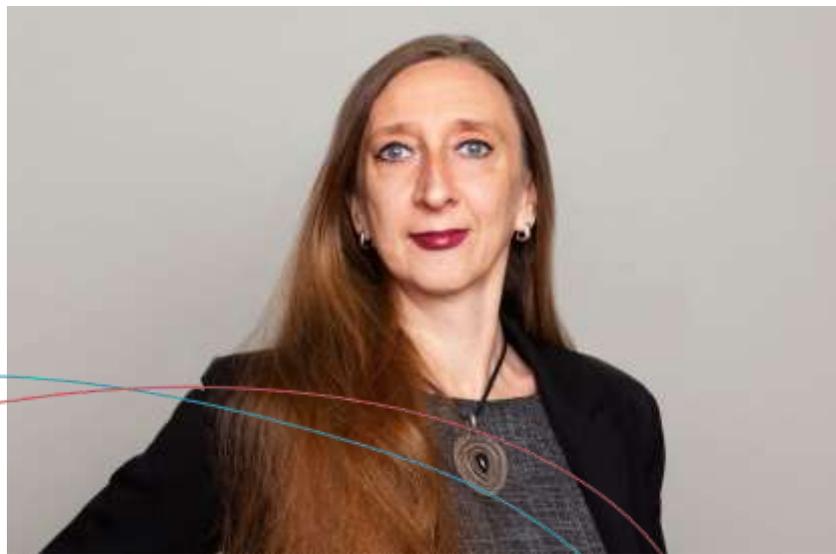


Curriculum Vitae



# Sandra Cerny

Director Research & Consulting

+43 1 7991994-21  
sandra.cerny@sinus-institut.de

# Sandra Cerny

**Sandra Cerny ist Teil des SINUS Management-Teams und unsere Expertin für den Österreichischen und Schweizer Markt. Sie analysiert mit Schweizer Präzision, organisiert mit deutscher Gründlichkeit und spricht mit Wiener Schmääh.**

Sandra Cerny studierte Betriebswirtschaft in Wien mit dem Schwerpunkt Werbewissenschaft und Marktforschung. Sie diplomierte mit einer Arbeit über Einflussfaktoren auf die Kundenzufriedenheit.

Seit 1992 ist Sandra Cerny bei unserem österreichischen Schwesterinstitut INTEGRAL beschäftigt. Dort arbeitete sie zunächst als Interviewerin, später als Leiterin der Feldabteilung und seit 2005 als Studienleiterin. Seit 2009 kooperiert sie eng mit dem SINUS-Institut. Mittlerweile ist sie unsere zentrale Schnittstelle bei institutsübergreifenden Projekten. Sie betreut hier v.a. große internationale Marktforschungen.

Als „Digitale Individualistin“ verantwortet sie unter anderem Studien im Bereich Internet- und Telekommunikationstechnologien. Viele Jahre hat sie die österreichische Branchenstudie AIM - Austrian Internet Monitor mit aufgebaut. Weil sie eine passionierte Autofahrerin ist, betreut sie mit besonderer Freude auch Imagestudien im Automotive-Sektor. Weitere Schwerpunkte sind Kundenzufriedenheit und Zielgruppenforschung. Bei INTEGRAL wie bei SINUS ist sie federführend für die Öffentlichkeitsarbeit. Sandra ist Mitglied des Management-Teams, des Business-Developments-Teams, des Intranet-Teams und des Trend-Teams bei SINUS und INTEGRAL.

Aktuelle Trends wie etwa Regionalität erforscht sie nicht nur beruflich, sondern auch privat. Dazu zählt neben bewusstem Einkauf vor allem die engste Form von Regionalität: Das selbst gezogene Gemüse auf ihrer üppig bewachsenen Terrasse. Hinsichtlich jugendlicher Lebenswelten bleibt sie auf dem Laufenden, trifft man sie doch nach wie vor manchmal auf Musikfestivals an. Doch auch klassische Kunst zieht sie an, bevorzugt in außergewöhnlichem Rahmen und unter freiem Himmel.

## Bibliografie

- Cerny, Sandra / Muffler, Roger (2021): Und Tschüss. Warum sich DACH-Länderversionen bei zielgruppenspezifischer Ansprache lohnen. In: ONE to ONE New Marketing Management. München: Hightext Verlag. Online: <https://www.onetoone.de/artikel/db/599527vfa.html>