

PRESSEINFORMATION

6. Oktober 2022

Tobias Biró übernimmt neu geschaffene Position zur Verstärkung der Forschungskommunikation im NIM

Tobias Biró (36) ist seit 1. September 2022 als Research Communication Specialist beim Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) tätig. In der neu geschaffenen Position verstärkt er das NIM-Team bei der Forschungskommunikation. Er wird eng mit Sandra Lades, Head of Communication & Events, zusammenarbeiten, um relevante Erkenntnisse aus der Forschung für die Praxis aufzubereiten. Zusätzlich wird sich Tobias Biró auch im Forschungskontext des NIM einbringen und neue Befragungsstudien konzipieren und durchführen.

Der studierte Politikwissenschaftler verfügt über 10 Jahre Erfahrung im Bereich der Kommunikation komplexer wissenschaftlicher Themen. Er war zuletzt beim Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) unter anderem zuständig für die Kommunikation, hat die Presse- und Social-Media-Aktivitäten ausgebaut und mit professionellen Online-Befragungssystemen gearbeitet. Zuvor arbeitete er mehrere Jahre als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Kommunikationsbeauftragter von Landtagsabgeordneten.

„Unser Ziel ist, die Forschungsergebnisse des NIM noch deutlich intensiver zu kommunizieren und dafür zu sorgen, dass unsere Erkenntnisse den Weg zu Medien, Fachöffentlichkeit, und relevanten Experten finden – und das auch international. Ziel ist dabei immer die Bereicherung des fachlichen und gesellschaftspolitischen Dialogs. Wir freuen uns daher sehr, dass Tobias uns hierbei unterstützt“, so Sandra Lades, Head of Communication & Events beim Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit-Institut zur Erforschung von Konsum- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis untersucht das NIM, wie sich Entscheidungen von Verbrauchern und Unternehmensentscheidern angesichts neuer technologischer und gesellschaftlicher Trends verändern. Das NIM generiert aus seiner Forschung neue und relevante Erkenntnisse, wie Menschen bessere Entscheidungen in Märkten treffen können.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE.

[Web](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)