

Gehaltsstudie 2014

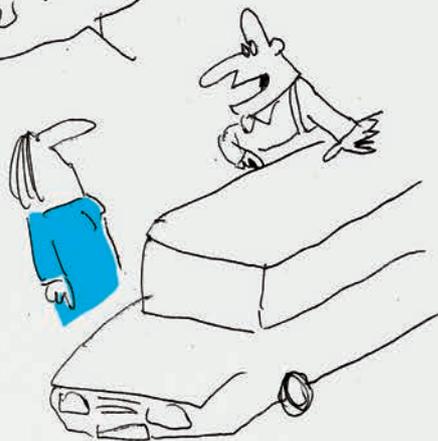
Die Gehaltsstudie 2014



Sponsored by:

GUTER SERVICE IST DAS BESTE REZEPT

Nur einen kleinen
Ölwechsel?
Salatölwechsel,
oder was?



Wie erleben Kunden Ihr Unternehmen? Wir finden es heraus, damit Sie erfolgreiche Strategien entwickeln können – von der Produktentwicklung bis zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.
www.maritzresearch.de

1. Die Gehaltsstudie 2014

Die Gehaltsstudie stützt sich auf einen fortlaufenden Gehaltscheck, der seit 2010 von marktforschung.de und tivian bereitgestellt wird¹. In den letzten vier Jahren nutzten 4.148 Marktforscherinnen und Marktforscher das Tool, um ihr eigenes Gehalt mit den Gehältern in der Branche zu vergleichen. Aus Gründen der Plausibilität und Datenqualität wurden Teilnehmer mit einem Jahreseinkommen unter 15.000€ (n=80) und über 280.000€ (n=28) nicht berücksichtigt, womit sich die aktuelle Studie auf die Angaben von 4.040 Personen stützt. Neben dem Jahresgehalt werden mit dem Gehaltscheck weitere Vergütungsaspekte wie variable Gehaltsanteile, die Vergütung von Überstunden,

Zuschüsse zur betrieblichen Altersversorgung, weitere Zuschüsse und Firmenwagen erfasst. Diese Angaben werden für jeden Teilnehmer zu einem Gesamtwert für das Jahreseinkommen verrechnet². Die im Folgenden dargestellten Analysen und Ergebnisse beziehen sich stets auf diesen Gesamtwert.

Das durchschnittliche Jahresgehalt hat sich zwischen 52.000€ und 56.000€ „eingependelt“

Die Gehaltsstudie wird in diesem Jahr zum vierten Mal veröffentlicht. Grund genug, einmal zurückzublicken. Abbildung 1 gibt einen Überblick über die Gehaltsentwicklung

in der Marktforschungsbranche in den letzten vier Jahren. Insgesamt hat sich das durchschnittliche Jahresgehalt in der Branche zwischen etwa 52.000€ und 56.000€ „eingependelt“ (Gesamtdurchschnitt: 54.290€/Jahr). Ein signifikanter Gehaltsunterschied ist lediglich für die Erhebungszeiträume 2011/12 und 2013/14 festzustellen (ca. 3.700€/Jahr bezogen auf die Mittelwerte). Die übrigen Gehaltsunterschiede der Jahre 2010 bis 2014 sind statistisch nicht signifikant, womit die Unterschiede im Gesamtdurchschnitt als unsystematische Schwankungen aufgefasst werden können.

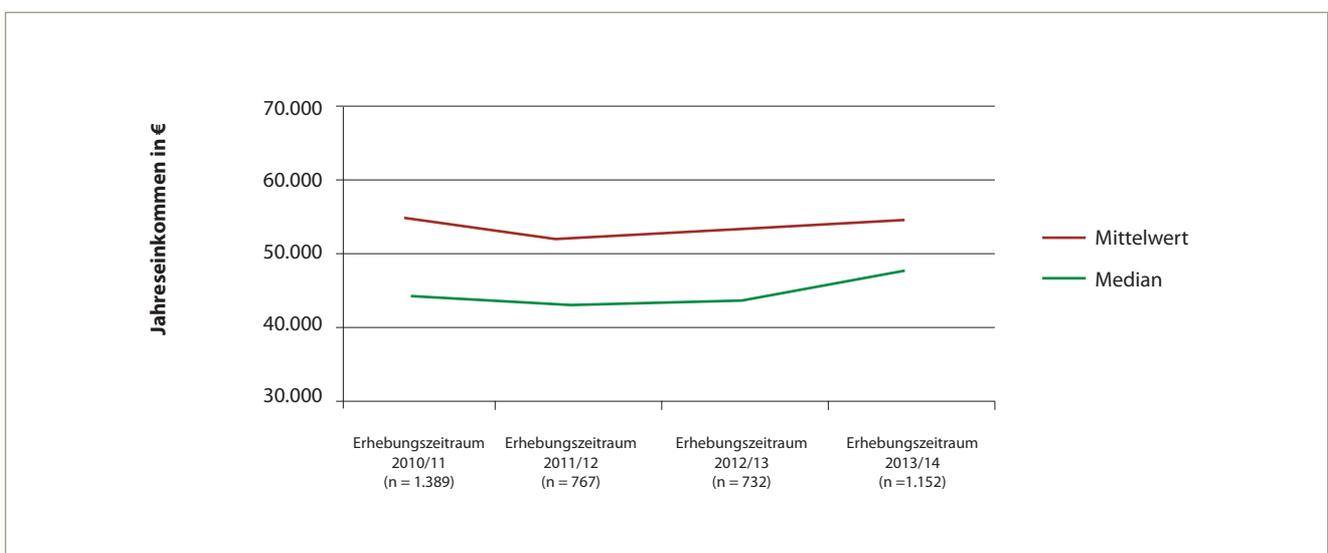


Abbildung 1. Entwicklung des durchschnittlichen Jahresgehalts in der Marktforschungsbranche im Zeitraum von 2010 bis 2014

¹<http://www.marktforschung.de/stellenmarkt/gehaltscheck/>

²Angaben von Teilnehmern, die Teilzeit beschäftigt waren, wurden auf eine volle Stelle hochgerechnet.

Es soll aber nicht unerwähnt bleiben, dass das durchschnittliche Jahreseinkommen im vergangenen Erhebungszeitraum im Vergleich zum Vorjahr um etwa 4% gestiegen ist. Das durchschnittliche Jahreseinkommen lag im Erhebungszeitraum 2013/14 bei 55.856€ und damit noch etwas über dem bisher höchsten Wert aus dem Zeitraum 2010/11, der 54.704€ betrug. Ob sich diese Tendenz im kommenden Jahr bestätigen wird, bleibt abzuwarten.

Medianwert stabil zwischen etwa 45.000€ und 48.000€

Zur weiteren Einordnung dieser Durchschnittswerte dient der Medianwert, der gegenüber Ausreißern robuster ist als der Mittelwert. Mit dem Median ergibt sich für die Auswertung insgesamt ein geringeres durchschnittliches Jahresgehalt von 45.712€. Das bedeutet, 50% der Marktforscher verdienen mehr als 45.712€ im Jahr, 50% verdienen weniger. Wie Abbildung 1 zeigt, hat sich auch der Medianwert über die letzten vier Jahre hinweg stabil eingependelt, und zwar zwischen etwa 45.000€ und 48.000€.

Das durchschnittliche Jahresgehalt aller Marktforscherinnen und Marktforscher ist eine „grobe Hausnummer“. Für den individuellen Gehaltsvergleich ist es noch wenig aussagekräftig. Wie viel ein

Marktforscher verdient, hängt von verschiedenen Einflussfaktoren ab. So dürfte es einen Unterschied machen, wie lange jemand bereits in der Marktforschung arbeitet und ob er Führungsverantwortung hat. Gehaltsunterschiede könnten sich aber auch in Abhängigkeit vom Studienfach, vom Bundesland oder dem Geschlecht der Marktforscher ergeben.

Die Marktforscherinnen und Marktforscher, die am Gehaltscheck teilnehmen, machen deshalb nicht nur Angaben zu ihrem Jahresgehalt, sondern auch zu verschiedenen personen- und arbeitgeberbezogenen Faktoren (s. Abb. 2). Die personenbezogenen Faktoren stellen im Wesentlichen die Eckdaten des beruflichen Werdegangs dar. Erhoben werden (1) der höchste erworbene Bildungsabschluss, (2) bei Akademikern das Studienfach, (3) die Länge der Berufserfahrung und (4) der Grad der Führungsverantwortung sowie (5) das Geschlecht.

Zu den arbeitgeberbezogenen Faktoren zählen (1) die Unterscheidung zwischen der Arbeit in einem Institut, in einer Unternehmensberatung oder der betrieblichen Marktforschung, (2) die Größe des Instituts bzw. Unternehmens und (3) das Bundesland, in dem sich der Arbeitgeber befindet.

Der bewährte Aufbau der Studie wurde auch in diesem Jahr beibehalten. Die Ergebnisdarstellung orientiert sich am Werdegang eines Marktforschers. Der Vergleich der Gehälter nach Bildungsabschlüssen und Studienrichtung liefert nicht nur Marktforschern mit Berufserfahrung Antworten darauf, wie viel Kollegen mit vergleichbarer Qualifikation verdienen, sondern kann auch Abiturienten und Schulabgängern Wege in die Marktforschung aufzeigen und eine Hilfestellung bei der Berufs- oder Studienwahl sein. Nach der Ausbildung bzw. dem Studium stellt sich für Absolventen oft

Personenbezogene Faktoren	Arbeitgeberbezogene Faktoren
Bildungsabschluss	
Studienfach	Unternehmensart
Berufserfahrung	Unternehmensgröße
Führungsverantwortung	Bundesland
Geschlecht	

Abbildung 2. Personen- und arbeitgeberbezogene Einflussfaktoren des Gehalts

die Frage, wo sie sich bewerben sollen. Bei einem kleineren Unternehmen mit „Startup-Geist“ oder doch besser in einem größeren Betrieb oder Konzern? Die Gehaltsstudie zeigt, mit welchen Gehältern in Instituten, Beratungen und der betrieblichen Marktforschung zu rechnen ist und inwieweit die Unternehmensgröße eine Rolle für die Gehaltshöhe spielt. Im weiteren Berufsleben dürfte das Gehalt vor allem durch die Berufserfahrung und den Grad der Führungsverantwortung bestimmt sein. Mit der Aufschlüsselung der Gehälter nach diesen beiden Faktoren können die Gehaltsperspektiven in der Marktforschung abgeschätzt wer-

den. Schließlich werden auch wieder die Durchschnittsgehälter nach Bundesländern abgebildet. Kaum ein Marktforscher wird wegen des Gehalts in ein anderes Bundesland ziehen. Die Ergebnisse können aber bei einem Wechsel zu einem Arbeitgeber in einem anderen Bundesland eine wertvolle Hilfe für die Formulierung der Gehaltsvorstellungen bzw. ausstehende Gehaltsverhandlungen sein.

Im Anschluss an den Gehaltsvergleich nach einzelnen Faktoren wird das Zusammenspiel der Gehaltsfaktoren untersucht. Es wird analysiert, ob für bestimmte Bildungsabschlüsse und Studienfä-

cher mit zunehmender Berufserfahrung und Führungsverantwortung größere Gehaltszuwächse festzustellen sind als für andere. Schließlich ist auch das Geschlecht als Gehaltsfaktor in Betracht zu ziehen. Es wird deshalb auch ermittelt, ob und wie stark Gehaltsunterschiede zwischen Männern und Frauen in der Branche ausgeprägt sind. Im Rahmen einer Regressionsanalyse werden die Gehaltsfaktoren abschließend im Gesamtbild betrachtet und ermittelt, wie viel Prozent der Einkommensunterschiede insgesamt durch die einzelnen Gehaltsfaktoren vorhergesagt werden können.

1.1. Bildungsabschluss und Studienrichtung

Bachelor und Master auf dem Vormarsch

Die überwiegende Mehrheit der befragten Marktforscher hat studiert (N = 3.667). Der Anteil der Akademiker lag in den letzten Jahren konstant bei etwa 90%. Am stärksten sind mit 79% nach wie vor die Diplom- und Magisterabschlüsse vertreten, die wesentlich häufiger an einer Universität (64%; N = 2.337) als an einer Fachhoch-

schule erworben werden (N = 559). Der Anteil dieser Abschlüsse ist allerdings rückläufig und sank in den letzten vier Jahren um 10 Prozentpunkte von 84% auf 74% (s. Abb. 3). Stete Zuwächse sind dagegen bei den neuen Bachelor- und Masterabschlüssen zu verzeichnen, die in den letzten beiden Jahren bereits rund 20% der akademischen Abschlüsse ausmachten (zum Vergleich: Erhebungszeitraum 2010/11: 9%; 2011/12: 14%; 2012/13: 20%; 2013/14: 21%).

Die überwiegende Mehrheit der Marktforscher hat studiert

Aus Abbildung 3 geht außerdem hervor, dass Bachelor- und Masterabschlüsse in den letzten Jahren etwa gleich häufig vertreten waren. Eine Ausnahme stellt das vergangene Jahr 2013 dar, in dem der Anteil der Masterabschlüsse weiter zunahm (von 10% auf 12%), der Anteil der Bachelorabschlüsse jedoch abnahm (von 9% auf 7%).

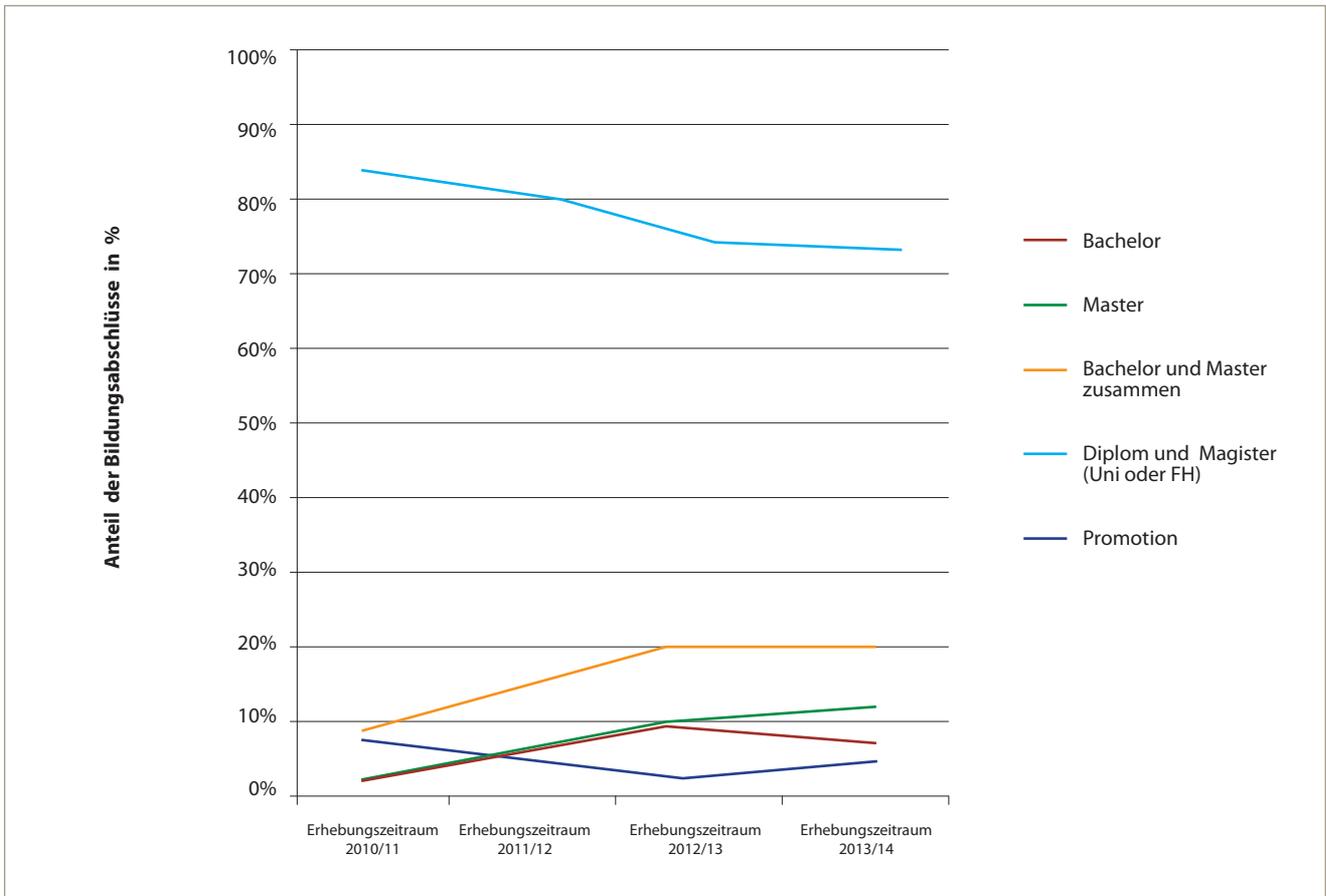


Abbildung 3. Verbreitung akademischer Abschlüsse in der Marktforschungsbranche in den Jahren 2010 bis 2014

Dies könnte darauf hindeuten, dass sich der Masterabschluss allmählich gegenüber dem Bachelorabschluss durchsetzt. Nur geringe Veränderungen zeigen sich bei den Promovierten (6%, N = 227), deren Anteil sich in den letzten Jahren konstant zwischen 5% und 7% bewegte, sowie den Personen, die keinen Hochschulabschluss haben (insgesamt 9%, N = 350; Ausbildung: N = 172, Abitur: N = 143, mittlere Reife: N = 29, Hauptschulabschluss: N = 6).

Studium lohnt sich für angehende Marktforscher

Interessanter als die Häufigkeit der Bildungsabschlüsse sind die Gehälter, die Personen mit diesen Abschlüssen in der Marktforschung erreichen. In den letzten Jahren zeigte sich, dass sich ein Studium

in der Marktforschungsbranche durchaus lohnt. Marktforscher mit Diplom-, Magister- und Masterabschlüssen erreichen Jahresgehälter zwischen 47.000€ und 56.000€ (s. Abb. 4). Ein etwas höheres Durchschnittseinkommen ergibt sich für die Befragten, die nach dem Studium noch promoviert haben (73.860€, Median 60.060€).

Die Ergebnisse für die übrigen Abschlüsse sollten aufgrund der vergleichsweise kleinen Fallzahlen mit Vorsicht interpretiert werden: Personen mit Hauptschulabschluss verdienen durchschnittlich etwa 26.000€ im Jahr. Bei mittlerer Reife oder einer Ausbildung werden um die 40.000€ erreicht. Das Durchschnittsgehalt der Teilnehmer, die das Abitur als höchsten Abschluss genannt haben, liegt bei knapp 57.000€.

Der Gehaltsunterschied zwischen Bachelor- und Masterabsolventen beträgt rund 5.700€

Zwischen Bachelor- und Masterabsolventen zeigte sich in den letzten Jahren stets ein deutlicher Gehaltsunterschied, der insgesamt rund 9.000€ beträgt. Marktforscher mit Bachelorabschluss verdienen rund 38.000€ im Jahr, Personen mit Masterabschluss etwa 47.000€. Da Bachelor- und Masterabschlüsse erst seit etwas mehr als 10 Jahren vergeben werden, haben Absolventen jedoch in aller Regel auch weniger Berufserfahrung als ihre Kollegen mit Diplom- und Magisterabschluss. Werden Teilnehmer miteinander verglichen, die die gleiche Berufserfahrung haben, sind nach wie vor keine Gehaltsunterschiede zwischen Personen mit Diplom-

und Personen mit Masterabschluss festzustellen.

Der Gehaltsunterschied zwischen Bachelor- und Masterabsolventen war allerdings nie so gering wie im letzten Erhebungszeitraum 2013/14. Wie aus Abbildung 5 hervorgeht, bewegte sich der Unterschied in den vergangenen Jahren zwischen 10.000€ und 12.000€ pro Jahr. Im letzten Jahr betrug die Differenz nur noch ca. 5.700€. So sank das durchschnittliche Jahreseinkommen der Masterabsolventen erstmals deutlicher unter die 50.000€-Marke, das Durchschnittsgehalt der Bachelorabsolventen überschritt erstmals die 40.000€-Marke. Das durchschnittliche Einkommen der Personen mit dem Diplom- oder Magisterabschluss einer Universität liegt stabil zwischen 50.000€ und 60.000€. Eine größere Variation weisen die Gehälter der Personen mit FH-Abschluss und Promotion auf. Erstere sind in den letzten beiden Jahren deutlich von ca. 50.000€ auf 64.000€ gestiegen. Letztere machten im vergangenen Jahr einen Sprung von etwa 71.000€ auf 78.000€.

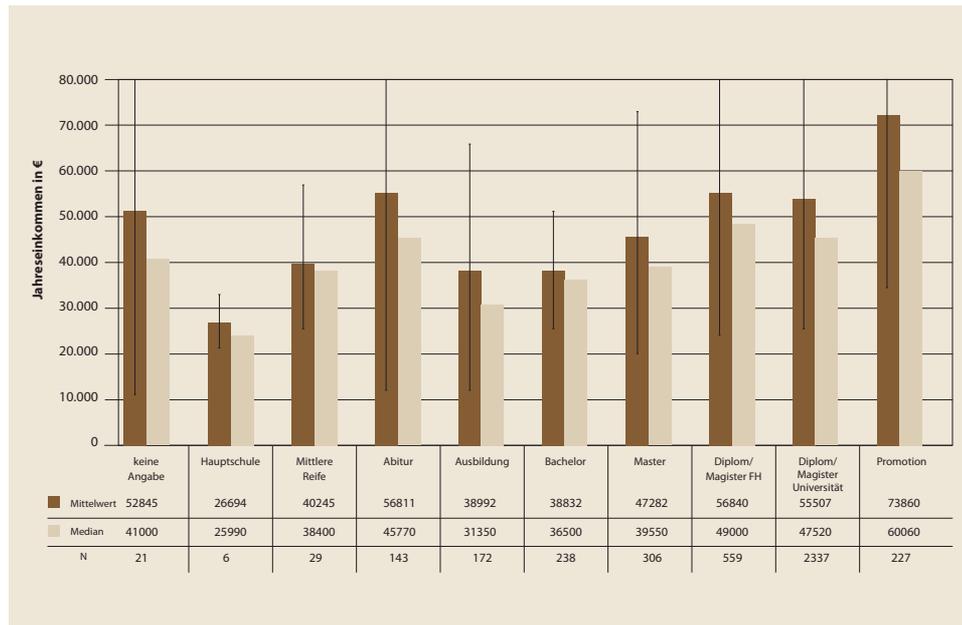


Abbildung 4. Jahreseinkommen nach Bildungsabschluss (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Die Studienrichtungen der befragten Marktforscher sind sehr vielfältig

Der Bildungsgrad der Marktforscher ist einheitlich. Recht vielfältig sind hingegen die eingeschlagenen Studienrichtungen. Die meisten der befragten Marktforscher haben entweder einen wirtschafts- oder aber einen geistes- bzw. sozialwissenschaftlichen Hinter-

grund. Auf der Basis unserer Daten ist kein deutliches Übergewicht eines der beiden Studienfelder festzustellen: 42% der befragten Marktforscher wählten einen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang. Fast ebenso häufig sind mit 35% die Geistes- und Sozialwissenschaften vertreten.

Die Betriebswirte stellen die größte Gruppe dar (N = 1.124; s. Abb. 6), gefolgt von den Soziologen (N = 881). 402 Teilnehmer haben Psychologie studiert und 274 ein

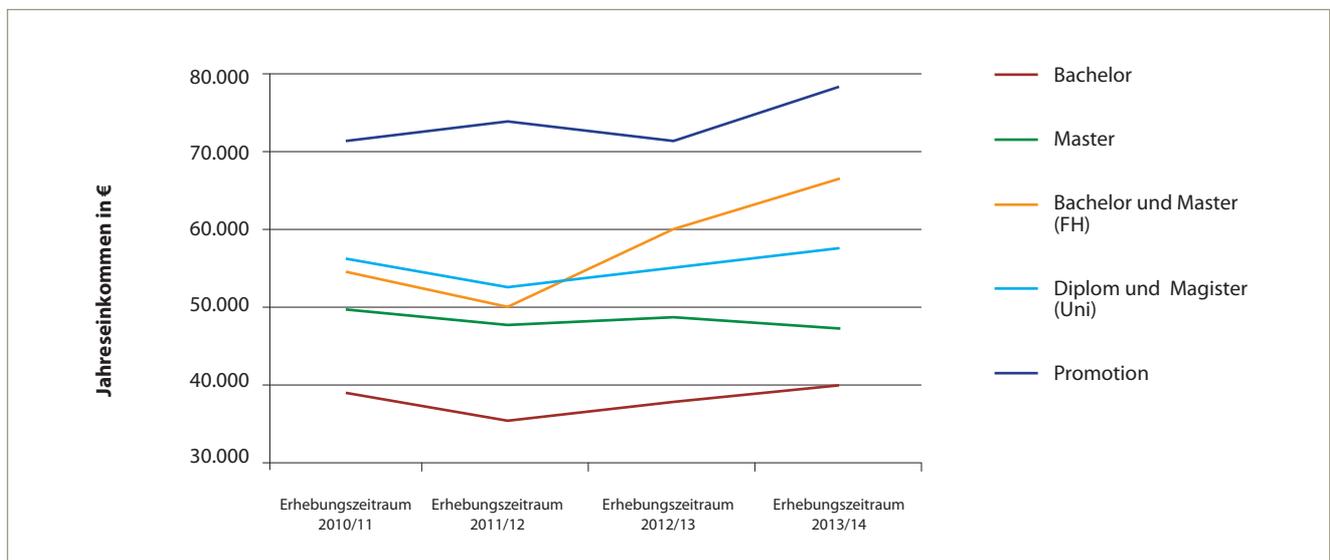


Abbildung 5. Durchschnittliche Jahresgehälter nach akademischen Abschlüssen in den Jahren 2010 bis 2014

anderes wirtschaftswissenschaftliches Fach. Ein kleiner Teil der Befragten kommt aus der Mathematik (N = 54). Ein gutes Fünftel (22%; N = 788) ordnet sich einem anderen Studienfach („Sonstiges“) zu. In dieser Gruppe findet sich eine Vielzahl von Studienfächern, häufig genannt werden Medien-, Kommunikations-, Kultur-, Sprach- und Politikwissenschaften.

BWLER, Wirtschaftswissenschaftler und Psychologen verdienen im Schnitt 56.000€ bis 59.000€ pro Jahr

Die Jahresgehälter der BWLER, Wirtschaftswissenschaftler und Psychologen unterscheiden sich nur geringfügig. Sie verdienen rund 56.000€ bis 59.000€ pro Jahr. Etwas weniger verdienen die Volkswirte (rund 54.000€/Jahr) und die Soziologen (rund 49.000€/Jahr). Deutlich höher ist das durchschnittliche Einkommen der Mathematiker (rund 68.000€/Jahr), das jedoch aufgrund der geringen Teilnehmerzahl nach wie vor nur eingeschränkt mit den Gehältern der anderen Gruppen zu vergleichen ist.

Abbildung 7 zeigt die Entwicklung des durchschnittlichen Jahreseinkommens von Absolventen

der häufig genannten Studiengänge BWL, VWL, Psychologie und Soziologie sowie weiterer wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge in den letzten vier Jahren. Die Jahresgehälter der BWLER und Psychologen haben sich zwischen etwa 55.000€ und 60.000€ eingependelt. Das durchschnittliche Einkommen der Soziologen liegt stabil um 50.000€ im Jahr. Größere Schwankungen zeigen sich bei den Gehältern der Volkswirte und der sonstigen Wirtschaftswissenschaftler. Diese sind aufgrund der geringen Stichprobengröße in den jeweiligen Auswertungsgruppen (N = 27 bis N = 90) jedoch nur eingeschränkt interpretierbar.

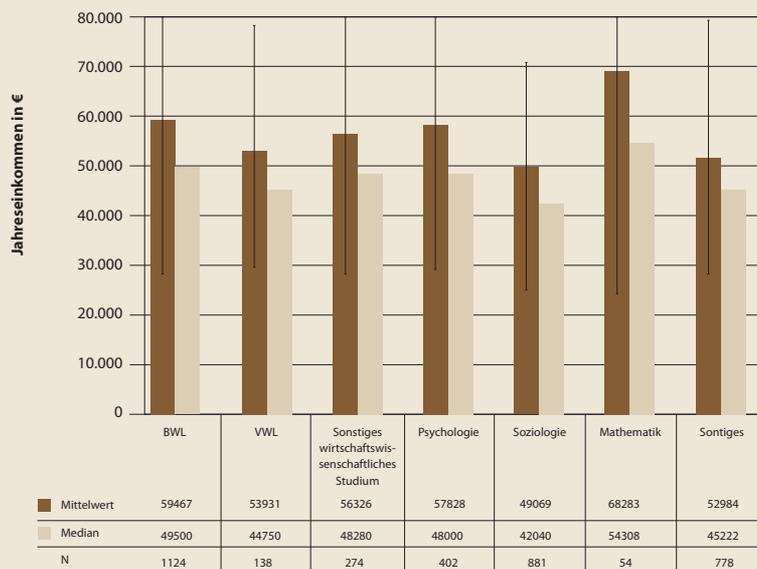


Abbildung 6. Jahreseinkommen nach Studienfach (Erhebungszeitraum 2010-2014)

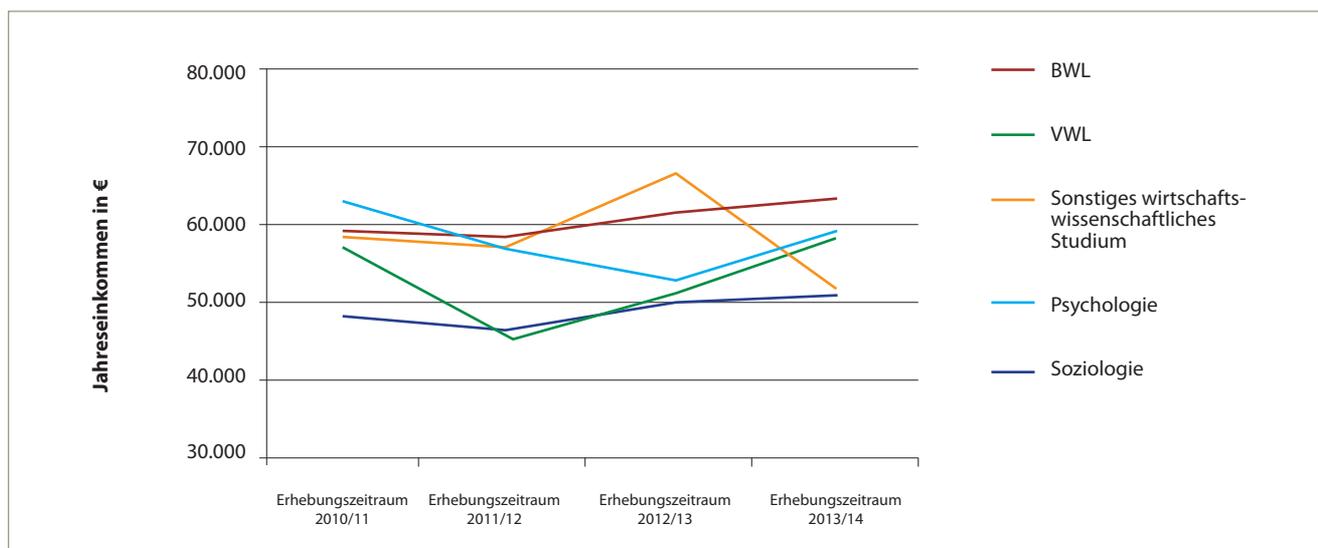


Abbildung 7. Durchschnittliche Jahresgehälter nach Studiengängen in den Jahren 2010 bis 2014

1.2. Unternehmensart und -größe

Die meisten der befragten Marktforscher arbeiten in einem Markt- oder Sozialforschungsinstitut (N = 2.801). Dort werden mit durchschnittlich 51.354€ pro Jahr aber keineswegs die höchsten Gehälter erzielt. Personen aus der betrieblichen Marktforschung (N = 718) verdienen rund 66.000€ und damit etwa 15.000€ mehr im Jahr. Sie liegen auch vor den Kollegen in den Beratungen (N = 268), deren durchschnittliches Jahreseinkommen bei rund 54.000€ liegt.

Die Größe des Unternehmens hat Einfluss auf die Höhe des Gehalts

Für das Gehalt „vorteilhaft“ ist außerdem ein größeres Unternehmen (s. Abb. 8). In kleineren Unternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern werden im Durchschnitt zwischen 48.000€ und 50.000€ gezahlt. In Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern liegt das durchschnittliche

Jahreseinkommen der Marktforscher bei ca. 55.000€ und bei über 500 Mitarbeitern bei ca. 64.000€. Die Gegenüberstellung der Gehälter nach Art und Größe des Unternehmens führte in den letzten Jahren zu vergleichbaren Ergebnissen.

	N	Mittelwert (Streuung)	Median
Unternehmensart			
Markt- oder Sozialforschungsinstitut	2.801	51.354 (28.378)	43.080
Unternehmensberatung	268	54.754 (28.220)	46.291
Unternehmen (betriebliche Marktforschung)	718	66.729 (32.031)	59.950
Sonstiges	218	48.238 (22.909)	42.860
keine Angabe	35	68.230 (55.061)	53.400
Unternehmensgröße			
1-5 Mitarbeiter	282	48.528 (29.073)	40.000
6-10 Mitarbeiter	329	48.790 (26.969)	42.000
11-50 Mitarbeiter	1.146	49.496 (26.106)	42.250
51-100 Mitarbeiter	515	48.990 (25.475)	41.500
101-500 Mitarbeiter	665	55.520 (33.140)	45.500
mehr als 500 Mitarbeiter	1.094	64.128 (31.204)	56.020
keine Angabe	9	62.979 (48.675)	46.429

Abbildung 8.

Jahreseinkommen nach Unternehmensart und -größe (Erhebungszeitraum 2010-2014)

1.3. Berufserfahrung und Führungsverantwortung

Wie sind die Perspektiven in der Marktforschung?

Im weiteren Berufsleben sollte es für die Gehaltshöhe vor allem von Bedeutung sein, wie viel Berufserfahrung ein Marktforscher mitbringt und ob er Führungsverantwortung hat. In Bezug auf die Länge der Berufserfahrung zeigen die Teilnehmer des Gehaltschecks

eine ausgewogene Verteilung; es nahmen sowohl „Neulinge“ wie auch „alte Hasen“ teil, die seit über 20 Jahren im Geschäft sind.

Vergleicht man die Jahresgehälter von Marktforschern mit unterschiedlicher Berufserfahrung, zeichnet sich mit zunehmender Erfahrung ein kontinuierlicher Gehaltsanstieg ab (s. Abb. 9). Im ersten Berufsjahr liegt das durch-

schnittliche Gehalt bei 33.967€ (2013: 33.875€), nach drei Jahren werden 46.304€ (2013: 46.145€) erreicht und nach sechs Jahren bereits 55.445€ (2013: 54.957€). Mit über 10-jähriger Berufserfahrung können schließlich rund 70.000€ und bei mehr als 20 Berufsjahren kann sogar ein Jahresgehalt von 100.000€ erreicht werden.

	N	Mittelwert (Streuung)	Median
Berufserfahrung			
bis 1 Jahr	461	33.967 (8.641)	33.600
bis 3 Jahre	841	37.503 (12.552)	36.400
bis 6 Jahre	858	46.304 (12.855)	44.055
bis 10 Jahre	631	55.445 (18.268)	52.000
bis 15 Jahre	644	68.810 (29.778)	62.140
bis 20 Jahre	291	83.148 (38.252)	74.150
mehr als 20 Jahre	305	93.135 (48.996)	82.200
keine Angabe	9	56.026 (27.180)	52.000

Abbildung 9. Jahreseinkommen nach Berufserfahrung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Marktforscher mit Führungsverantwortung verdienen im Durchschnitt 71.626€

Ein schnellerer und auch stärkerer Gehaltsanstieg kann durch eine Führungsposition erzielt werden. Auch in der Marktforschung gibt es erwartungsgemäß Gehaltsun-

terschiede in Abhängigkeit davon, ob und wie viele Mitarbeiter geführt werden (s. Abb. 10). Für die Befragten, die keine Führungsverantwortung haben, ergibt sich ein durchschnittliches Gehalt von 45.356€ (2013: 44.222€). Für Personen mit Führungsverantwortung liegt der Durchschnitt bei 71.626€ (2013: 71.524€) und damit um rund

26.000€ höher. Bei einer Führungsspanne von bis zu 20 Mitarbeitern werden bereits über 80.000€ erreicht. Marktforscher, die für eine größere Anzahl an Mitarbeitern verantwortlich sind oder der Geschäftsführung angehören, erreichen mitunter Jahresgehälter von 100.000€.

	N	Mittelwert (Streuung)	Median
Führungsverantwortung			
keine Führungsverantwortung	2.599	45.356 (17.183)	41.716
bis 5 Mitarbeiter	892	60.703 (28.184)	54.000
bis 20 Mitarbeiter	264	83.104 (38.863)	75.000
bis 100 Mitarbeiter	41	91.816 (58.405)	87.000
über 100 Mitarbeiter	16	84.110 (70.623)	52.553
Geschäftsführung	170	105.072 (54.088)	97.305
keine Angabe	58	41.255 (12.476)	39.607

Abbildung 10. Jahreseinkommen nach Führungsverantwortung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

1.4. Das Zusammenspiel der Gehaltsfaktoren

Die Höhe des Gehalts ist durch verschiedene personen- und arbeitgeberbezogene Faktoren wie Bildungsabschluss, Studienfach oder Unternehmensgröße bestimmt. Im Folgenden geht es darum, inwieweit die einzelnen Gehaltsfaktoren zusammenspielen. Im Fokus stehen dabei die Berufserfahrung, die Führungsverantwortung und das Geschlecht der Marktforscher. Zeichnen sich für bestimmte Bildungsabschlüsse und Studiengänge mit zunehmender Berufserfahrung oder Führungsverantwortung unterschiedlich starke Gehaltszuwächse ab? Und verdienen Frauen bei gleicher Berufserfahrung bzw. Führungsverantwortung genauso viel wie Männer?

Personenbezogene Faktoren und Berufserfahrungen

In Abbildung 11 sind die durchschnittlichen Gehälter der befragten Marktforscher nach Bildungsabschluss und Berufserfahrung zusammengestellt. Für die beiden Gehaltsfaktoren kann eine Wechselwirkung nachgewiesen werden. So unterscheiden sich die Gehälter von Diplom-, Bachelor- und Masterabsolventen im ersten Berufsjahr nur geringfügig. Absolventen mit Masterabschluss verdienen sogar etwas mehr als Absolventen mit Diplom. Personen, die eine Promotion vorweisen können, steigen etwas höher ein als die übrigen Gruppen.

Deutliche Gehaltszuwächse nach drei Jahren im Unternehmen

Ab drei Berufsjahren sind schließlich in allen Gruppen deutlichere

Gehaltszuwächse festzustellen (s. Abb. 11). Personen mit Diplom-, Magister- und Masterabschlüssen verdienen bei bis zu drei Jahren Berufserfahrung rund 37.000€ bis 39.000€. Danach liegen die durchschnittlichen Gehälter zwischen 44.000€ und 48.000€. In den letzten Jahren zeigten sich dabei mit zunehmender Berufserfahrung auch größere Unterschiede zwischen den Abschlüssen. Im letzten Erhebungszeitraum verringerten sich diese Unterschiede. So verzeichneten die herkömmlichen Diplom- und Magisterabschlüsse im letzten Jahr nach drei Jahren Berufserfahrung noch einen Gehaltsvorsprung von rund 5.000€ gegenüber den Masterabschlüssen. In diesem Jahr liegen die Durchschnittsgehälter mit 46.000€ bis 48.000€ nicht mehr über dem Durchschnitt der Personen mit Masterabschluss.

Bildungsabschluss

- Bachelor
- Master
- Diplom/ Magister FH
- Diplom/ Magister Uni
- Promotion

Berufserfahrung bis 1 Jahr		Berufserfahrung bis 3 Jahr		Berufserfahrung bis 6 Jahr	
N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)
76	33.785 (9.787)	83	35.250 (7.956)	31	46.143 (19.600)
96	34.751 (6.032)	105	38.886 (12.464)	47	44.163 (11.821)
37	32.793 (8.627)	97	37.250 (6.530)	136	48.429 (13.112)
210	33.565 (8.142)	442	38.326 (8.780)	552	46.443 (11.743)
13	45.633 (9.093)	26	49.309 (8.366)	44	54.287 (13.218)

Abbildung 11.

Jahreseinkommen nach Bildungsabschluss und Berufserfahrung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Aus Abbildung 12 geht hervor, wie sich die durchschnittlichen Jahresgehälter für verschiedene Studienfächer mit zunehmender Berufserfahrung entwickeln. Auch für diese beiden Gehaltsfaktoren ist eine Wechselwirkung festzustellen. Be-

sonders stark ist der Einkommenszuwachs bei den Betriebswirten. Nach sechs Jahren Berufstätigkeit verdienen BWLer 15.800€ mehr als beim Einstieg. Etwas geringer fällt der Zuwachs bei den anderen Wirtschaftswissenschaftlern und bei

den Psychologen aus. Die Gehälter der Soziologen und der sonstigen Studiengänge fallen hingegen nach einigen Berufsjahren deutlich geringer aus als die der anderen Gruppen.

Studienfach

BWL

VWL

Sonstiges wirtschaftswiss. Studium

Psychologie

Soziologie

Mathematik

Sonstiges

Berufserfahrung bis 1 Jahr		Berufserfahrung bis 3 Jahr		Berufserfahrung bis 6 Jahr	
N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)
103	34.442 (7.278)	217	38.730 (7.237)	244	50.270 (13.887)
23	34.197 (8.039)	40	40.533 (8.417)	26	47.310 (8.286)
30	35.389 (10.701)	56	38.825 (9.630)	54	49.496 (13.873)
47	33.457 (8.345)	76	40.119 (11.355)	67	46.864 (9.635)
137	33.500 (7.574)	201	36.780 (8.555)	225	44.797 (11.356)
7	38.703 (7.554)	5	36.920 (5.784)	11	50.406 (16.039)
84	34.231 (9.728)	157	38.089 (11.504)	182	44.562 (11.963)

Abbildung 12.

Jahreseinkommen nach Studienfach und Berufserfahrung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Personenbezogene Faktoren und Führungsverantwortung

Nicht nur für die Berufserfahrung, sondern auch für die Führungsverantwortung sind Wechselwirkungen mit personenbezogenen Faktoren in Betracht zu ziehen. Auf Basis der Daten des Gehaltschecks ist sowohl für den Bildungsabschluss als auch für das Studienfach eine Wechselwirkung mit der Führungsverantwortung festzustellen. Das bedeutet, für Marktfor-

scher, die bestimmte Bildungsabschlüsse erworben bzw. bestimmte Fächer studiert haben, zeigen sich mit zunehmender Führungsverantwortung unterschiedlich starke Gehaltszuwächse.

Abbildung 13 gibt einen Überblick über das durchschnittliche Jahreseinkommen nach Bildungsabschluss, Studienfach und Führungsverantwortung. Geringere Gehaltszuwächse ergeben sich für die Marktforscher mit Bachelorabschluss. Hier liegt das durchschnittliche Jahresgehalt auch bei

größeren Führungsspannen unter 50.000€. Die übrigen Gruppen erzielen mit zunehmender Führungsverantwortung durchschnittliche Jahresgehälter zwischen 60.000€ und 80.000€ und bei Zugehörigkeit zur Geschäftsführung mitunter auch über 100.000€. Diese Unterschiede könnten jedoch wie erwähnt auch darauf zurückzuführen sein, dass Bachelor- und Masterabschlüsse erst seit kurzem erworben werden und Absolventen auf eine kürzere Berufstätigkeit zurückblicken.

Wirtschaftswissenschaftler verdienen bei mittelgroßen Führungsspannen mehr als Marktforscher mit einem anderen Studium

Die Auswertung nach Studienfächern (s. Abb. 13) zeigt, dass Wirtschaftswissenschaftler bei mittelgroßen Führungsspannen von bis zu 20 Mitarbeitern im Durchschnitt mehr verdienen als die Vertreter der anderen Studienfächer. Bei größeren Führungsspannen oder

Zugehörigkeit zur Geschäftsführung sind diese Unterschiede nicht mehr zu finden. Die kleine Gruppe der Mathematiker ist aufgrund der noch geringen Fallzahlen nur bedingt mit den übrigen Gruppen zu vergleichen.

	Keine Führungsverantwortung		Bis zu 20 Mitarbeiter		Mehr als 20 Mitarbeiter, Geschäftsführung	
	N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)	N	Mittelwert (Streuung)
Bildungsabschluss						
Bachelor	179	38.110 (13.033)	49	41.233 (14.965)	5	44.111 (17.484)
Master	240	41.669 (15.986)	51	59.624 (34.409)	14	98.802 (55.230)
Diplom/ Magister FH	359	48.002 (18.558)	167	69.490 (35.358)	28	97.657 (57.717)
Diplom/ Magister Uni	1500	46.581 (15.819)	685	67.156 (31.047)	124	101.727 (49.326)
Promotion	106	56.827 (17.359)	92	81.486 (33.389)	25	121.192 (63.581)
Studienfach						
BWL	707	49.184 (18.282)	340	72.127 (35.852)	68	104.921 (59.826)
VWL	97	43.890 (13.125)	27	72.979 (27.036)	13	90.636 (31.843)
Sonstiges wirtschaftswiss. Studium	187	47.326 (15.442)	73	72.786 (38.393)	11	105.715 (41.334)
Psychologie	243	46.398 (17.981)	120	67.203 (25.810)	33	109.515 (62.333)
Soziologie	597	43.128 (13.337)	233	58.963 (27.079)	34	91.241 (43.801)
Mathematik	27	49.204 (29.048)	23	85.977 (47.713)	3	107.101 (71.784)
Sonstiges	521	45.043 (16.018)	227	63.844 (29.397)	34	102.023 (48.762)

Abbildung 13.

Jahreseinkommen nach Bildungsabschluss, Studienfach und Führungsverantwortung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

1.5. Gehaltsfaktor Geschlecht

Am 21. März 2014 war „Equal Pay Day“, ein internationaler Aktionstag für die Entgeltgleichheit von Frauen und Männern, der in Deutschland 2008 erstmals auf Initiative der Business and Professional Women (BPW) Germany durchgeführt wurde³. Das sog. „Gender Pay Gap“, der Verdienstunterschied zwischen den Geschlechtern, betrug in Deutschland im vergangenen Jahr 22% zugunsten der Männer. Der Unterschied liegt seit 2006 konstant bei 22% bis 23%. Auch der innerdeutsche Ost-West-Vergleich ergibt Unterschiede: In den westdeutschen Bundesländern verdienen Männer rund 23% mehr als Frauen, in den ostdeutschen Bundesländern lediglich 8% mehr⁴.

„Verdienstlücke“ zwischen Marktforscherinnen und Marktforschern hat sich in den letzten vier Jahren etwas geschlossen

Auch für die Marktforschungsbranche stellen wir in den letzten Jahren stets Verdienstunterschiede fest. Das Gender Pay Gap bewegte sich zwischen 22% und 24%. In diesem Jahr ermitteln wir für die Branche insgesamt eine „Lücke“ von 20%, der Verdienstunterschied fällt also etwas geringer aus als in den Vorjahren. Die Marktforscherinnen, die am Gehaltscheck teilnahmen, erzielen ein durchschnittliches Jahresgehalt von 42.350€ (Median), der Durchschnitt der Männer liegt bei 50.975€ (Median) und damit um 8.625€ über dem

Wert der Kolleginnen. Wertet man den Gehaltscheck für Ost- und Westdeutschland getrennt aus, ergibt sich für Ostdeutschland ein Verdienstunterschied von 8% und für Westdeutschland von 21% zugunsten der Männer (bezogen auf die Medianwerte). Diese Werte entsprechen in etwa den bundesweit vorzufindenden Verhältnissen. Insgesamt lassen unsere Daten erfreulicherweise erkennen, dass sich die „Verdienstlücke“ zwischen Marktforschern in den letzten vier Jahren etwas geschlossen hat. So betrug das unbereinigte Gender Pay Gap im letzten Erhebungszeitraum nur noch 14%, allerdings bewegte sich das bereinigte Gender Pay Gap in den letzten beiden Jahren nach wie vor zwischen 7% und 9% (s. Abb. 14).

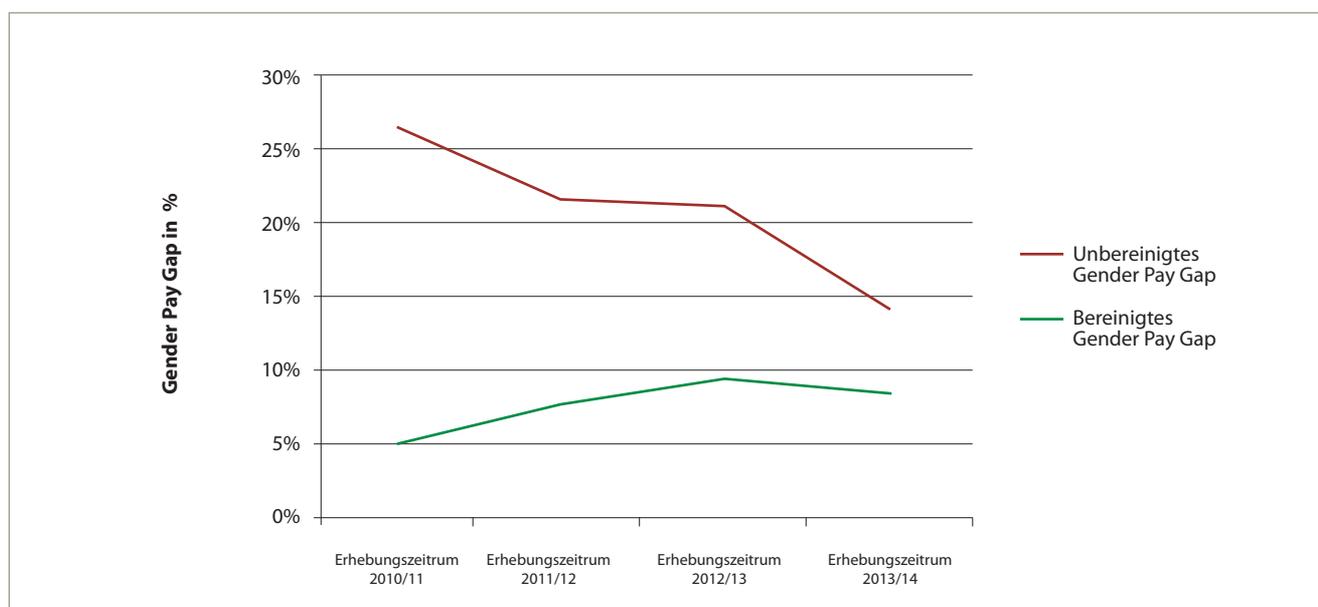


Abbildung 14. Entwicklung des Gender Pay Gaps in der Marktforschungsbranche in den Jahren 2010 bis 2014⁵

³ www.equalpayday.de (letzter Aufruf am 11.04.2014)

⁴ https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2014/03/PD14_104_621.html (letzter Aufruf am 11.04.2014)

⁵ Die Berechnung des Gender Pay Gaps bezieht sich jeweils auf die Medianwerte

Deutlicher kommen die Gehaltsunterschiede zwischen Frauen und Männern mit zunehmender Berufserfahrung und Führungsverantwortung zum Tragen. Für beide Faktoren ist eine Wechselwirkung mit dem Geschlecht nachweisbar. Aus Abbildung 15 geht hervor,

wie sich die Gehälter von Marktforscherinnen und Marktforschern mit zunehmender Berufserfahrung entwickeln. Gehaltsunterschiede zeigen sich dabei vor allem nach mehrjähriger Berufserfahrung. Bei über 10 Jahren verzeichnen Männer wesentlich stärkere Gehaltszu-

wächse als Frauen. Nach über 20 Berufsjahren steigen die Gehälter nicht mehr so stark an, doch ist der Gehaltsanstieg auch hier bei den Männern deutlicher als bei den Frauen.

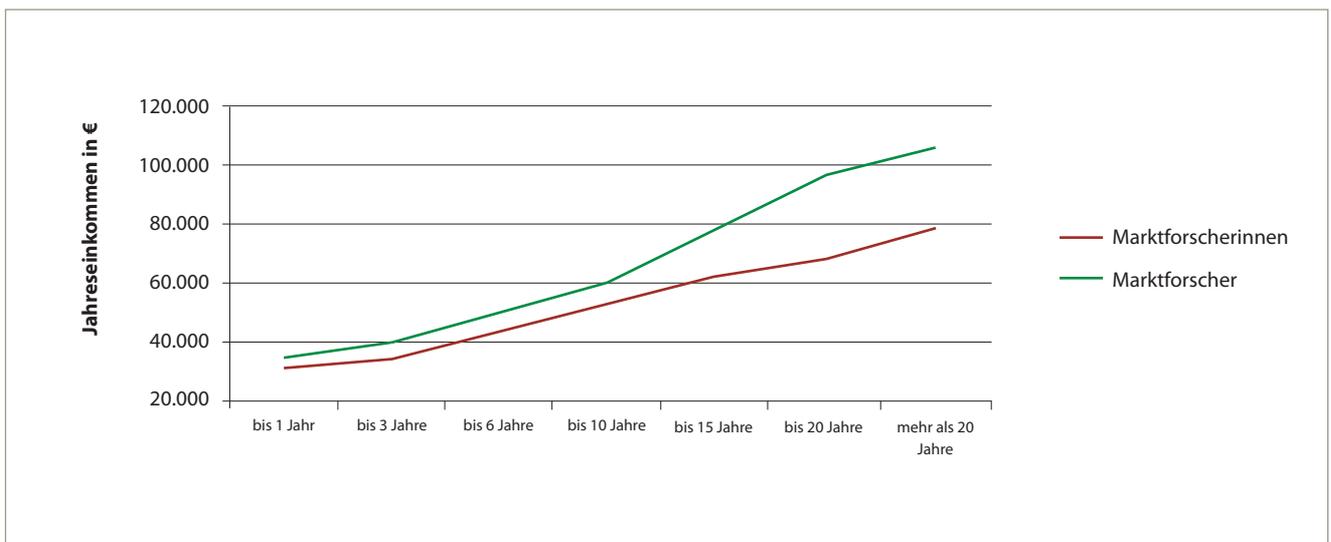


Abbildung 15.

Gehaltsentwicklung von Marktforscherinnen und Marktforschern mit zunehmender Berufserfahrung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Ähnlich entwickeln sich die Gehälter in Abhängigkeit von Geschlecht und Führungsverantwortung (s. Abb. 16). Besonders deutlich zeigen sich die Gehaltsunterschiede ab Führungsspannen von 20 bis 100 Mitarbeitern. Für noch größere Führungsspannen und Mit-

glieder der Geschäftsführung entwickeln sich die Gehälter von Marktforscherinnen und Marktforschern zwar ähnlich, die Gehälter der männlichen Kollegen liegen jedoch zumeist um ca. 10.000€ bis 20.000€ über den Gehältern der weiblichen Kollegen. Die Gehälter

und Gehaltsunterschiede für Führungsspannen bis 100 und über 100 Mitarbeitern sollten aufgrund der geringen Fallzahlen (zwischen N = 6 und N = 33) noch mit Vorsicht interpretiert werden.

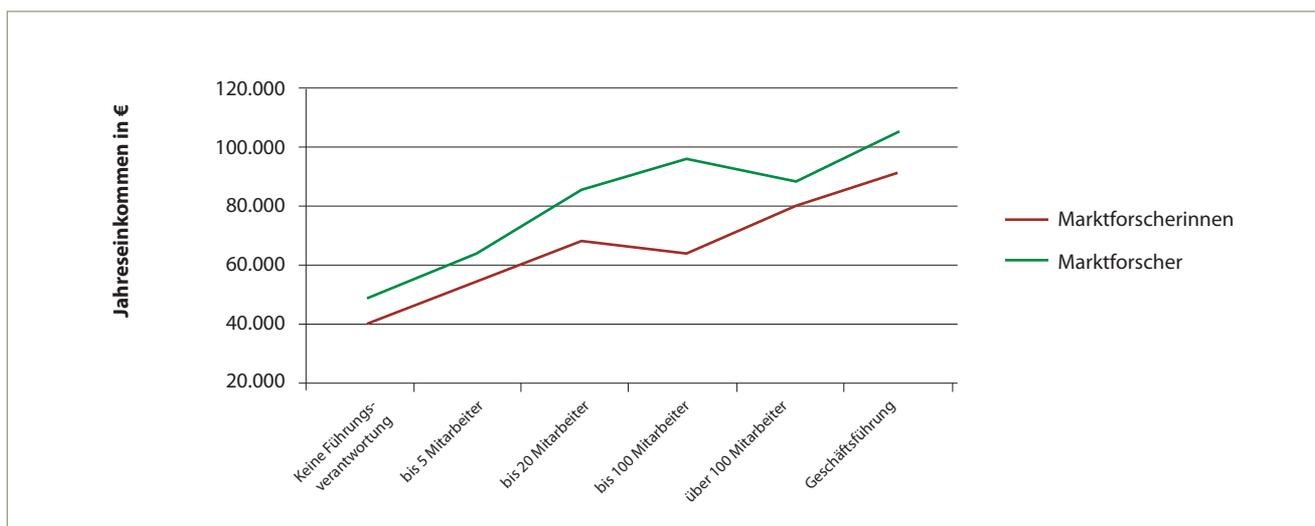


Abbildung 16.

Gehaltsentwicklung von Marktforscherinnen und Marktforschern in Abhängigkeit von der Führungsverantwortung (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Im Rahmen einer Regressionsanalyse, in die neben dem Geschlecht auch die übrigen Gehaltsfaktoren einfließen, konnte außerdem gezeigt werden, dass das Geschlecht einen eigenständigen, über die anderen Gehaltsfaktoren hinausgehenden Einfluss auf die Gehaltshöhe hat (s. S. 21f). Hierbei wurden aus Gründen der Aktualität nur die Daten der letzten beiden Erhebungswellen 2012/13 und 2013/14 berücksichtigt. Werden alle anderen Faktoren mit berücksichtigt, können der Analyse zufolge 0,6% der Einkommensvarianz auf das Geschlecht der Marktforscher zurückgeführt werden.

Männer erhalten durchschnittlich 4.542€ mehr als Frauen

Pro Jahr bedeutet das unseren Daten zufolge aber für Männer mit gleichen Voraussetzungen (Bildungsabschluss, Studienfach, Berufserfahrung, Führungsverantwortung, Unternehmensart und -größe, Bundesland) durchschnittlich 4.542€ mehr im Jahr als für Frauen (s. auch Systematik zur Eigenkalkulation des Gehalts am Ende dieser Studie (s. S. 32). Gemessen am Durchschnittseinkommen aller Marktforscher waren damit in den letzten beiden Jahren etwa 8% des Einkommens auf das

Geschlecht zurückzuführen. Dieses sog. „bereinigte Gender Pay Gap“ entspricht den in Deutschland branchenübergreifend gefundenen bereinigten Verdienstabständen zwischen Frauen und Männern⁶.

⁶ https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2013/03/PD13_108_621.html (letzter Aufruf am 11.04.2014)

1.6. Gehaltsfaktor Bundesland

Wo verdienen Marktforscher am meisten?

Die Gehaltsstudie stützt sich mittlerweile auf Daten aus fast allen Bundesländern. Am stärksten sind die Bundesländer Bayern (N = 986), Nordrhein-Westfalen (N = 873), Hamburg (N = 690) und Hessen (N=479) vertreten. Auch aus den übrigen Ländern haben mittlerweile viele Marktforscherinnen und Marktforscher teilgenommen (s. Abb. 17).

„Lohngefälle“ zwischen Nord- und Süd- sowie Ost- und Westdeutschland

Auch in diesem Jahr sind, wie in den letzten Jahren, „Lohngefälle“ zwischen Nord- und Süd- sowie Ost- und Westdeutschland festzustellen. Im Norden der Republik (Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen) verdienen Marktforscher im Durchschnitt 49.339€ (2013: 47.587€) und damit jährlich rund 9.000€ weniger als die Kollegen im Süden (Bayern, Baden-Württemberg und Hessen), deren durchschnittliches Jahresgehalt bei 58.005€ (2013: 57.703€) liegt. Für die „neuen Bundesländer“ ergibt sich ein durchschnittliches Jahresgehalt von 41.098€ (2013: 39.552€). Marktforscher in Ostdeutschland verdienen damit

durchschnittlich rund 14.000€ weniger als die Kollegen in Westdeutschland, deren Durchschnitt^{7,8} bei 55.601€ liegt (2013: 54.826€). Die Gehälter in den alten und neuen Bundesländern haben sich zwar in den letzten Jahren etwas angeglichen. Für die Marktforschung sind aber auf der Basis der vorliegenden Daten nach wie vor (statistisch) bedeutsame Einkommensunterschiede zwischen Ost- und West-, aber auch zwischen Nord- und Süddeutschland vorzufinden.

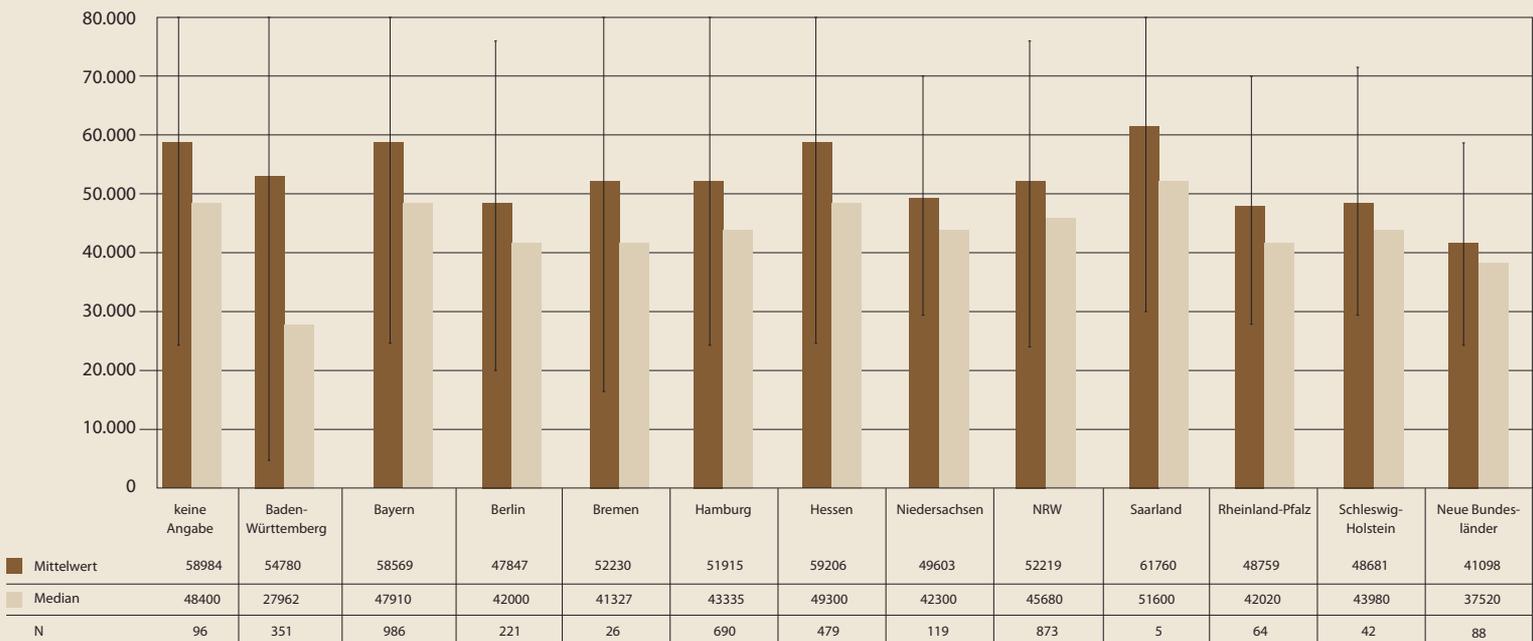


Abbildung 17. Jahreseinkommen nach Bundesland (Erhebungszeitraum 2010-2014)

⁷ Die Stadtstaaten Berlin, Hamburg und Bremen wurden aus den Vergleichen zwischen Nord- und Süd- bzw. Ost- und Westdeutschland ausgeschlossen, da häufig auch ein Lohngefälle zwischen städtisch und ländlich geprägten Regionen festzustellen ist.

⁸ Die Ergebnisse für Bremen und das Saarland sind aufgrund der geringen Zahl an Antworten (N = 26 bzw. N = 5) nur eingeschränkt mit den übrigen Werten zu vergleichen.

1.7. Die Gehaltsfaktoren im Gesamtbild

Mit einer Regressionsanalyse können die verschiedenen personen- und arbeitgeberbezogenen Gehaltsfaktoren schließlich im Gesamtbild betrachtet werden. Das Ergebnis dieser Analyse zeigt, wie stark sich die einzelnen Gehaltsfaktoren auf die Höhe des Gehalts auswirken, wenn zugleich alle anderen Faktoren berücksichtigt werden. Hierfür werden die Faktoren schrittweise in ein Regressionsmodell aufgenommen. Mit jedem

Regressions-schritt wird geprüft, ob der neu aufgenommene Gehaltsfaktor einen eigenständigen, über die bereits in das Modell aufgenommenen Faktoren hinausgehenden Beitrag zur Vorhersage der Gehaltshöhe leistet⁹.

Das Ergebnis der Regressionsanalyse ist in Abbildung 18 dargestellt. Es ist aufgeführt, wie viel Prozent der Einkommensunterschiede durch die einzelnen Gehaltsfak-

toren und nach jedem Schritt insgesamt aufgeklärt werden können. Die Ergebnisse aus dem letzten Jahr sind zum Vergleich in Klammern aufgeführt. Die eigenständigen Beiträge der einzelnen Faktoren sind der linken Spalte in Abbildung 18 zu entnehmen. Der Anteil insgesamt aufgeklärter Varianz in den Gehaltsunterschieden wird in der rechten Spalte berichtet, in der die einzelnen Beiträge schrittweise aufsummiert werden.

⁹ Im ersten Regressions-schritt wurde dabei derjenige Gehaltsfaktor in das Regressionsmodell aufgenommen, der den größten Beitrag zur Aufklärung der Gehaltsunterschiede leistet. In den darauf folgenden Regressions-schritten wurde stets der Faktor eingeführt, dem über die vorangehenden Faktoren hinaus die größte Vorhersagekraft zukommt.



foerster & thelen
MARKTFORSCHUNG FELDSERVICE GMBH

GRÜNES LICHT FÜR FELDDARBEIT

**NUTZEN SIE UNSER DEUTSCHLANDWEITES FELD ZU IHRER VERSTÄRKUNG,
VON FLENSBURG BIS PASSAU - VON AACHEN BIS COTTBUS
ÜBER 30 JAHRE PARTNER FÜR INSTITUTE, AGENTUREN UND HANDEL**

WWW.FTMAFO.DE · BOCHUM · WIEN · IM VERBUND: WWW.FOERSTER-THELEN-GROUP.COM
MIT STUDIOS IN: BOCHUM · HANNOVER · DÜSSELDORF · MANNHEIM · BERLIN · DRESDEN · BARCELONA

	Zusätzlicher Beitrag der weiteren Gehaltsfaktoren	Anteil aufgeklärter Einkommensunterschiede
(1) Berufserfahrung		38,4% (2013: 40,3%)
(2) Führungsverantwortung	9,4% (2013: 9,1%)	47,8% (2013: 49,4%)
(3) Unternehmensgröße	4,7% (2013: 3,4%)	52,4% (2013: 52,8%)
(4) Bildungsabschluss	1,5% (2013: 2,5%)	54,0% (2013: 55,3%)
(5) Bundesland	1,8% (2013: 1,0%)	55,7% (2013: 56,3%)
(6) Unternehmensart	1,4% (2013: 0,9%)	57,1% (2013: 57,2%)
(7) Geschlecht	0,6% (2013: 0,4%)	57,7% (2013: 57,6%)
(8) Studienfach	0,4% (2013: 0,3%)	58,1% (2013: 58,0%)

Abbildung 18.

Aufklärung von Gehaltsunterschieden durch personen- und arbeitgeberbezogene Faktoren (Erhebungszeitraum 2010-2014)

Das wichtigste Ergebnis: Mit jedem Schritt der Regressionsanalyse wird ein bedeutsamer Beitrag zur Aufklärung der Einkommensunterschiede erzielt. Damit leisten alle acht Gehaltsfaktoren einen eigenständigen, über die Beiträge der vorangehenden Faktoren hinausgehenden Beitrag zur Vorhersage der Gehaltshöhe.

Berufserfahrung leistet größten Beitrag zur Vorhersage der Gehaltshöhe

Den größten Beitrag zur Vorhersage der Gehaltshöhe leistet die Berufserfahrung der Marktforscher, durch die 38% der Gehaltsunterschiede erklärt werden können, gefolgt von der Führungsverantwortung, die rund 9% erklärt (s. Abb. 18). Rund 5% der Einkommensunterschiede sind auf die Größe des Unternehmens zurückzuführen. Dem Bildungsabschluss kommt ein Anteil von 1,5% zu. Auf das Bundesland sind überdies noch 1,8%

und auf die Unternehmensart 1,4% der Einkommensunterschiede zurückzuführen. Werden alle diese Faktoren bereits im Modell berücksichtigt, sind immer noch 0,6% der Unterschiede auf das Geschlecht und 0,4% auf das Studienfach der Teilnehmer zurückzuführen. Insgesamt kann durch die in dieser Studie berücksichtigten personen- und arbeitgeberbezogenen Einflussfaktoren ein nicht unerheblicher Anteil von fast 60% der Einkommensunterschiede erklärt werden. Das Ergebnis bestätigt die Ergebnisse der Regressionsanalyse aus den letzten Jahren.

Mit Hilfe regressionsanalytischer Techniken kann zum einen ermittelt werden, wie stark sich die einzelnen Gehaltsfaktoren auf die Gehaltshöhe auswirken. Zum anderen können für die einzelnen Ausprägungen der Gehaltsfaktoren, so z.B. den Bildungsabschluss Master oder das Studienfach BWL, Regressionsgewichte bestimmt werden. Diese Gewichte ermöglichen es,

ein unter Berücksichtigung aller o.g. personen- und arbeitgeberbezogenen Faktoren zutreffendes individuelles Jahresgehalt in der Marktforschungsbranche zu ermitteln.

Wir haben diese Gewichte für Sie am Ende dieser Studie in einer Systematik zusammengestellt. Dort können Sie das für Sie zutreffende durchschnittliche Jahresgehalt in der Branche ermitteln, indem Sie die Gewichte Ihrer Personen- und Arbeitgebermerkmale (z. B. Uni-Diplom, BWL, Unternehmensberatung, etc.) schrittweise zu einem Ausgangswert, dem durchschnittlichen Gehalt aller Marktforscher, hinzu addieren bzw. davon subtrahieren (s. S. 32).

Über

marktforschung.de

Branchenwissen und Aktuelles aus der Marktforschung an zentraler Stelle bündeln und abrufbar machen - das ist das Hauptanliegen von marktforschung.de. Seit 2006 richtet sich marktforschung.de mit seinem stetig wachsenden und täglich aktualisierten Informationsangebot rund um die Marktforschung sowohl an Marktforschungsinstitute, Panelbetreiber und Studienherausgeber als auch an deren Kunden aus Wirtschaft, Politik und Bildung. Zusätzlich bietet marktforschung.de zahlreiche Informationen für Experten aus Forschung und Wissenschaft.

Das aktuelle Publikationsangebot beinhaltet neben der laufend aktualisierten Website die tägliche Onlinezeitung marktforschung.de-pesche sowie das redaktionelle Onlineformat marktforschung.dossier, in dem monatlich ein besonders wichtiges, neues oder dynamisches Thema von führenden Experten aus der Branche durchleuchtet wird. Zusätzlich bietet marktforschung.de der Branche mittels der beliebten Webinare eine Online-Weiterbildungsplattform an.

Über

tivian

Die tivian GmbH ist ein führender Entwicklungs- und Umsetzungspartner für Evaluationsprozesse in der Organisationsentwicklung. Wir begleiten namhafte Organisationen im In- und Ausland als Berater und Dienstleister bei der Planung, Organisation und Umsetzung von Kundenbefragungen, Mitarbeiterbefragungen und Führungskräfte-Feedbacks, unter anderem adidas, Evonik Industries und Lufthansa.

Impressum:

marktforschung.de
Aegidius Marktforschungsportal GmbH
Zollstockgürtel 67, Atelier 10
D-50969 Köln

Tel.: +49 (0)221 788 748 0
Fax: +49 (0)221 168 262 44

redaktion@marktforschung.de
www.marktforschung.de

Registergericht: Amtsgericht Köln
Registernummer: HRB 60274
USt.-IDNr.: DE257625438

Herausgeber: Prof. Horst Müller-Peters
Geschäftsführung: Dipl.-Kfm. Lars-O. Gayk
Inhaltlich verantwortlich nach § 10 Absatz 3
MDStV: Dipl.-Kfm. Lars-O. Gayk
Redaktionsleitung: Claas Lübbert

Bildnachweis:

Cover: Digital Vision-Thinkstock

Abbildung. 24: Pavel Losevsky-Fotolia



Die GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung wurde 1987 in Heidelberg gegründet und gehört heute zu den Top 10 der Marktforschungsinstitute in Deutschland. Unsere Kunden sind führende Marken und Hersteller weltweit. In Deutschland vertrauen über 50% aller DAX Unternehmen auf unsere Innovationskraft, unsere Zuverlässigkeit und die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Wollen Sie dazugehören?

DANN MELDEN SIE SICH, WIR FREUEN UNS, VON IHNEN ZU HÖREN.
JOBS@G-I-M.COM



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
 INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG



MARKTFORSCHER GESUCHT

GLOBALIZE YOUR CAREER

Your career at GfK, one of the world's leading market research companies, isn't typical. Our global footprint is your playground and our expertise in delivering clients' needs is your foundation. So, don't you think it's time now to think big, really big?

Contact us! > www.gfk.com/de/karriere

Growth from Knowledge