



© FH Wr. Neustadt

Kompetenzen und Managementfähigkeiten zu vereinen.

Konsumenten im Wandel

Ähnlich den Forschern, haben sich auch die Konsumenten gewandelt. „Die Rolle der Konsumenten ist in den letzten Jahren stark geprägt von Überangebot, Digitalisierung und demzufolge verändertem Kaufverhalten“,

”

Die Tätigkeit des Markt- und Konsumentenforschers beginnt heute deutlich früher.

Natalie Dimitriadis-Schnür

führt Dimitriadis-Schnür aus. Diese geänderte Rolle müssen die Markt- und Konsumentenforscher in der Entwicklung ihrer Methoden mitdenken. Die Herausforderungen betreffen die Kombination von analogen, digitalen und apparati-

ven Methoden in der Erhebung und Auswertung. „Die zunehmende digitale Datenflut und deren Analysen stellen einen Umbruch für die Marktforschungsbranche dar, ebenso wie auch der vermehrte Einsatz apparativer Verfahren – wie Eye Tracking, Facial Coding oder VR/AR“, erklärt Dimitriadis-Schnür.

Ethische Grundsätze

Die Innovationen im Berufsbild und in den eingesetzten Methoden hat auch eine Überarbeitung ethischer Grundsätze zur Folge. Diese Grundsätze sind im internationalen ESOMAR-Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung festgehalten. Grundlegende Prinzipien des Kodex sind etwa der sorgfältige Umgang mit personenbezogenen Daten oder die Information der Forschungsteilnehmer. Für Dimitriadis-Schnür steht die Branche dabei vor Herausforderungen: „In der Praxis führen ethische Anforderungen durch Rahmenbedingungen wie Zeit- und Kostendruck und riesige Datensätze oftmals zu großen Herausforderungen“, so die Studiengangsleiterin. Die Vermittlung ethischer Themen ist auch

Ausbildung

Natalie Dimitriadis-Schnür ist Studiengangsleiterin des Masterstudiums für Marketing- & Konsumentenforschung am Campus Wieselburg, der zur FH Wiener Neustadt gehört. In der Ausbildung setzt man vor allem auf eine praxisorientierte Ausbildung auf wissenschaftlichen Grundlagen.

Teil des Studienplans am Campus Wieselburg.

Die Fachhochschule ist darum bemüht, den Zeichen der Zeit zu entsprechen und sich nahe am Puls der Wirtschaft zu bewegen. Die Beobachtung der Branche ist daher ein wichtiger Teil der Arbeit der Fachhochschule: „Wir befragen regelmäßig Unternehmen nach ihren Anforderungen an Mitarbeiter und implementieren notwendige Inhalte in den Studienplan“, so Dimitriadis-Schnür, die ergänzt: „Weiters beobachten wir internationale Trends, um in den Entwicklungen, methodisch und inhaltlich, am Puls der Zeit zu sein und dieses Wissen in Theorie und Praxis an unsere Studenten weitergeben zu können.“

Data Science

Der größte Umbruch steht der Kommunikationsbranche, darin sind sich Interessenverbände, Wirtschaftskammer und Unternehmer einig, in der Digitalisierung bevor. Auch in der Ausbildung künftiger Markt- und Konsumentenforscher spielt diese Entwicklung eine große Rolle. „Data Science ist, wie aus dem Namen ersichtlich, mittlerweile zu einer eigenen Wissenschaft geworden und das spiegelt sich auch in der Markt-, Meinungs- und Konsumentenforschungsbranche wider“, fasst Dimitriadis-Schnür zusammen. Um auf diese neue Entwicklung reagieren zu können, braucht es entsprechendes Wissen, das sich in einem nächsten Schritt auch in der Entwicklung neuer Methoden widerspiegeln muss. Nicht nur in der Datenerhebung, sondern auch in der Auswertung großer Datenmengen werden sich durch technologische Innovationen neue Möglichkeiten auftun, die von der heimischen Kommunikationsbranche genutzt werden sollten. (har)

“