

Who is Who

MMag. Dr. Sophie Karmasin

Geschäftsführerin Karmasin Research & Identity



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

Beruflicher Werdegang

Seit Juli 2019

- **Vorstandsmitglied des Kreditschutzverband von 1870**

Juli 2018

- **Leitungsteam Insight Austria Kompetenzzentrum Verhaltensökonomik am IHS**
(Institut für Höhere Studien)

Seit 2018

- **Gründerin und Geschäftsführerin Karmasin Research&Identity GmbH**

12/2013 – 12/2017

- **Bundesministerin für Familien & Jugend, parteiunabhängig**
 - Größte Ausbauoffensive zur Förderung der Elementarpädagogik
 - Die Reform des Kinderbetreuungsgeldes
 - Die erfolgreiche Einführung von digitalen Schulbüchern
 - Die Pilotierung des Bildungskompasses
 - Das Netzwerk „Unternehmen für Familien“, das heute bereits 440 Partner unterstützen und sich damit aktiv für eine familienfreundlichere Arbeitswelt einsetzen.
 - Die Anhebung des Schutzalters für das Rauchen auf 18 Jahre
 - Die Implementierung eines Beirates für Verhaltensökonomie im Ressort.

2011-2013

- **Geschäftsführende Gesellschafterin, Das Österreichische Gallup Institut/Dr. Karmasin Marktforschung GmbH und Karmasin Motivforschung GmbH**

2009-2013

- **Beratungsunternehmen Sophie Karmasin Market Intelligence GmbH**

2006-2013

- **Geschäftsführerin der Karmasin Motivforschung GmbH**

1995-2013

- **Mitglied der Geschäftsleitung Dr. Karmasin Marktforschung**

1993-1995

- **Produktmanagerin bei Henkel AG in Wien, Belgien und in den Niederlanden**

1985-1992

- **Verschiedene Tätigkeiten in Werbeagenturen**



Statement

- Nach Corona wird nicht alles anders, aber es ist entscheidend zu wissen, was anders wird. Die großen Trends werden durch die Corona Krise radikal beschleunigt: Die Digitalisierung ist im Alltag der Menschen und Unternehmen angekommen und nicht mehr wegzudenken, an eine nachhaltige, achtsame und entschleunigte Lebensweise hat man sich gerne gewöhnt.
- Das neue Retro beschreibt ein neues Lebensgefühl, das einen Neuanfang wie bei einem Jahresbeginn erlaubt.
- Was wir jetzt brauchen ist die Zuversicht, dass wir die Gesundheitskrise im Griff haben. Und die Offenheit über alles nachzudenken was dabei helfen kann.
- Solange wir gefühlt nicht fast am Ende der Krise angekommen sind, wird sich das allgemeine Konsumklima nicht dramatisch ändern. Unsicherheit, Zurückhaltung und Vorsicht beschreiben immer noch die aktuelle Gefühlslage. Hohe Arbeitslosigkeit, Kurzarbeit und Nachrichten über Firmenpleiten bestärken uns täglich zusätzlich in dem Gefühl, dass wir in einer wirtschaftlich sehr schwierigen Zeit leben. Dies führt zu einem Teufelskreislauf, der sich selbst ständig verstärkt.
- Wieviel Psychologie die Wirtschaft ausmacht, sieht man aktuell gerade eindrucksvoll.