Trendscout (m./w./d.)

BERUFSBESCHREIBUNG

Trendscouts (m./w./d.) identifizieren und analysieren neue Trends in Bereichen wie z. B. Mode, Schmuck, Technologie, Touristik, Kosmetik, Wellness, Spielwaren oder Einrichtung. Dabei konzentrieren sie sich meist auf bestimmte Zielgruppen wie Jugendliche, Mütter oder Pensionist*innen. Je nach untersuchter Branche bzw. Zielgruppe besuchen sie Partys, Messen und Trendshops, lesen Blogs und Zeitschriften und veranstalten Fokusgruppen oder führen Interviews. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse geben sie an ihre Auftraggeber*innen weiter, die darauf aufbauend neue Produkte, Marken oder Marketing-Strategien entwickeln. Dabei arbeiten sie mit Kolleg*innen aus den Bereichen Marketing, Markt- und Meinungsforschung und Vertrieb zusammen und haben Kontakt zu Personen aus der jeweiligen Zielgruppe sowie ihren Auftraggeber*innen.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Messen, Modeschauen und Trendshops besuchen
- mit Expert*innen austauschen
- Blogs und Zeitschriften lesen, auf Internetforen aktiv sein
- Fokusgruppen veranstalten und Interviews führen
- Informationen auswerten und analysieren, Szenarien entwickeln und Prognosen erstellen
- Berichte verfassen, Empfehlungen über zukünftige Trends abgeben

Anforderungen

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- Fremdsprachenkenntnisse
- Gefühl für Farben und Formen
- gute Beobachtungsgabe
- gute rhetorische Fähigkeit

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Modebewusstsein
- Selbstvertrauen / Selbstbewusstsein

- gepflegtes Erscheinungsbild
- Reisebereitschaft

- Kreativität
- Planungsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise

Ausbildung

Für den Beruf Trendscout (m./w./d.) gibt es keine einheitliche Ausbildung. Trendscouts (m./w./d.) werden mitunter auch direkt auf Konzerten, in Geschäften oder auf Messen angeworben. Je nach untersuchter Zielgruppe (z. B. Jugendliche) und Branche (z. B. Mode) kann eine facheinschlägige Ausbildung vorteilhaft bzw. notwendig sein.

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft