

Wir sind die GIM.

Wir sind die Expert:innen für die Beziehung zwischen Menschen und Marken. Mit unserer Arbeit unterstützen wir unsere Kunden dabei, wirtschaftlich nachhaltige Entscheidungen zu treffen und für ihre eigenen Kunden relevant zu bleiben. Die Menschen betrachten wir dabei ganzheitlich im Kontext von Konsum, Gesundheit, Arbeit und Gesellschaft.

Wir forschen für weltbekannte Markenhersteller ebenso wie für Hidden Champions im Mittelstand und öffentliche Auftraggeber.

Bei unseren Kunden und generell in der Branche genießen wir einen exzellenten Ruf. Wir stehen für intelligente, hochwertige Forschung und Beratungskompetenz. Wir wachsen seit Jahrzehnten aus eigener Kraft, so dass wir uns inzwischen - mit ein bisschen Stolz - als führendes unabhängiges Marktforschungsinstitut in Deutschland bezeichnen dürfen.

Unsere 190 Kolleg:innen arbeiten an den Standorten Heidelberg, Berlin, Nürnberg, Wiesbaden, Zürich, Lyon und Shanghai – und der eine oder die andere auch remote ganz woanders. Jetzt suchen wir dich als Verstärkung für unser Team am Standort Berlin - so schnell wie möglich - als

Research Manager (m/w/d), Quantitative Marktforschung Bereich Tracking

Wir bieten dir als Research Manager die Möglichkeit, deine Erfahrung einzubringen, Verantwortung zu übernehmen und dich gleichzeitig als Teil unseres einmaligen Teams weiterzuentwickeln.

Deine Aufgaben:

- Eigenständige Konzeption und Durchführung quantitativer Studien
- Eigenständige Betreuung von Kunden bzw. Aus- und Aufbau von Kundenbeziehungen
- Erstellung von Angeboten und Akquise
- Projektmanagement, Anleitung und Steuerung von Projektteams
- Kreativer Umgang mit Forschungsmethoden bei der Konzeption von Studiendesigns und der Entwicklung von Erhebungsinstrumenten, fundierte Analysen und Erstellung von Berichten mit Handlungsrelevanz für unsere Kunden sowie Ergebnisinterpretation – und Präsentation
- Beratung unserer Kunden vom Forschungsdesign bis zur Handlungsempfehlung
- Fachliche Anleitung von Kolleg:innen
- Steuerung externer Dienstleister (z.B. Feldpartner, Übersetzungsagenturen)

Dein Profil:

- Du hast ein abgeschlossenes Hochschulstudium der Wirtschafts-, Sozial-, Verhaltenswissenschaften oder verwandter Studiengänge
- Du hast 2-3 Jahre Berufserfahrung in der quantitativen Marktforschung, idealerweise im Tracking-Bereich
- Du hast (sehr) gute Statistikenkenntnisse und beherrschen die entsprechende Software (SPSS oder R)
- Du hast Interesse an empirischen Fragestellungen und Konsumverhalten, z.B. auch in der Automobilbranche
- Du hast keine Scheu, Verantwortung (für ein Projekt) zu übernehmen



- Du bist ein kreativer Kopf, der es liebt, sich in neue Fragestellungen einzudenken, die gerne auch ein bisschen anspruchsvoller sein dürfen
- Du hast Spaß an der Arbeit im Team, bist präsentations- und kommunikationsstark (auch in englischer Sprache, weitere Fremdsprachen von Vorteil) und kundenorientiert
- Du hast einen hohen Anspruch an Qualität
- Du bist offen für die Herausforderungen des Forschungsalltags

Wir bieten:

- Die inspirierende Atmosphäre eines Instituts, das vielfältige Methoden und Erfahrungen unter einem Dach vereint
- Viele Möglichkeiten, eigene Ideen und Pläne einzubringen und mitzugestalten
- Eine motivierende Arbeitsatmosphäre in einem kollegialen und engagierten Team
- Den Raum und die Zeit, um dich weiterzuentwickeln – inklusive interner & externer Weiterbildungsmöglichkeiten
- Schöne Büroräume in sehr guter und zentraler Lage mit freien Getränken und gleichzeitig die Möglichkeit, auch remote zu arbeiten
- Mindestens zwei Teamevents pro Jahr
- Nicht nur ein gutes Gehalt, sondern auch viele weitere Leistungen (z.B. Vermögenswirksame Leistungen, Auslandsreisekrankenversicherung, Zuschuss zum Job-Ticket, Bike-Leasing)

Haben wir dein Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns über deine vollständige Bewerbung (persönliches Anschreiben, Lebenslauf, letzte Arbeitszeugnisse, etc.) inklusive Gehaltsvorstellung und deinem frühestmöglichen Eintrittstermin, per E-Mail an jobs@g-i-m.com

