ein kurzes Video-Kennenlernen (30 Min.), danach ein Gespräch bei uns im Büro mit einer kleinen Fallaufgabe. Wir antworten innerhalb von 5 Werktagen. Deine Ansprechpartnerin ist Susanne Schöttmer – initial erreichbar unter: jobs@schoettmer.de