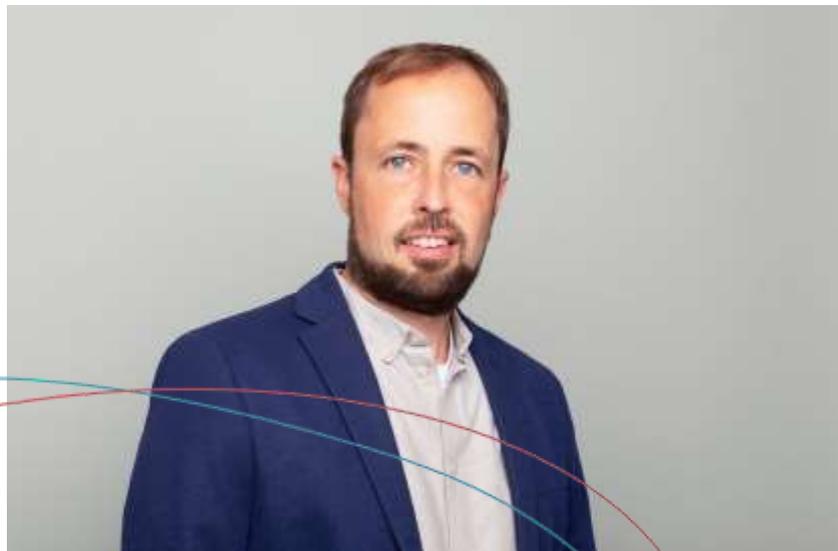


Curriculum Vitae



Jan Hecht

Associate Director Research & Consulting SINUS-Institut

Jan Hecht

Gelernt ist halt gelernt! Bei Jan Hecht steckt drin, was draufsteht: Marktforscher. Er beherrscht das qualitative wie das quantitative Handwerk. Jan ist Associate Director bei SINUS und maßgeblich für den Heidelberger Standort verantwortlich.

Unter den vielen Quereinsteiger*innen bei SINUS ist Jan Hecht die klare Ausnahme: Er hat unser Business von der Pike auf an der Pforzheimer Hochschule für Gestaltung, Technik, Wirtschaft und Recht gelernt, wo er Markt- und Kommunikationsforschung studierte. Sein Studium schloss er mit einer Diplomarbeit über den Einfluss neuer Technologien auf traditionelle Musikkulturen am Beispiel der Dub-Soundsystem-Kultur ab. Dafür erhielt er den Forschungspreis von ISM GLOBAL DYNAMICS für eine herausragende empirische Abschlussarbeit.

Seit 2006 arbeitet Jan Hecht für SINUS, zunächst als freier Mitarbeiter, und seit Anfang 2008 als Full Timer im Bereich der Marketingforschung. Seit 2017 ist er Associate Director. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Tourismus, ICT, klassische und neue Medien, FMCG und digitale Sinus-Milieus.

Er entwickelte federführend die [Digitalen Sinus-Milieus](#). In diesem Zusammenhang wurde er vom Kommunikations- und Werbemagazin W&V als einer der Top100-Köpfe für das Jahr 2018 gekürt. Er gehört damit zu den Top10-Personen in der Kategorie „Research- / Data Manager“.

In seiner Freizeit sammelt Jan Hecht seit fast 20 Jahren obsessiv Dub- und Reggae-Schallplatten („Analog ist besser!“) und legt diese auch mit seinem eigenen Soundsystem national und international auf.

Bibliografie

- Hribernik, Nico / Hecht, Jan (2018): Der Mensch hinter dem User: Die Digitalen Sinus-Milieus®. In: Barth, B. / Flaig, B. B. / Schäuble, N. / Tautscher, M. (Hrsg.): Praxis der Sinus-Milieus®. Wiesbaden: Springer VS, S.103-112.
- Hecht, Jan (2017): Realtime-Targeting mit Kartoffeln. In: Research & Results 35/2017.
- Sorsoli, Matthias / Hecht, Jan (2017): Online die richtige Zielgruppe erreichen. In: marke 41 3/2017.
- Hecht, Jan (2015): Digitales Marketing: Kartoffeln für die Onliner. In: Research & Results 4/2015.
- Hribernik, Nico / Hecht, Jan (2014): Consumer-centric Brand Management mit den Sinus Milieus. In: W&V Whitepaper 2014.
- Zitzke, Tobias / Hecht, Jan (2013): Der Inhalt entscheidet. In: Research & Results 7/2013.
- Plöger, Wolfgang / Hecht, Jan (2012): Smart Grid unter dem Gesichtspunkt der Verbraucherakzeptanz. In: acatech - Deutsche Akademie der Technikwissenschaften (Hrsg.): Future Energy Grid - Migrationspfade ins Internet der Energie, S. 263-284.
- Merkle, Tanja / Hecht, Jan (2011): Gesundheit ist das wichtigste im Leben. In: Pharma Marketing Journal 6/2011.
- Jung, Melanie / Hinrichs, Patricia / Hecht, Jan (2011): Zwischen den Zeilen lesen. In: Research & Results 5/2011.