

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.  
Steinstraße 21, 90419 Nürnberg, Deutschland  
*Gründer der GfK*

Das **Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. (NIM)** ist ein Non-Profit Forschungsinstitut an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Das NIM untersucht, wie sich Konsumententscheidungen durch neue Technologien, gesellschaftliche Trends oder die Anwendung von Behavioral Science verändern und welche mikro- und makroökonomischen Auswirkungen das für den Markt und die Gesellschaft hat. Ein besseres Verständnis von Konsumententscheidungen und ihren Auswirkungen hilft Gesellschaft, Unternehmen, Politik und Konsumenten, bessere Entscheidungen im Sinne der sozial-ökologischen Marktwirtschaft und des „Wohlstands für Alle“ zu treffen.

## Werkstudent\*in (m/w/d) – Forschung zu KI in der Customer Journey

Bereich: Future & Trends Research | Start: laufend

### Wie verändert KI Kundenerlebnisse und Interaktionen entlang der gesamten Customer Journey?

Wenn dich diese Frage fasziniert, bist du bei uns genau richtig! Werde als Werkstudent\*in (m/w/d) Teil unseres Research Teams und arbeite an praxisnahen Studien zu Potenzialen und Risiken KI-basierter Kundenerlebnisse und Interaktionen.

#### Deine Aufgaben

- Mitarbeit an Forschungsprojekten und Studien zu aktuellen und potenziellen **Anwendungsfällen von künstlicher Intelligenz entlang der Customer Journey**.
- **Literaturrecherchen** und strukturierte Aufbereitung zentraler Forschungsergebnisse aus Marketing, Customer Experience und Service Management.
- Unterstützung bei **Datenerhebungen** (online oder im Labor) und **Datenanalysen**.
- Erstellung von **Präsentationen, Berichten** und Beiträgen für Publikationen.

#### Dein Profil

- Studium in einem **sozial- oder wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang** (z. B. BWL, VWL, Psychologie, Soziologie) mit Schwerpunkt **Konsumentenverhalten, Marketing** oder **Dienstleistungsmanagement**.
- Praktische Kenntnisse **multivariater statistischer Forschungsmethoden** und von Software zur empirischen Datenanalyse (**R Studio**), z. B. durch Projekte / Abschlussarbeiten.
- Ein Plus sind Erfahrungen mit qualitativer Forschung (z. B. Codierung qualitativer Interviews) oder Customer-Journey-Analysen (Journey Maps, Service Blueprinting).
- **Sehr gute Englischkenntnisse (C2)** sowie **Deutschkenntnisse mindestens auf B2-Niveau**.
- Sicherer Umgang mit **Microsoft Office**, insbesondere **Excel und PowerPoint**.

**Wir bieten** ein innovatives, multidisziplinäres Arbeitsumfeld mit einer attraktiven Vergütung, flexible Arbeitszeiten (ca. 14-19h pro Woche) und Möglichkeiten für mobiles Arbeiten.

Bitte sende Deine aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen inkl. Anschreiben unter Nennung der **Kennziffer 2026FTCX** an [hr@nim.org](mailto:hr@nim.org). Bei Fragen zum Stellenangebot wende Dich gern an **Dr. Timo Schreiner, Senior Researcher Future & Trends** ([timo.schreiner@nim.org](mailto:timo.schreiner@nim.org)).

Deine persönlichen Daten behandeln wir vertraulich: [www.nim.org/datenschutzerklaerung](http://www.nim.org/datenschutzerklaerung).

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.  
*Gründer der GfK*

Steinstraße 21  
90419 Nürnberg

T + 49 911 951 51 - 997  
F + 49 911 376 77 - 872  
[hello@nim.org](mailto:hello@nim.org)

PRÄSIDIUM  
Ralf Klein-Börling (Präsident)  
Dr. Martin Golücke  
Prof. Dr. Kathrin M. Möslein  
Prof. Dr. Klaus Wertenbroch  
(Vizepräsidenten)

VORSITZENDER DES  
GESELLSCHAFTERRATS  
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665  
Amtsgericht Nürnberg  
USt-ID DE133548208