Interviewer*in

BERUFSBESCHREIBUNG

Interviewer*innen führen im Auftrag von Markt- und Meinungsforschungsinstituten, statistischen Ämtern und anderen Institutionen und Organisationen Interviews mit verschiedenen Zielgruppen durch. Sie ermitteln beispielsweise das Wahl-, Kauf- oder Freizeitverhalten bestimmter Zielgruppen, die Kundenzufriedenheit mit Produkten oder Dienstleistungen oder die Werbewirksamkeit verschiedener Medien.

Je nach Thema und Aufgabenstellung befragen sie Personen nach ihren Meinungen, Gewohnheiten, Wünschen, Verhaltensweisen, politischen Ansichten und dergleichen. Sie führen die Interviews als Einzel- oder Gruppeninterviews oder per Telefon oder Computer durch. Nach den Interviews werten sie die erhobenen Daten und Informationen aus, stellen sie in Form von Tabellen, Grafiken und Statistiken dar und fassen die Ergebnisse in Berichten zusammen.

Abgesehen von professionellen Interviewer*innen wird diese Tätigkeit häufig nebenberuflich z. B. als Nebenerwerb während eines Studiums ausgeübt.

Ausbildung

Für den Beruf Interviewer*in ist in der Regel eine abgeschlossene Schulausbildung erforderlich. Eine Ausbildung im Bereich Markt- und Sozialforschung kann hilfreich sein. Die Ausbildung erfolgt in der Regel durch innerbetriebliche Einschulung. Zusätzlich werden Interviewer*innen vor jeder Befragung mit der jeweiligen Problemstellung vertraut gemacht und eingehend informiert. Für Fach- und Spezialinterviews werden meist Akademiker*innen z. B. aus den Bereichen Soziologie oder Wirtschaftswissenschaften eingesetzt.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- mit Vorgesetzten und/oder Auftraggeber*innen Besprechungen durchführen
- Thema, Problemstellungen, Ziele der durchzuführenden Interviews festlegen
- Interviews vorbereiten, Einzel- oder Gruppeninterviews konzipieren
- Interviews am Computer, per Telefon, in den Räumen eines Meinungsforschungsinstituts oder als Straßeninterview durchführen
- Interviewmethoden wie z. B. Telefonumfragen, Tests, Fragebögen auswählen und zusammenstellen
- Interviewpartner*innen, Testpersonen etc. anhand vorgegebener Kriterien auswählen
- Daten erheben, z. B. bezüglich Markentreue oder Kaufverhalten
- Markt- und Trendanalysen, Wirtschaftsdaten, Wirtschaftsprognosen etc. studieren
- empirische Untersuchungen und Datenerhebungen durchführen
- Interviewdaten auswerten, aufbereiten und analysieren
- Ergebnisse in Form von Berichten, Studien, Tabellen und Diagrammen darstellen und präsentieren

Anforderungen

- gute Stimme
- gutes Sehvermögen (viel Lesen bzw. Arbeiten am Computer)

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gute rhetorische Fähigkeit
- gutes Gedächtnis

- Einfühlungsvermögen
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Freundlichkeit
- Verschwiegenheit / Diskretion

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Organisationsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft