



Junior Research Manager (m/w/d) für den Bereich Media Research bei Media Market Insights

Was dich bei uns erwartet ...

- Durchführung von Auswertungen, Aufbereitung und Steuerung quantitativer Marktdaten (insbesondere der gängigen Markt-Media-Studien) und qualitativer Marktanalysen aus internen und externen Quellen
- Konzeption und Durchführung von Projekten im Bereich der Werbewirkungs- und Zielgruppenforschung (sowohl quantitativ als auch qualitativ)
- Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse
- Erstellung von Branchen-/ Wettbewerbs-/ und Benchmarkanalysen
- Erstellung von Reports mit Social Listening Tools

Was wir uns von dir wünschen ...

- Dein Studium mit den Schwerpunkten Medien, Marketing, Kommunikation o.ä. hast du erfolgreich abgeschlossen
- Du agierst souverän mit Office-Programmen wie Word, Excel und PowerPoint und besitzt ein gutes Zahlenverständnis. SPSS-Kenntnisse sind wünschenswert
- Erfahrung in der empirischen Forschung und Datenanalyse, insbesondere fundierte Kenntnisse in statistischen Methoden und ein ausgeprägtes Verständnis von Marktforschungsmethoden
- Sehr gute Englischkenntnisse
- Abgerundet wird dein Profil mit einer schnellen Auffassungsgabe, einer kooperativen Arbeitsweise, Dienstleistungsorientierung, Konzeptionsstärke und Zielorientierung

Was wir bieten ...

- Persönliche wie auch fachliche Weiterentwicklung durch hervorragende Weiterbildungsmöglichkeiten
- Betriebliches Gesundheitsmanagement TAKE CARE, z.B. kostenfreie Vorsorgeuntersuchungen, Vergünstigungen bei Fitnessangeboten
- Kostenfreie Zeitschriften und Rabatt auf Zeitschriften-Abonnements
- Bezuschussung zur betrieblichen Altersvorsorge
- 30 Tage Urlaub, flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit Home-Office zu nutzen
- Eine betriebsnahe Kindertagesstätte für die ideale Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Wir leben Mobile First! Jeder Mitarbeiter (m/w/d) erhält beim Start ein Smartphone und Laptop zur beruflichen und privaten Nutzung

[Jetzt bewerben!](#)

Kontakt

Natalja Atapin
 Recruiting Consultant
 bewerbung@burda.com
 www.burda.de/karriere

Hubert Burda Media

Media Market Insights (MMI) ist die zentrale Burda-Forschungsabteilung und berät die Profitcenter bei Forschungsfragen zu redaktionellen Angeboten, Vertrieb, Werbewirkung und Vermarktung, zu Mediennutzung und Medientrends. Je nach Fragestellung werden Studien bedarfsgerecht konzipiert und umgesetzt oder Marktdaten aus Konsumentstudien (z.B. b4p, b4t) analysiert.