

Berufe-Steckbrief: Fachangestellte/-r für Markt- und Sozialforschung

Für junge Menschen, die eine Tätigkeit in der Markt- und Sozialforschung anstreben, führte lange Zeit kein Weg an der Universität vorbei. Seit der Einführung des Ausbildungsberufs »Fachangestellte/-r für Markt und Sozialforschung« (FAMS) im Jahr 2006 haben sie die Möglichkeit, direkt in die Branche einzusteigen. In der dreijährigen Ausbildung werden Kenntnisse vermittelt, die eine vielseitige und differenzierte Auseinandersetzung mit höchst unterschiedlichen gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Fragen ermöglichen.



Ergebnisse aufbereiten und präsentieren. Foto: Prostock-studio – stock.adobe.com

Ein Ausbildungsberuf als Alternative zum Studium

Fachkräfte für die Markt- und Sozialforschung kamen bis zum Beginn des neuen Jahrtausends überwiegend nach einem Hochschulstudium in die Branche. Anfang der 2000er-Jahre entwickelte sich in den Berufsverbänden der Gedanke, ob nicht für eine Vielzahl von Aufgaben in der Markt- und Sozialforschung auch eine duale Ausbildung geeignet sein könnte. Ein zweigleisiges Vorgehen in Ausbildung und Rekrutierung erschien sinnvoll, da sich in der Branche eine

Zweiteilung der Arbeitsbereiche abzeichnete: einerseits die wissenschaftliche Beratung bei der Konzeption von Untersuchungen sowie die Datenanalyse und Ableitung von Empfehlungen, die von Beschäftigten mit akademischem Abschluss durchgeführt werden, andererseits das operational-organisatorische Projektmanagement, das sich über eine qualifizierte duale Ausbildung abdecken lässt. Die daraufhin entwickelte Ausbildungsordnung ermöglicht es den Auszubildenden, alle im Bereich der Markt- und Sozialforschung anfallenden kaufmännischen, methodischen,

organisatorischen und technischen Aufgabenbereiche kennenzulernen. Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung sind in Marktforschungsinstituten, in Unternehmen mit eigener betrieblicher Marktforschung (einschließlich Werbe- und Media-Agenturen) sowie in Forschungseinrichtungen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung tätig. Sie unterstützen Forschungsprojekte im Rahmen von Projektvorgaben mit unterschiedlichen Methoden und Erhebungstechniken. Sie recherchieren, beschaffen Daten, werten diese aus und wirken bei vielen Aufgaben mit – von der Konzeption von Fragebögen bis zur Aufbereitung von Daten. Dabei befassen sie sich mit Projekten, die einer großen Bandbreite an Fragestellungen nachgehen: Vom Marktforschungsprojekt zu Verbraucherwünschen bei Kaffeegetränken bis zur Sozialforschungsstudie zu transnationalen Familien im Flucht-kontext.

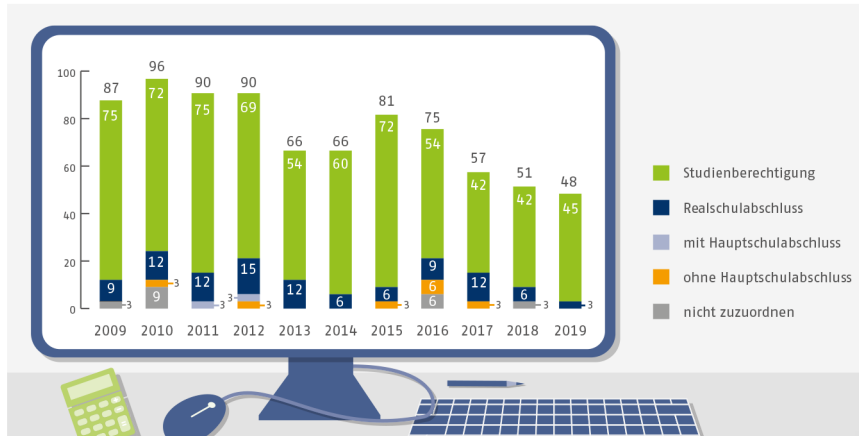
Projektarbeit als zentraler Bestandteil der Ausbildung

Die Anwendung und Bewertung von aufeinander aufbauenden Schritten in einem Forschungsprojekt ist ein zentrales Ausbildungsziel. Die Auszubildenden lernen Kernprozesse der Markt- und Sozialforschung kennen und können am Ende der Ausbildung ein Projekt von der Projektidee an planen, durchführen, dokumentieren und bewerten, was auch

Der besondere Begriff: Codeplan

Der Codeplan ist ein Anweisungsplan zur Verschlüsselung von Antworten in Befragungen (z. B. von offenen Fragen). Den Antworten werden entsprechende Zahlenkombinationen zugewiesen, die eine anschließende Datenanalyse ermöglichen.

Abbildung
Anzahl der Neuabschlüsse nach höchstem allgemeinbildendem Schulabschluss



Quelle: »Datensystem Auszubildende« des BIBB, Erhebung jeweils zum 31.12.

in einem schulischen Lernfeld für das dritte Ausbildungsjahr festgelegt ist. Am Joseph-DuMont-Berufskolleg in Köln (JDBK), eine der derzeit fünf FAMS-Berufsschulen bundesweit, hat z. B. eine Klasse die wachsende Bedeutung von Medienkompetenz im Zusammenhang mit »Fake News« untersucht. Im Rahmen ihrer Jahresprojektarbeit »Fake News – worauf vertraut man am JDBK?« befragten die Auszubildenden Schüler/-innen und Lehrkräfte. Die Befragung bestand aus einem qualitativen und quantitativen Forschungsteil. Die Aufbereitung der Ergebnisse einschließlich konkreter Handlungsempfehlungen ist Bestandteil des Projekts. Der Bericht steht zum Download zur Verfügung (Link am Ende des Beitrags).

Auf einen Blick

- Letzte Neuordnung: 2006 (Neuer Beruf)
- Ausbildungsdauer: 3 Jahre
- Zuständigkeit: Industrie und Handel
- Ausbildungsstruktur: Monoberuf
- DQR-Niveau: Stufe 4
- Fortbildung: Geprüfte/-r Fachwirt/-in für Marketing und Werbung, Wirtschaftsfachwirt/-in, Betriebswirt/-in (Fachschule) für Marketingkommunikation

Entwicklung der Auszubildendenzahlen

Da die Anzahl der neu abgeschlossenen Auszubildenden insgesamt leicht rückläufig ist (vgl. Abb.), wurde vom Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) und dem Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM) die Arbeitsgruppe »Future for FAMS« gegründet, um die Bekanntheit des Ausbildungsberufs zu erhöhen. Im Rahmen einer Mitgliederbefragung wurden Erkenntnisse darüber gesammelt, wie FAMS-Auszubildende über ihre Berufswahl denken und wie die Sicht der Berufsschulen und die der auszubildenden Institute und betrieblichen Marktforschungsabteilungen ist. Außerdem wurde der Frage nachgegangen, was aus den ausgebildeten FAMS der ersten Jahre geworden ist. Wie die Zahlen der Berufsbildungsstatistik zeigen, verfügen die meisten Auszubildenden über eine Hochschulzugangsberechtigung (vgl. Abb.). Entsprechend hoch ist daher auch mit 21,7 Jahren das Durchschnittsalter der Auszubildenden bei Ausbildungsbeginn (Frauen: 21,1 Jahre, Männer: 22,3 Jahre). Außerdem ist der Beruf auch für Studienaussteiger/-innen attraktiv. 2019 lag ihr Anteil laut der internen Mitgliederbefragung von ADM und BVM bei 21 Prozent der Neuabschlüsse. Das hohe Qua-

lifikationsniveau schlägt sich auch in außergewöhnlich hohen Erfolgsquoten der Prüfungsteilnehmer/-innen nieder: Sie lagen laut Berufsbildungsstatistik von 2016 bis 2019 bei 100 Prozent. Die Mitgliederbefragung von ADM und BVM macht deutlich, dass – anders als erwartet – die Tätigkeitsfelder der FAMS nicht auf Supportfunktionen und unterstützende Aufgaben beschränkt sind. Im Jahr 2019 wurden nach Ausbildungsabschluss 77 Prozent der Absolventinnen und Absolventen vom Ausbildungsbetrieb übernommen und sind häufig auch in der Projektleitung zu finden. Der Markt- und Sozialforschungsbranche bleiben die Auszubildenden nach ihrem Abschluss auch sonst treu: der Studie nach knapp 90 Prozent. ◀

 **Berufeseite des BIBB**
www.bibb.de/dienst/berufesuche/de/index_berufesuche.php/profile/apprenticeship/5437879g

»Future for FAMS«:
www.adm-ev.de/leistungen/ausbildung-fams/future-for-fams

FAMS-Infos des BVM:
www.bvm.org/praxishilfen-qualitaet/ausbildungsberuf-fams

Schulische Projektarbeit »Fake News – worauf vertraut man am JDBK?«:
www.jdbk.de/images/stories/Fams/Abschlussbericht_-_FMS17A_-_Berichtsversion.pdf

Abbildung zum Download:
www.bwp-zeitschrift.de/g542

BWP-Podcast mit zwei FAMS-Auszubildenden:
www.bwp-zeitschrift.de/p145691

Quellen: ADM – Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.; BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.; alle Links: Stand 10.09.2021

(Zusammengestellt von Arne Schambeck)