



Erkenntnisse einer Online-Untersuchung im Rahmen der „Research & Results“ 2010



Inhaltsüberblick

- 1 Einführung
- 2 Fragenkomplexe
- 3 Methodik
- 4 Ergebnisauswertung
- 6 Fazit
- 7 Quellenverzeichnis

1 Einführung

- Hintergrund:
Ausbildung der Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung (FAMS) seit 2006
- Auftraggeber:
„goFAMS“ (ESF – gefördertes „JOBSTARTER“- Projekt)
- Informationsgewinnung auf der Marktforschungsmesse „Research & Results“:
 - Soziodemographie
 - Bekanntheitsgrad/ Bedarf
 - Einsatzgebiete
 - Inhaltliche Ausrichtung
 - Erfolgsgrad von „goFAMS“
- Befragungszeitraum und -ort: 27. und 28. Oktober in München
- Zielgruppe: Alle Besucher der Messe „Research & Results“

2 Fragenkomplexe

- 2.1 Statistische Kennzahlen
- 2.2 Bekanntheit/ Bedarf
- 2.3 Einsatzgebiete
- 2.4 Inhaltliche Ausrichtung

2.1 Statistische Kennzahlen

- Differenzierung der Stichprobe:
 - Bundesland (Arbeitsort)
 - Branche
 - Geschlecht
 - Alter
 - Bildungsstand
 - Position im Unternehmen

2.2 Bekanntheit/ Bedarf

- Untersuchungsziele:
 - Bekanntheit von „goFAMS“
 - Bekanntheit der Ausbildung
 - Informationsquelle
 - Herausstellen der Beschäftigungsdichte der FAMS
 - Kapazitäten von Ausbildungsplätzen

Hypothesen

- Seit der Einführung des Ausbildungsgangs ist die Bekanntheit branchendeckend gestiegen und somit der Ausbildungsgang bekannt.
- Seit der Einführung des Ausbildungsgangs ist der Bedarf innerhalb der Branche signifikant gestiegen.
- Wenn die Ausbildung zum FAMS bekannt ist, so wird die Beschäftigung eines FAMS (Auszubildender/ Angestellter) in den auf der Messe vertretenen Betrieben erwartet.

Hypothesen

- Die Bekanntheit steigt nach Einführung der Ausbildung von Jahr zu Jahr an und schlägt sich somit in einer stetig steigenden Ausbildungsquote seit 2006 nieder.
- Die Anzahl potentieller FAMS-Auszubildender in einem Unternehmen zeigt den Bedarf von FAMS auf dem freien Markt an und wird nur durch wirtschaftliche Aspekte begrenzt.

2.3 Einsatzgebiete

- Untersuchungsziele:
 - Einsatzgebiete der FAMS im Unternehmen
 - Arbeitsmarktchancen gegenüber Hochschulabsolventen
 - Höhe der Ausbildungsvergütung
 - Einstiegsgehalt ausgebildeter FAMS

Hypothesen

- Wenn die praxisnahe Ausbildung erfolgt ist, besteht eine konkurrenzfähige Arbeitsmarktchance gegenüber vergleichbaren, theorieorientierten Hochschulabsolventen.
- Je bekannter die Ausbildung zum FAMS ist, desto mehr Einsatzgebiete werden von ihm abgedeckt.
- Wenn der FAMS durch steigenden Bekanntheitsgrad mehr Einsatzgebiete abdeckt, desto häufiger wird diese Ausbildung angeboten und umso breiter fächert sich sein Einstiegsgehalt als ausgebildeter FAMS bzw. als Auszubildender auf.
- FAMS schließen eine Lücke auf dem Arbeitsmarkt, die Hochschulabsolventen bisher nur selten erfüllten.

2.4 Inhaltliche Ausrichtung

- Untersuchungsziele:
 - Einschätzung der bereits bestehenden Lernfächer/
Lerninhalte
 - Einschätzung der betrieblich vermittelten Inhalte der
Ausbildung
 - Relevanz der Berufsschule gegenüber dem
Ausbildungsbetrieb

Hypothese

- Wenn das Verhältnis von Ausbildungsunternehmen und Berufsschule in Bezug auf die Ausbildungsinhaltsvermittlung als positiv bewertet wird, dann entspricht die Ausbildungsordnung und der Rahmenlehrplan den tatsächlichen Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt.
- Wenn die Ausbildungsinhalte von schulischer und betrieblicher Seite den Tätigkeitsbereichen des FAMS als angemessen angesehen werden, so ergibt sich keine Änderung der Ausbildungsordnung bzw. des Rahmenlehrplans.
- Wenn die zeitliche Organisation/ Abstimmung der Ausbildung zum FAMS von den Befragten als angemessen erachtet wird, so ist die praktizierte Form der dualen Ausbildung für FAMS geeignet und sollte weiterhin in dieser Art umgesetzt werden.

3 Methodik

- 3.1 Fragebogenerstellung
- 3.2 Stichprobengröße
- 3.3 Datenerhebung
- 3.4 Datenübermittlung
- 3.5 Auswertung
- 3.6 Datenschutz

3.1 Fragebogenentwicklung

- Aufteilung in vier interne Arbeitsgruppen
- Erarbeitung von Hypothesen
- Darauf aufbauend Erstellung von Fragen, die modifiziert und in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht wurden
- Rücksprache mit dem Auftraggeber „goFAMS“, um spezielle Kundenwünsche zu erfragen

3.1 Fragebogenentwicklung

- Daraufhin erfolgte die Personalisierung des Fragebogens nach Wünschen des Auftraggebers
- Digitalisiert wurde der entwickelte Fragebogen über „Lime Survey Version 1.90 + Build 9130“, während zeitgleich eine spezielle Filterführung erarbeitet wurde
- Endgültige Version enthält 31 Fragen, von denen mindestens 14 Fragen beantwortet werden sollen

3.2 Stichprobengröße

- Anhand der Besucherzahlen von 2009 wurde folgende Stichprobe (Ziehung mit Wiederholung) berechnet:

$$n \geq \frac{t^2 * p * q * N}{(N-1) * e^2 + t^2 * p * q} \quad n \geq \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 3000}{(3000-1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

- N=3.000 Besucher t=1,96 Signifikanzniveau e=0,05 Stichprobenfehler
- p= 0,5 Prozentanteil für ein Merkmal in der Stichprobe (da unbekannt)
- q= 0,5 Gegenwahrscheinlichkeit zu p

3.2 Stichprobengröße

- Ergeben hat sich eine Stichprobengröße von $n \geq 341$
- Mit einem Stichprobenumfang von $n=52$ wurde diese nicht erreicht
- **Untersuchung nicht repräsentativ**

3.3 Datenerhebung

- Mittels virtuellen Servers auf einem USB-Datenmedium als CASI (Computer Assisted Self Interviewing)
- Im Zeitraum der Messe
- Nach persönlicher Ansprache der Interviewpartner am Stand von „goFAMS“
- Einspeisung mit Hilfe eines Laptops in angelegte Datenbank von „Lime Survey“ auf dem lokalen Server
- Zugangsmöglichkeit auch über die Website von „goFAMS“ (Online-Befragung)

3.4 Datenübermittlung

- Übermittlung der Datenbank fand am 01.11.2010 statt.
- Für Datenübermittlung → Speichern mittels „Lime Survey“ in ein transportables, SPSS-konformes Format

3.5 Auswertung

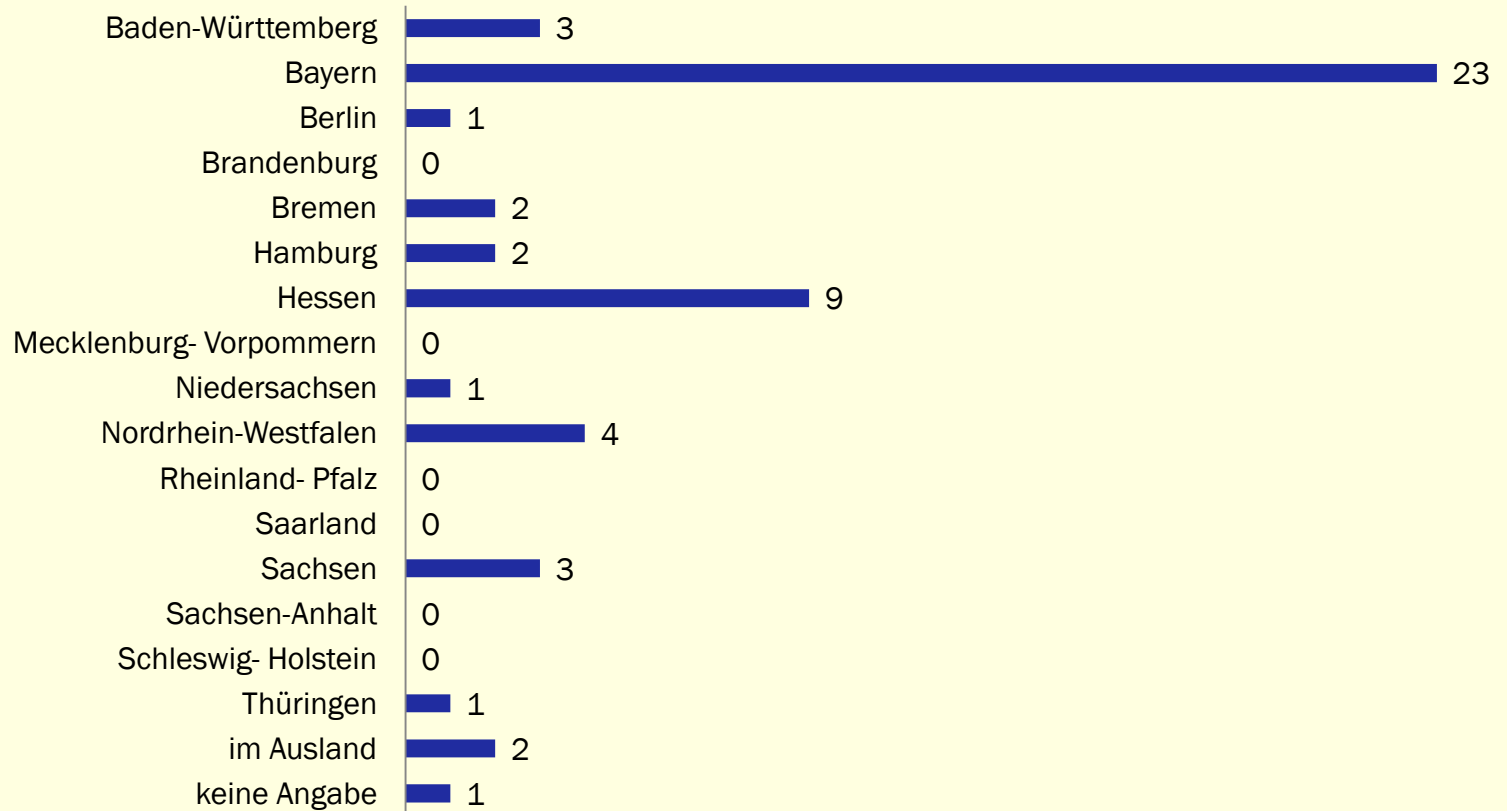
- mittels SPSS Version 19 in drei verschiedenen Gruppen
- sowohl uni- als auch bivariat
- jede Gruppe bearbeitet zugeteilten Datenbereich
- anschließend Interpretation und Abgleich mit Hypothesen

3.6 Datenschutz

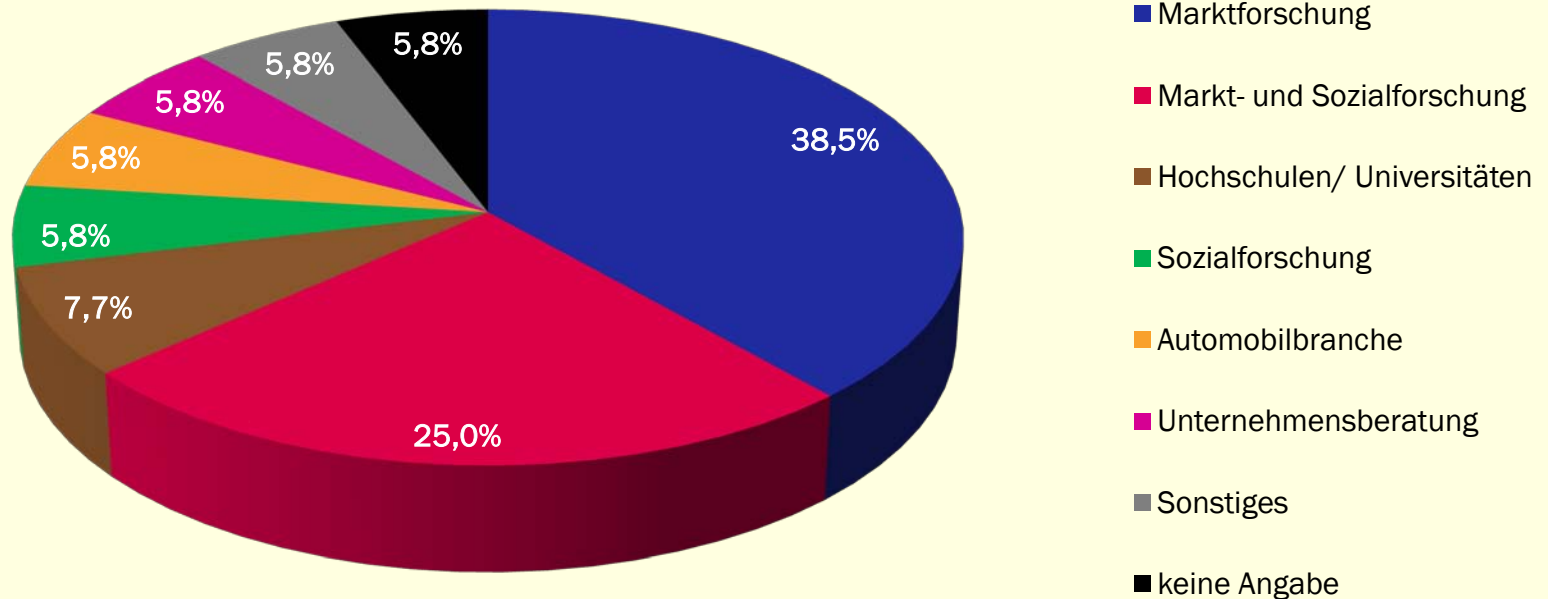
- Datenschutzerklärung des ADM („Richtlinie für Online-Befragungen“ & „Richtlinie zum Umgang mit Adressen in der Markt- und Sozialforschung“) umgesetzt
- Bestimmung eines Datenschutzbeauftragten
- **Übersendung der gewünschten Umfrageergebnisse an die personengebundenen Kontaktadressen wird die Klasse 2957 im Sinne des Auftraggebers erledigen**

4 Ergebnisauswertung

In welchem Bundesland befindet sich Ihr Arbeitsort?

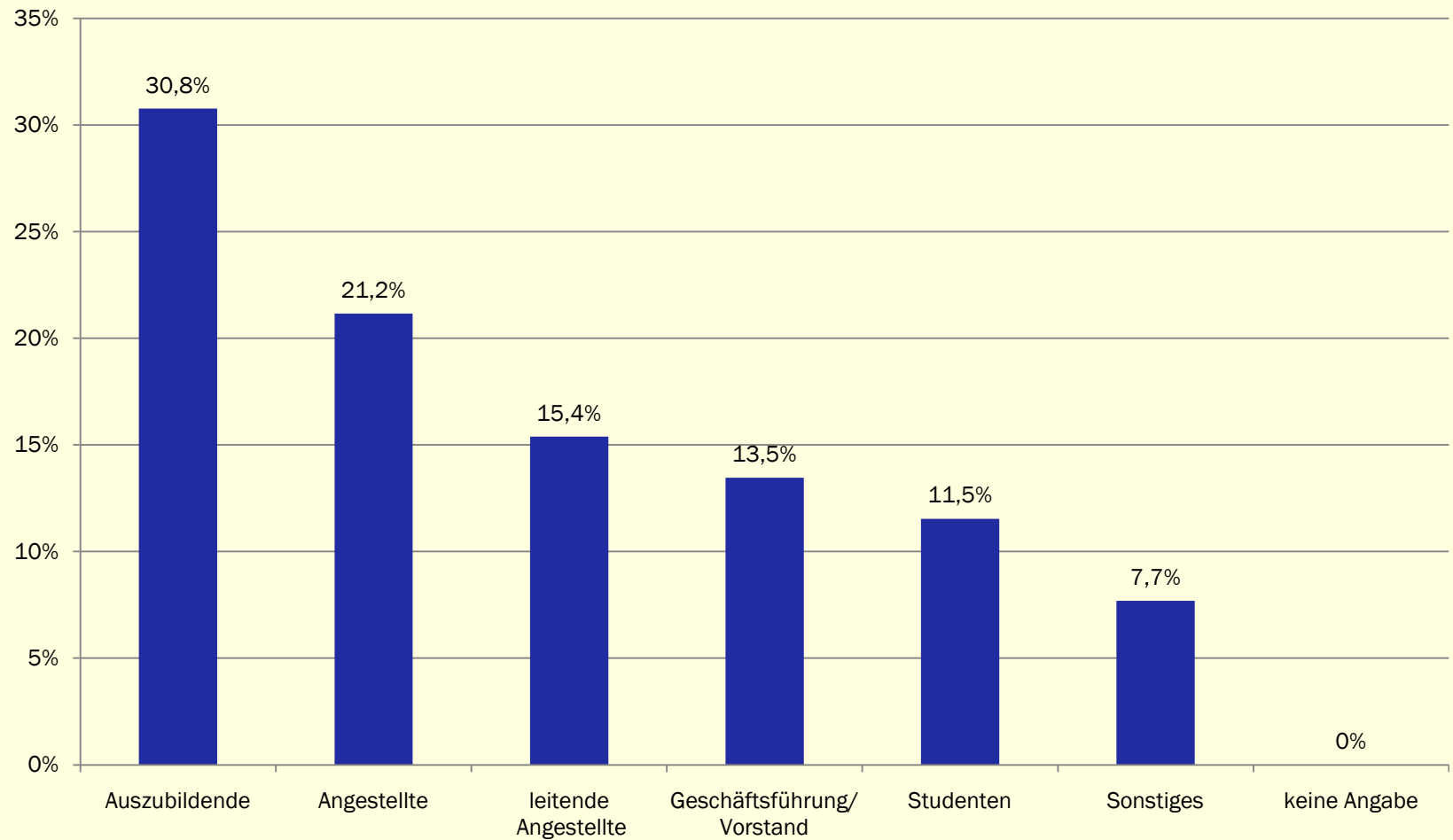


In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?



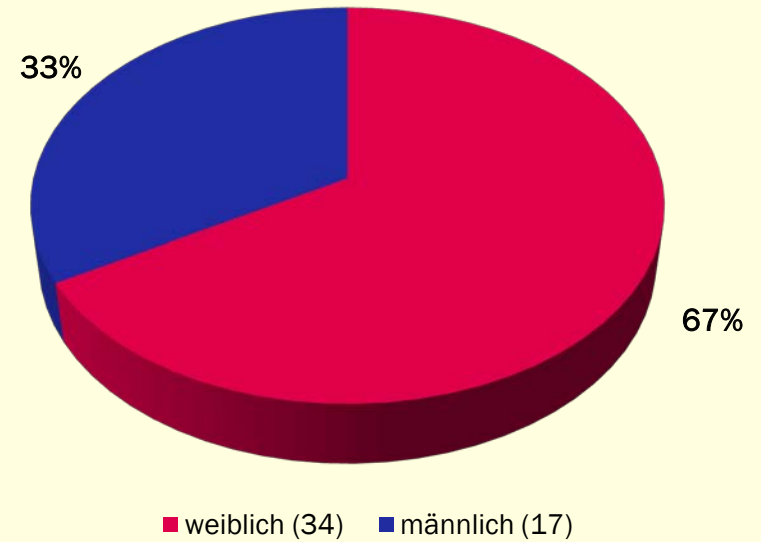
n=52, Angaben absolut

In welcher Position sind Sie in Ihrem Unternehmen tätig?

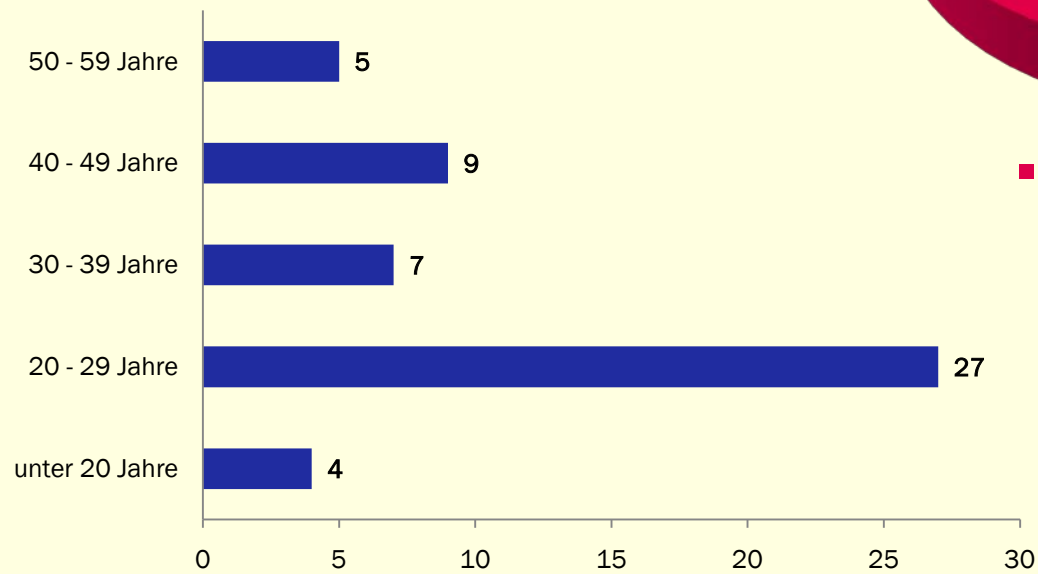


n=52, Angaben in Prozent

Geschlechterverteilung



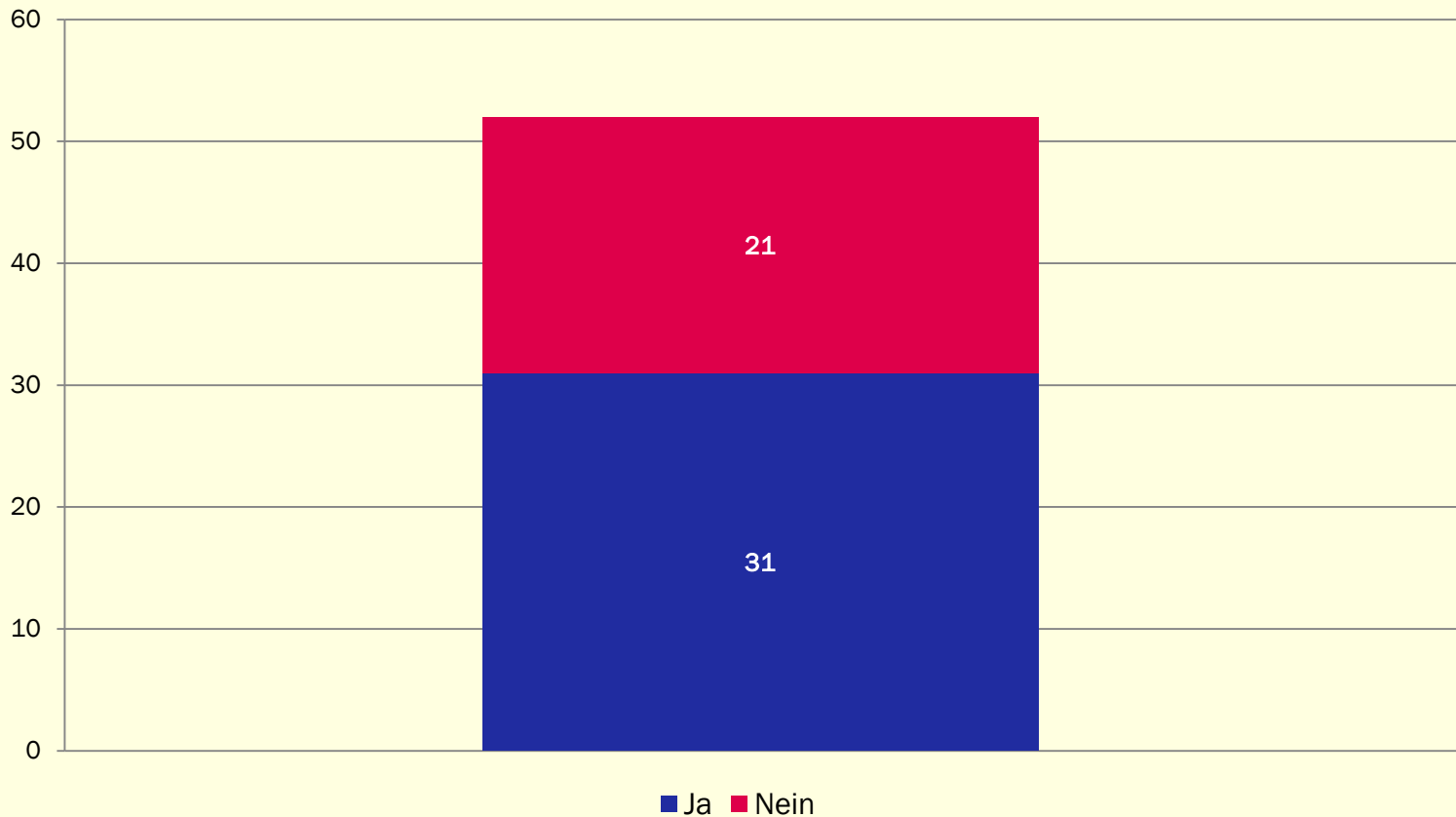
Wie alt sind Sie?



n=52, Angaben absolut

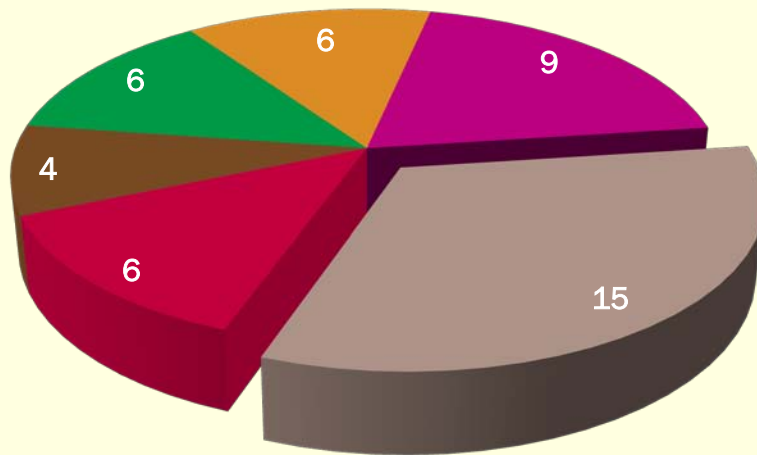
n=51, Angaben in Prozent

Kennen Sie die Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung?



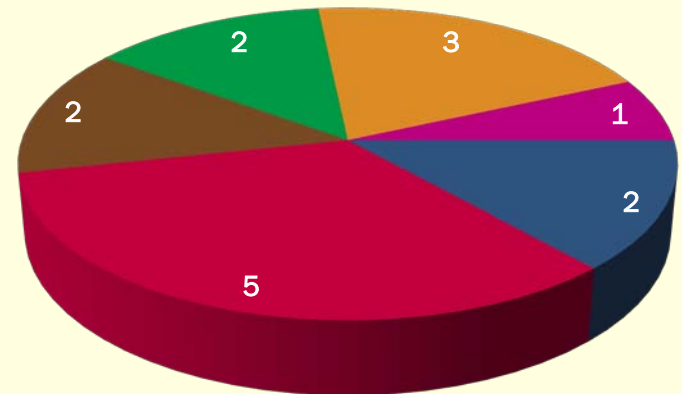
n=52, Angaben absolut

Woher kennen Sie den Ausbildungsberuf?



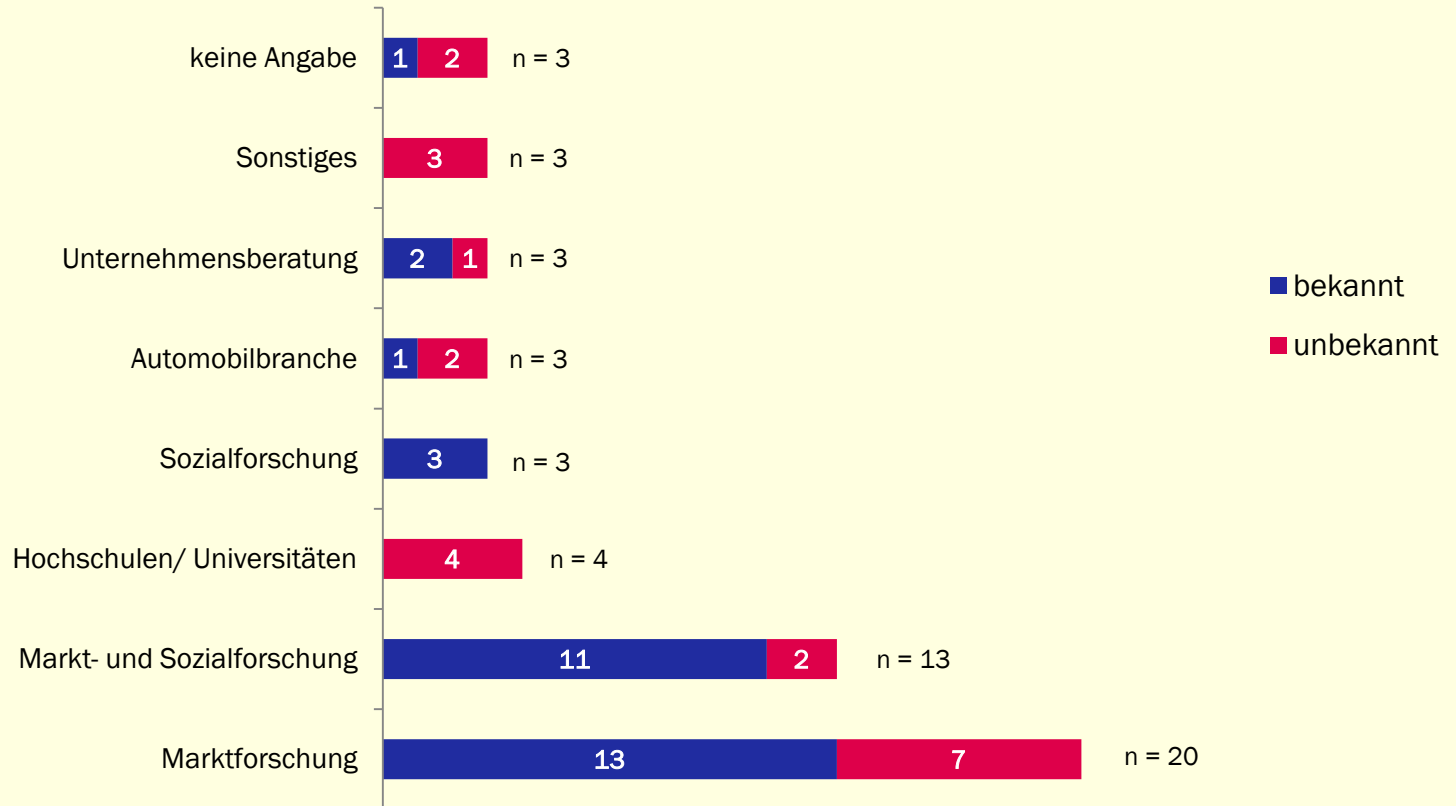
- goFAMS
- Betriebe
- Arbeitsagentur
- Werbung
- Anderes
- persönliche Kontakte
- Verbände (ADM, BVM etc.)
- IHK
- Messestand

Kategorie Anderes



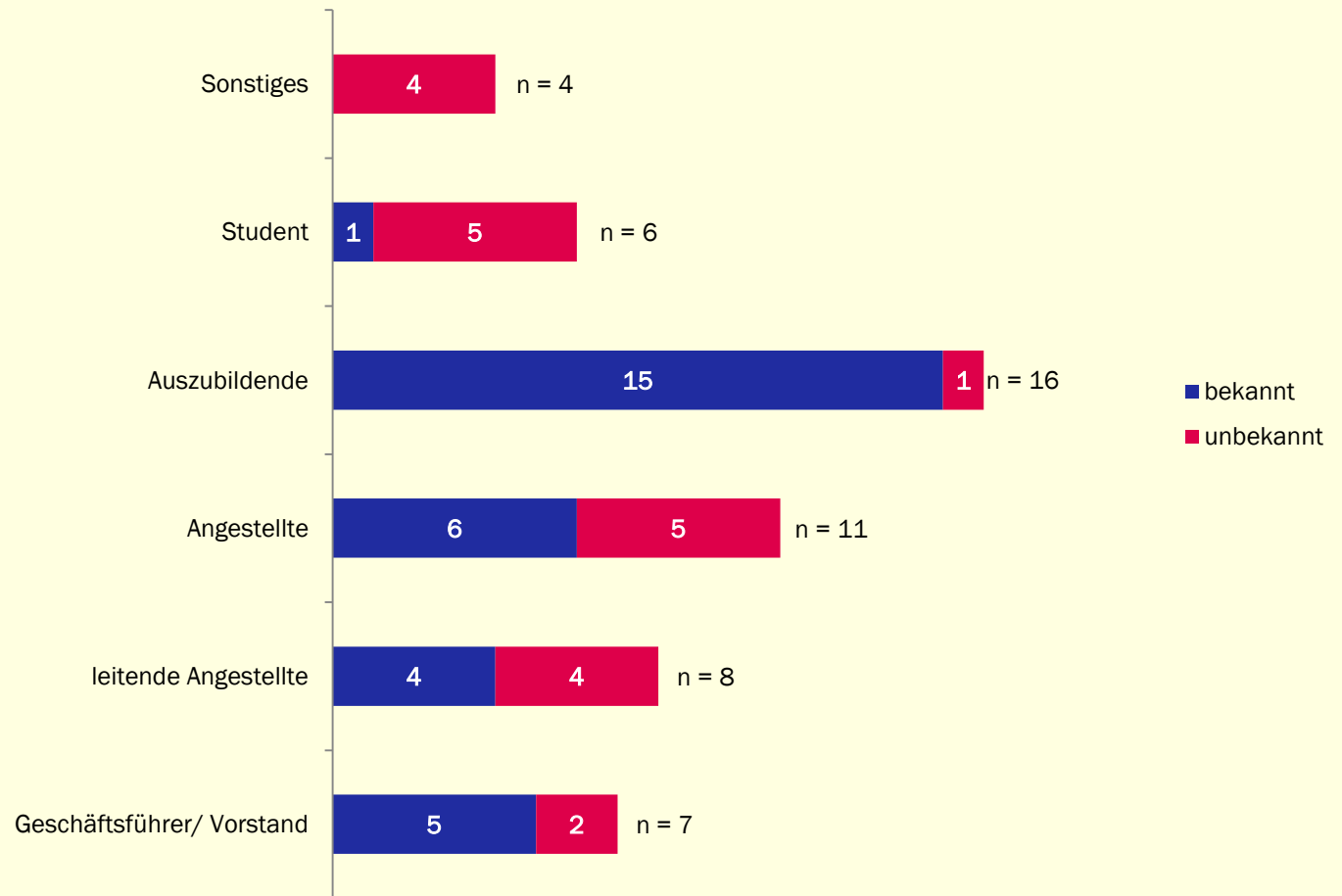
- Auszubildender
- Ausbilder
- Schule
- Internet
- Betrieb
- Sonstiges

Bekanntheit der FAMS-Ausbildung innerhalb der befragten Unternehmensbranchen



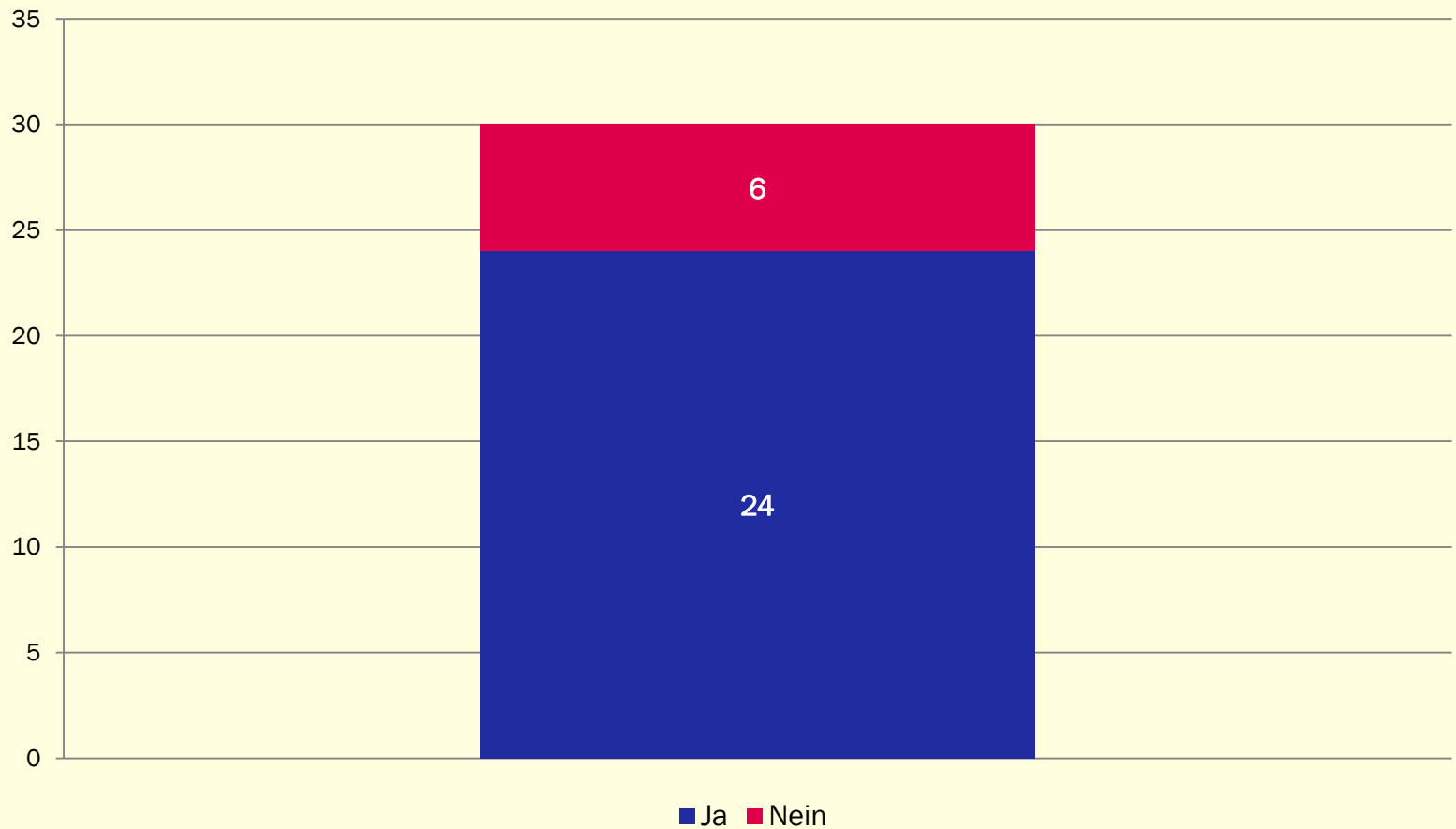
n=52, Angaben absolut

Bekanntheit der FAMS-Ausbildung innerhalb der befragten Unternehmenspositionen



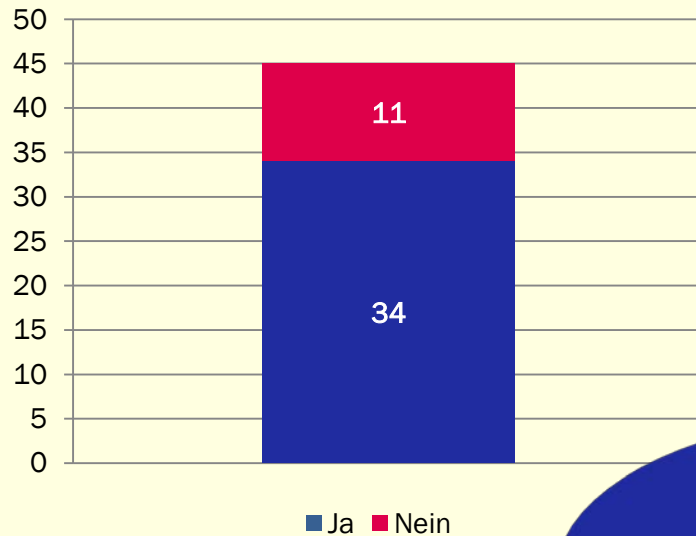
n=52, Angaben absolut

Beschäftigt Ihr Unternehmen einen Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung (gemeint sind Ausgebildete sowie noch Auszubildende)?

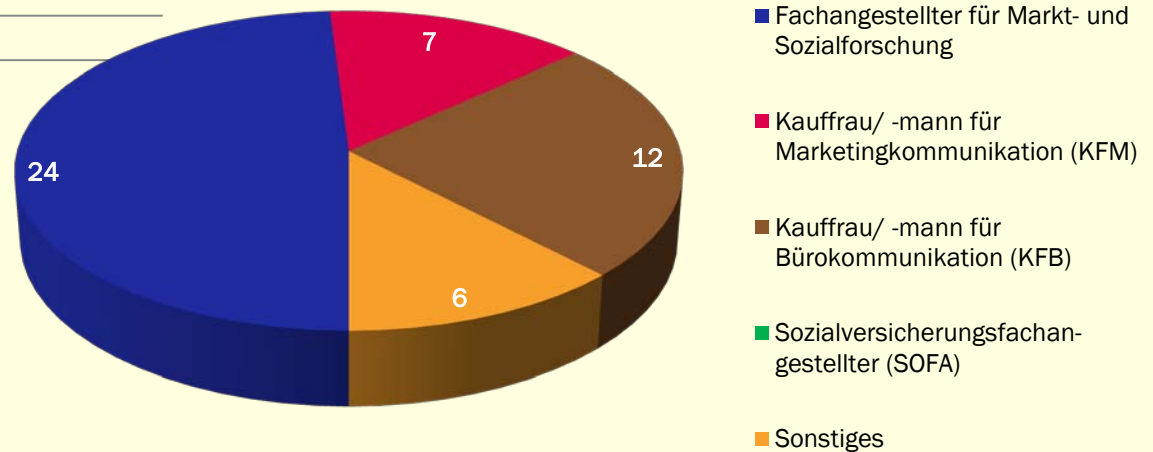


n=30, Angaben absolut,
Filter: Ausbildungsberuf ist bekannt

Bildet Ihr Unternehmen aus?



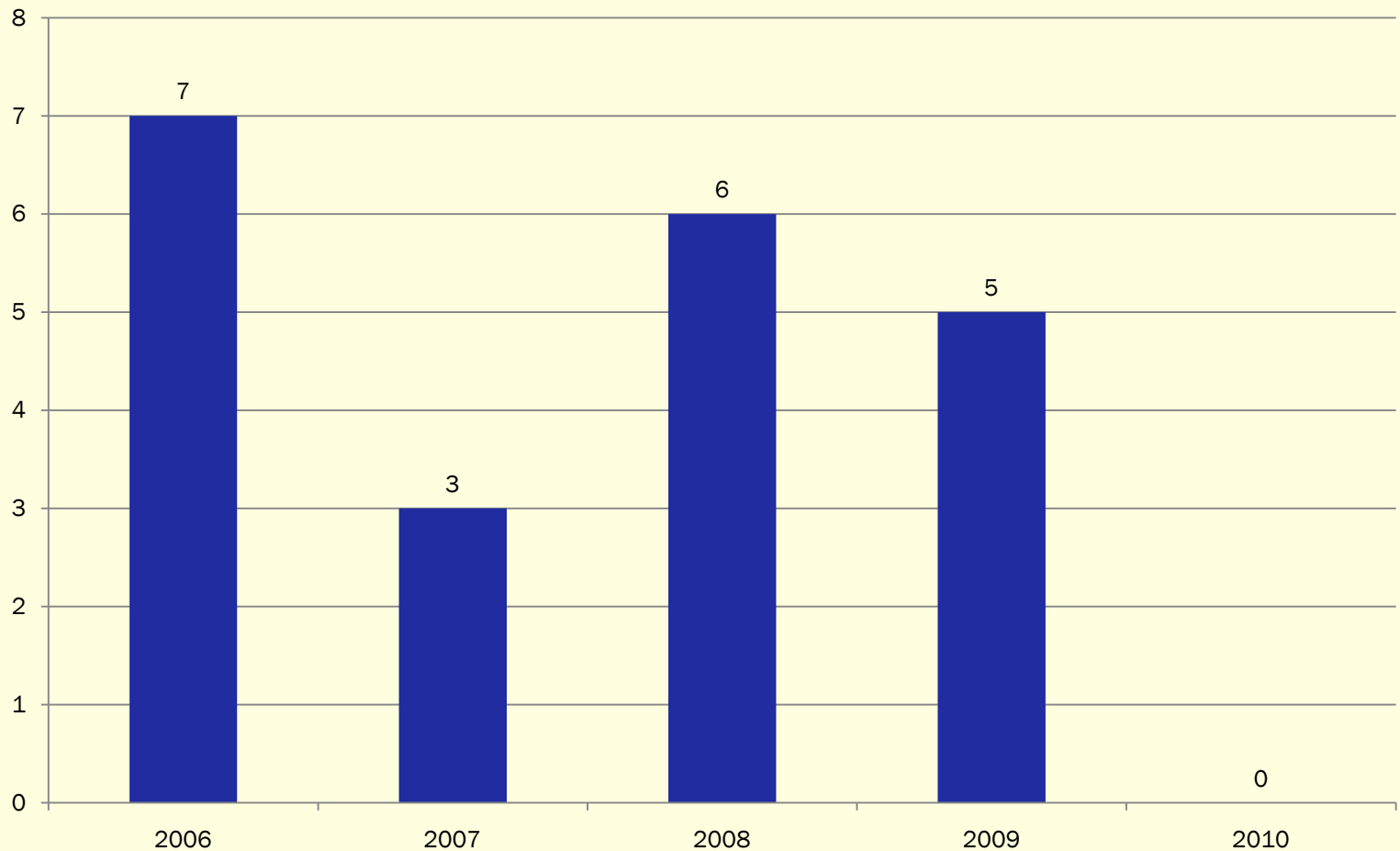
In welchen Berufen bildet Ihr Unternehmen aus?



n=45, Angaben absolut

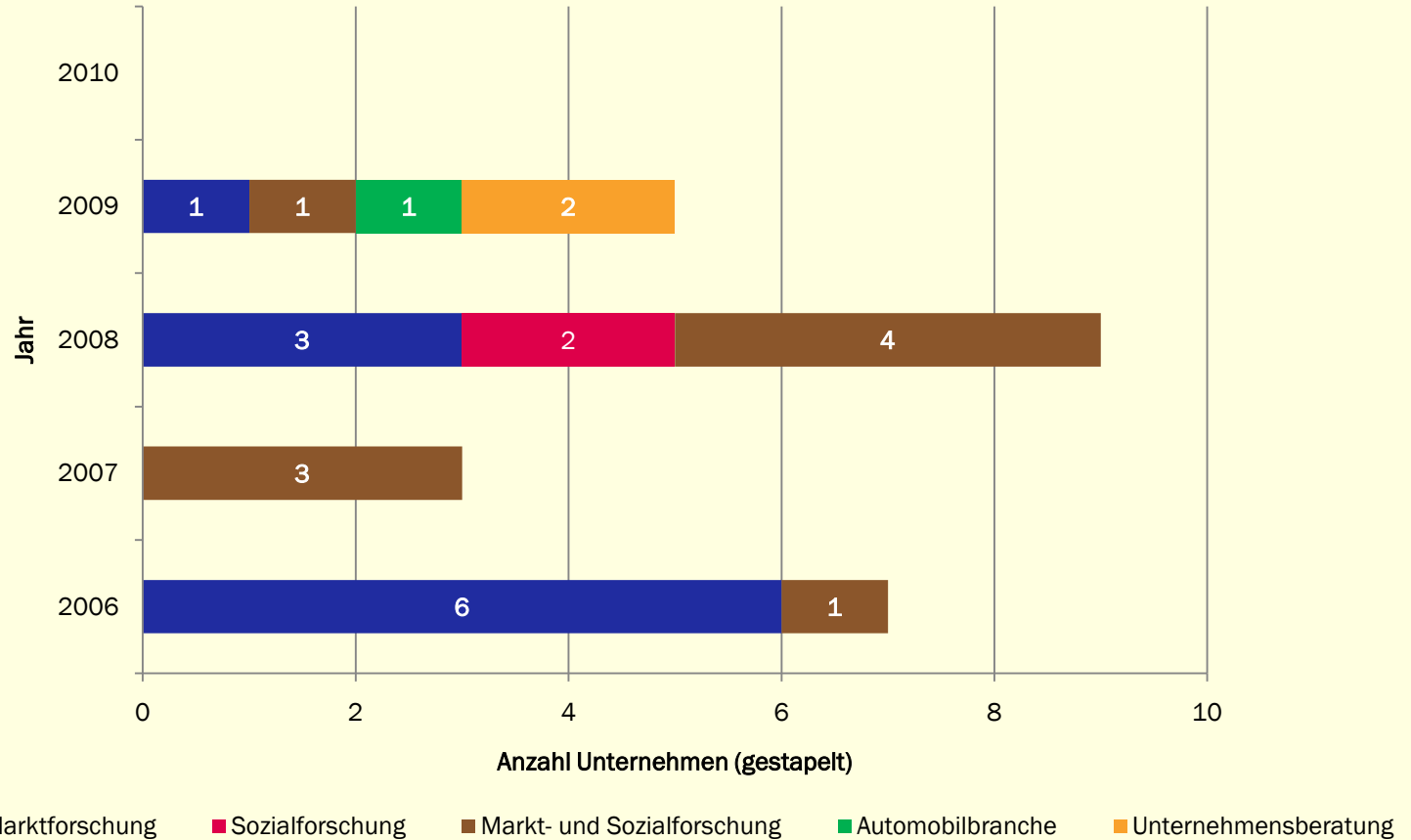
n=28, Angaben absolut, Mehrfachnennung,
Filter: Ausbildungsbetrieb

Seit wann bildet Ihr Unternehmen Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung aus?



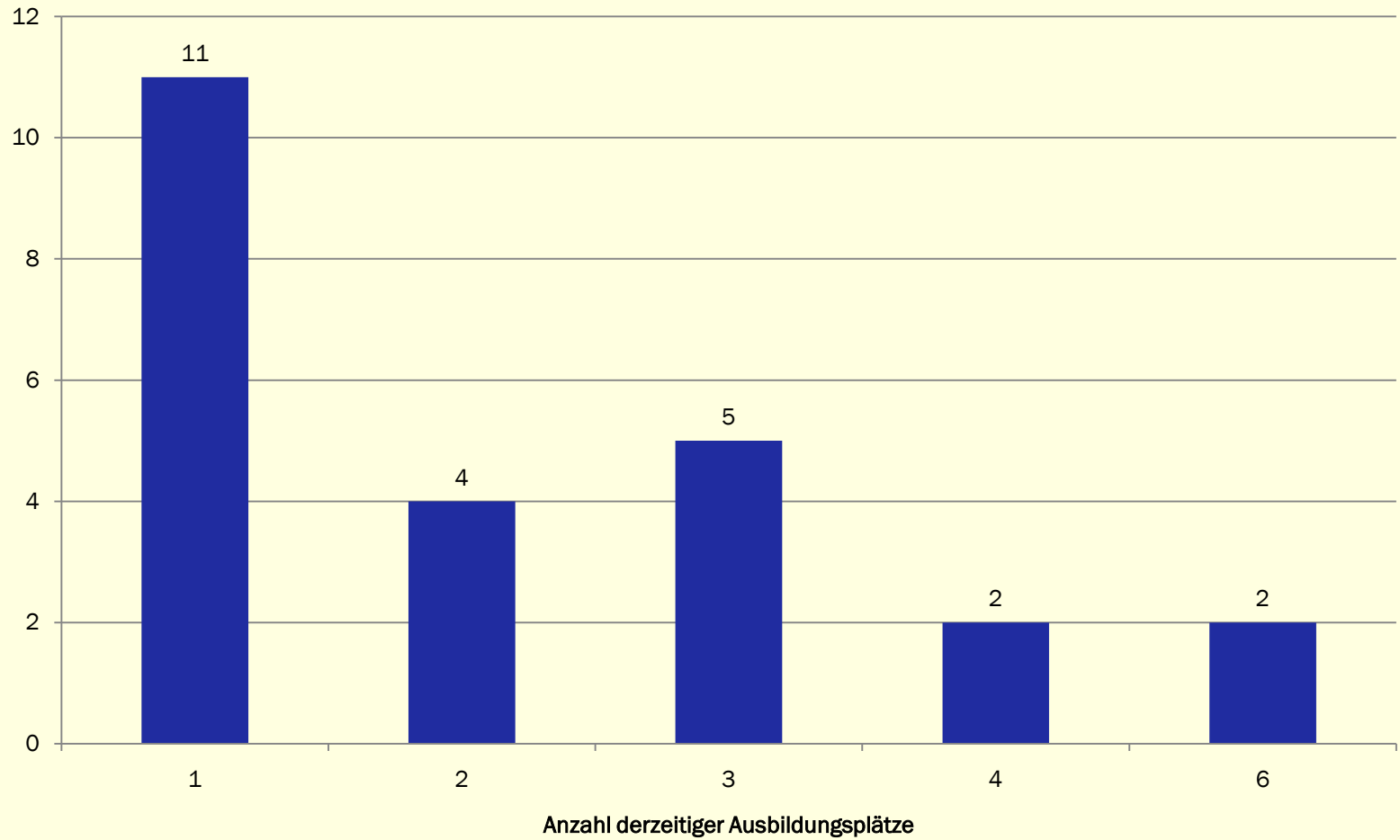
n=21, Angaben absolut,
Filter: Aktuelle Ausbildungsbetriebe (FAMS)

Welche Branche bildet den FAMS seit wann aus?



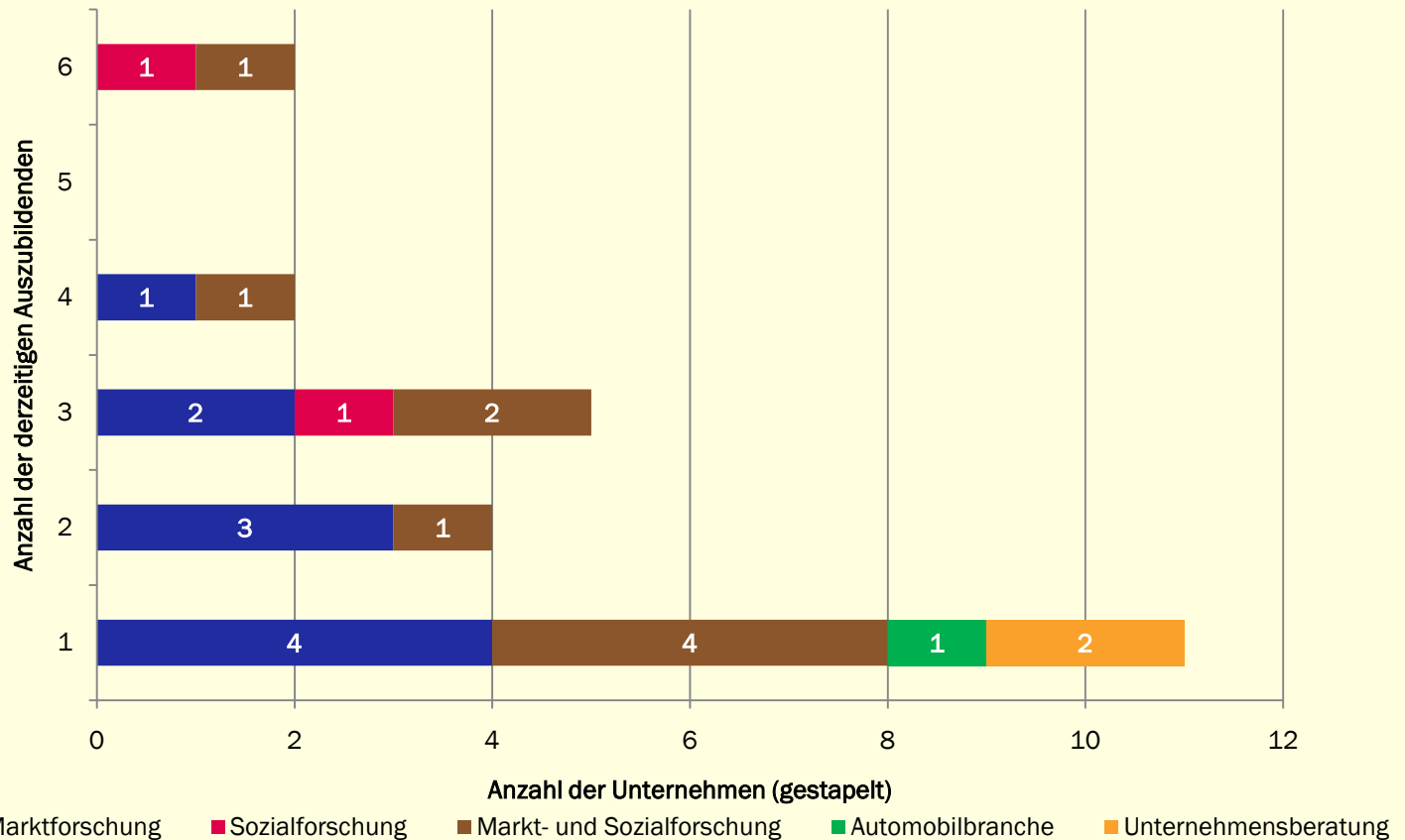
n=24, Angaben absolut

Wie viele Auszubildende zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung beschäftigt Ihr Unternehmen derzeit?



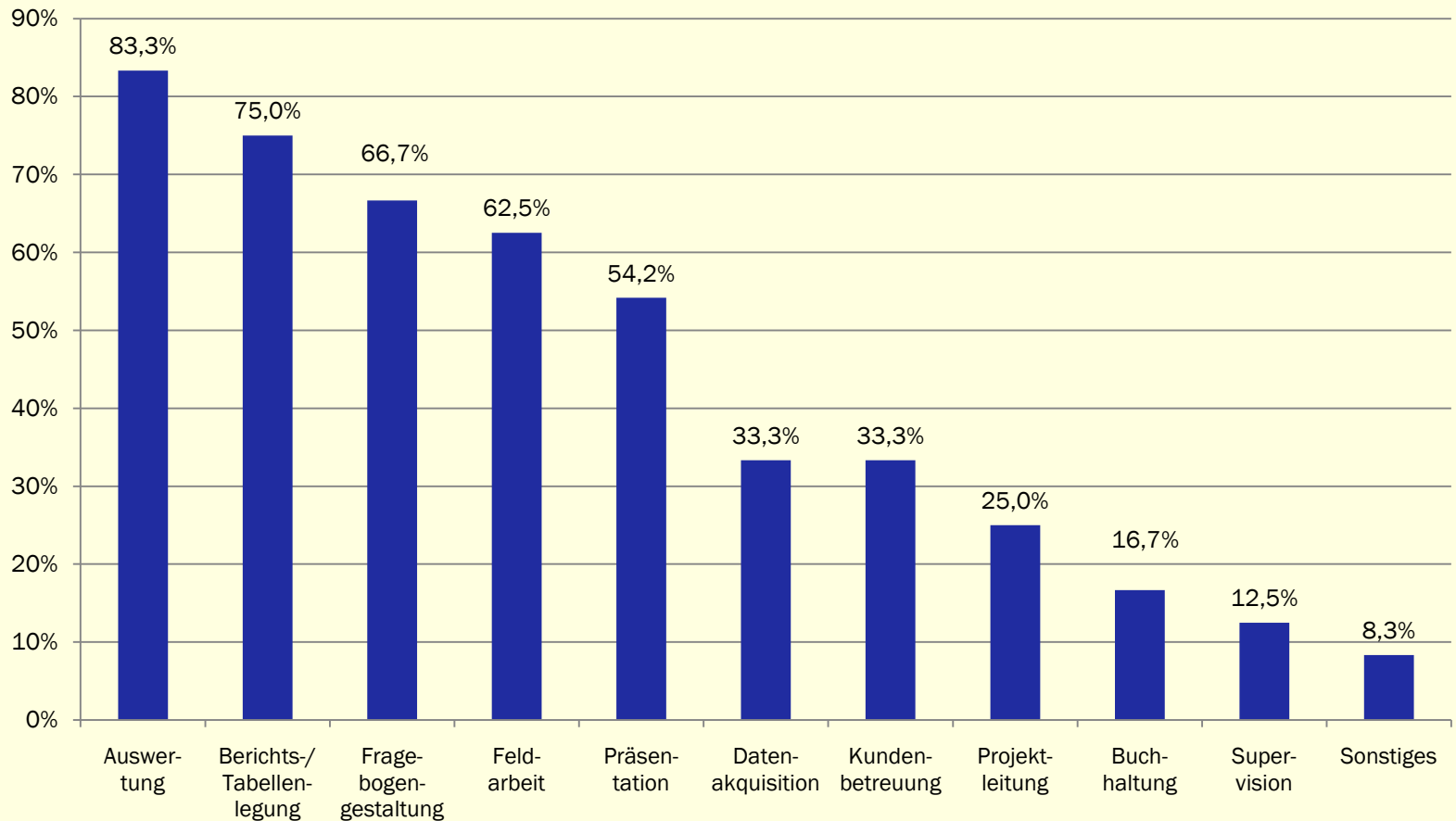
n=24, Angaben absolut,
Filter: Aktuelle Ausbildungsbetriebe (FAMS)

Anzahl der Auszubildenden, aufgeschlüsselt nach Branche



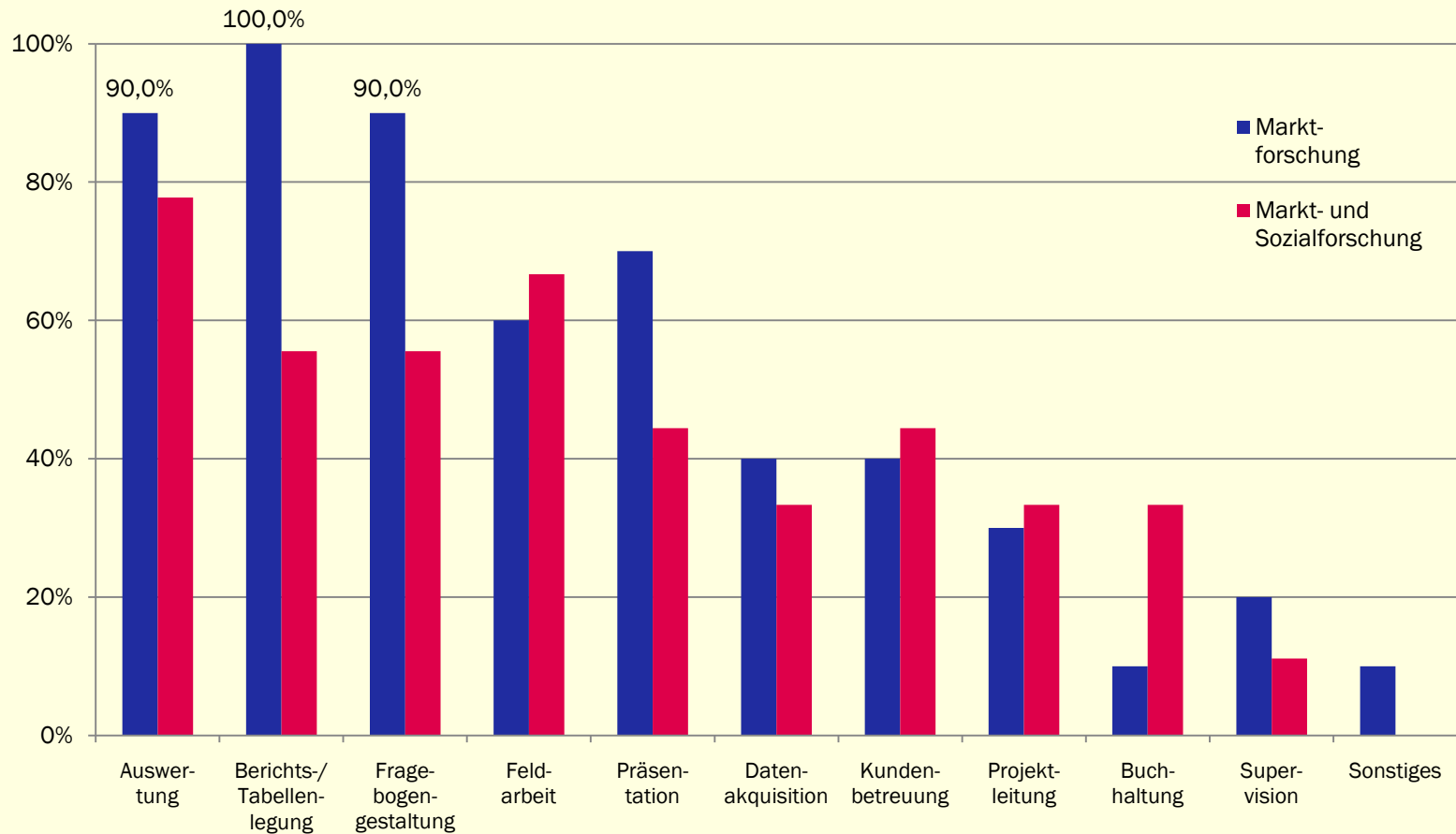
n=24, Angaben absolut

In welchen Tätigkeitsbereichen arbeitet Ihr Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung?



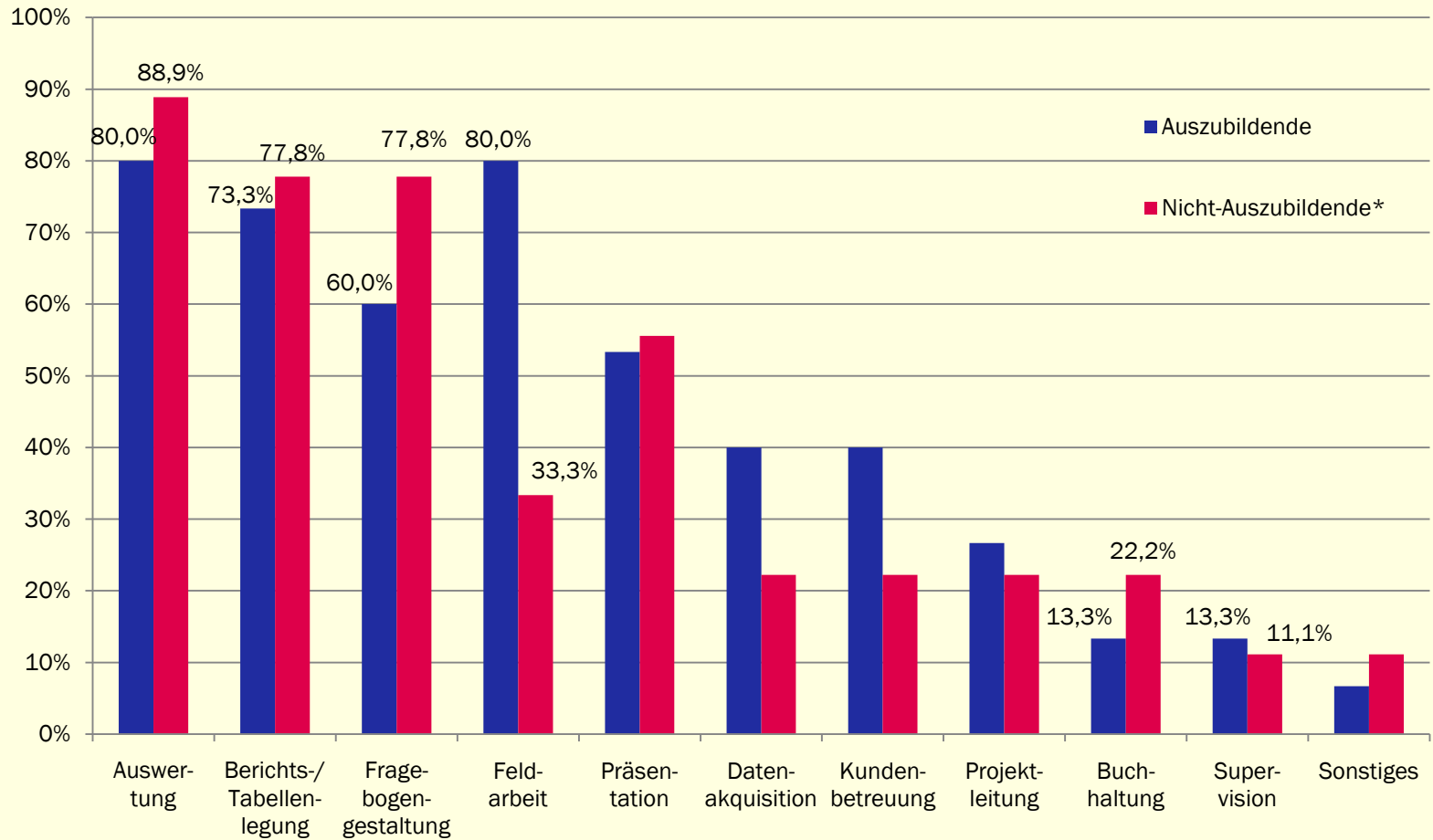
n=24, Angaben in Prozent, Mehrfachnennung,
Filter: Aktuelle Ausbildungsbetriebe (FAMS)

Aufgabenbereiche der FAMS in Unternehmen der Markt- bzw. Markt- und Sozialforschung



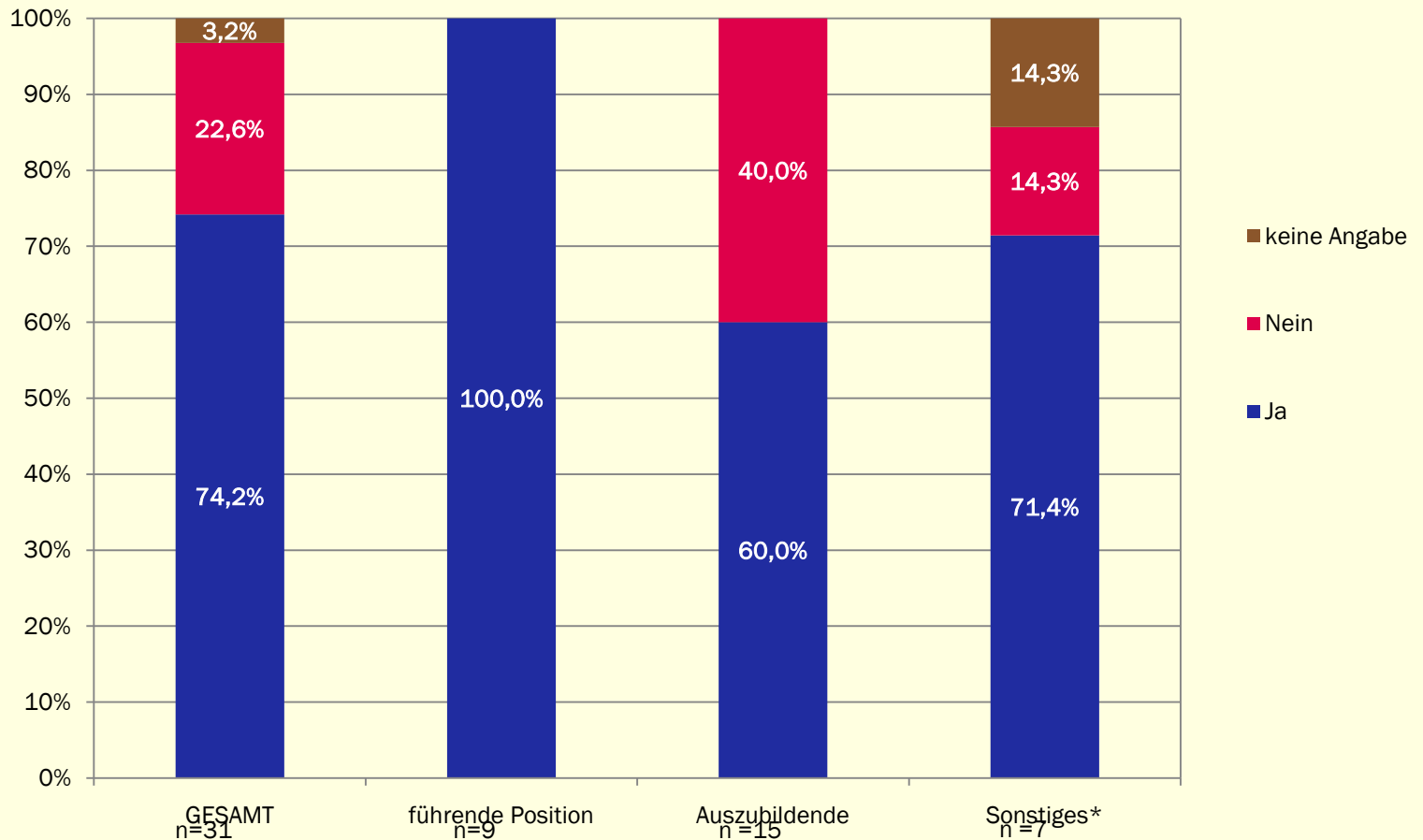
n=19, Angaben in Prozent

Darstellung der Aufgabenbereiche der FAMS aus Sicht von Auszubildenden und Nicht-Auszubildenden



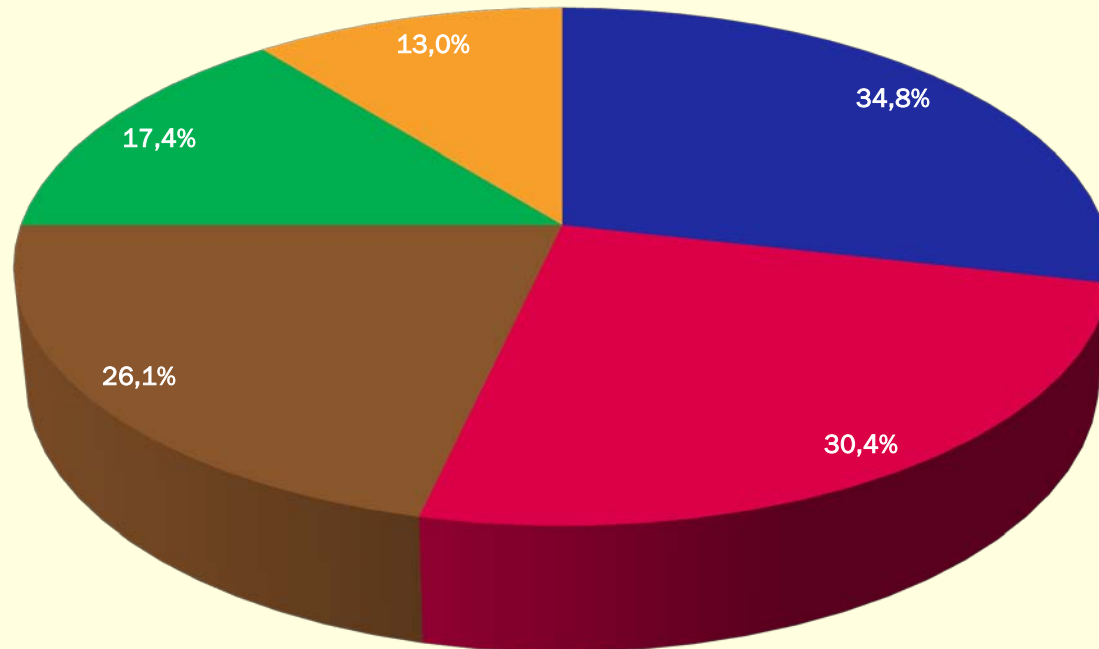
n=24, Angaben in Prozent

Denken Sie, dass Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung eine reelle Chance auf dem Arbeitsmarkt im Vergleich zu Hochschulabsolventen haben?



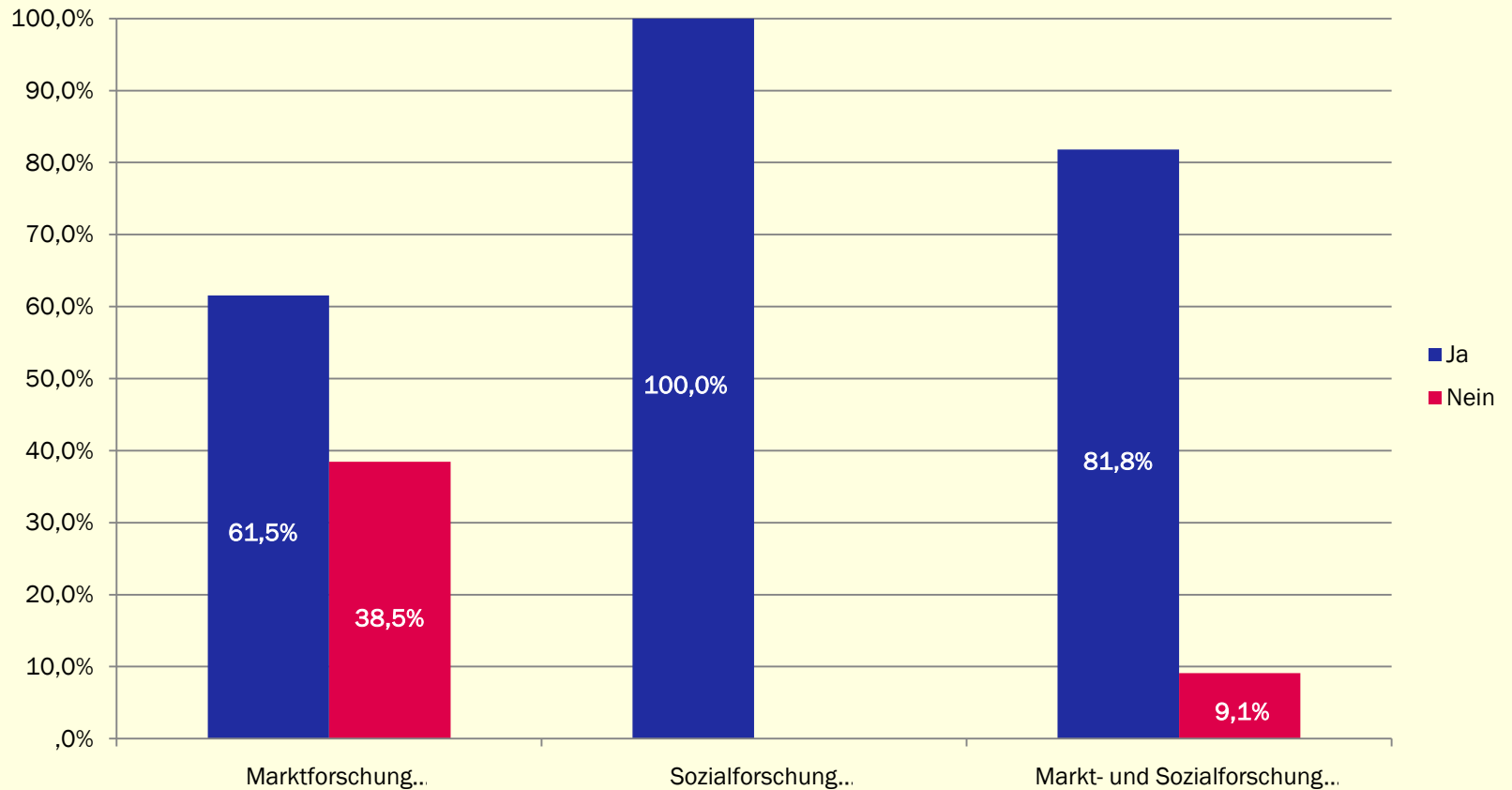
n=31, Angaben in Prozent,
Filter: Ausbildungsberuf ist bekannt

Begründen Sie bitte Ihre Aussage:



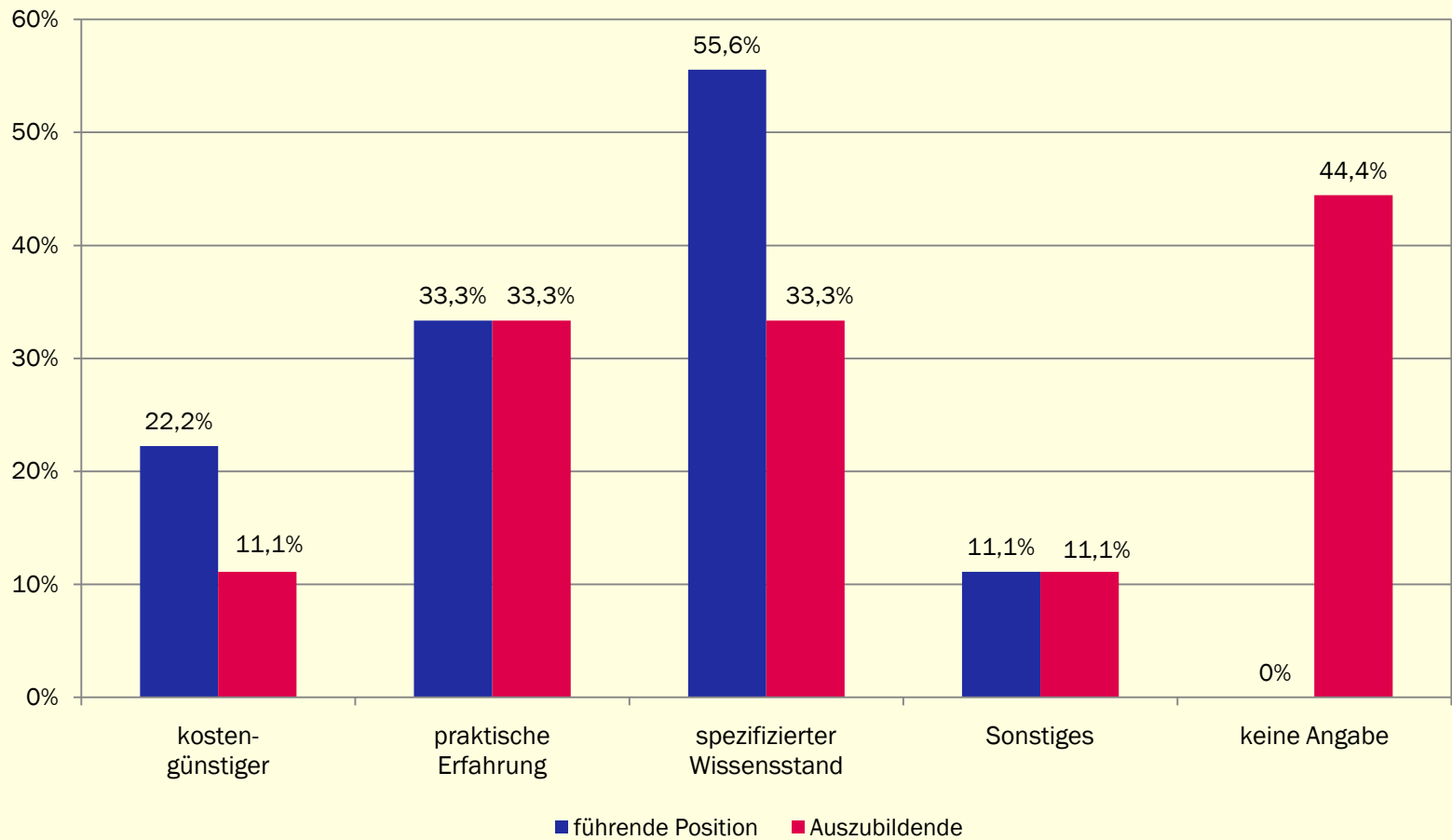
■ spezifizierter Wissensstand ■ praktische Erfahrung ■ keine Angabe ■ Sonstiges ■ kostengünstiger

Reelle Chance auf dem Arbeitsmarkt im Vergleich zu Hochschulabsolventen nach Branche aufgeschlüsselt



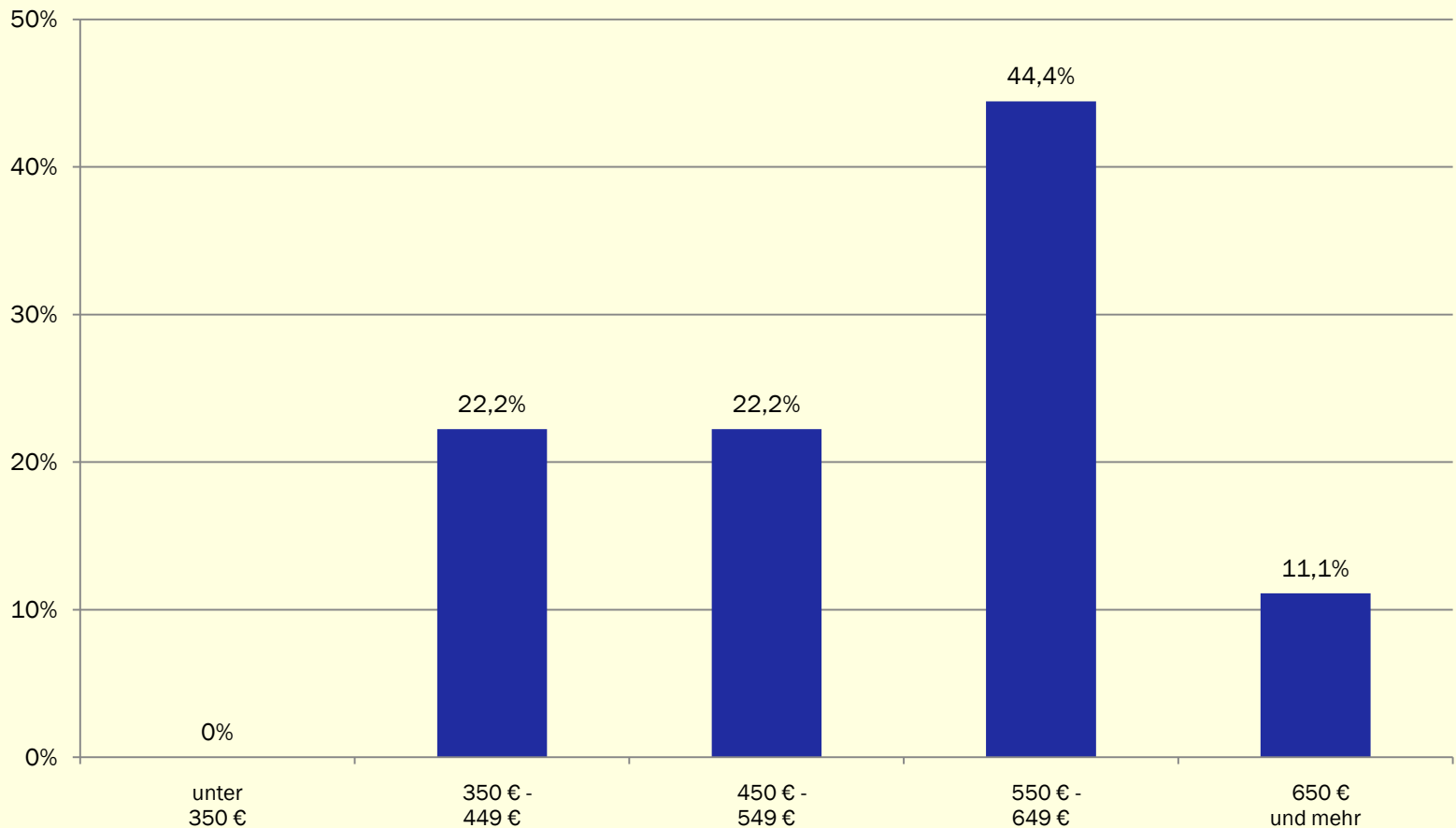
n=27, Angaben in Prozent

Reelle Chance auf dem Arbeitsmarkt im Vergleich zu Hochschulabsolventen nach Positionen in den Betrieben aufgeschlüsselt



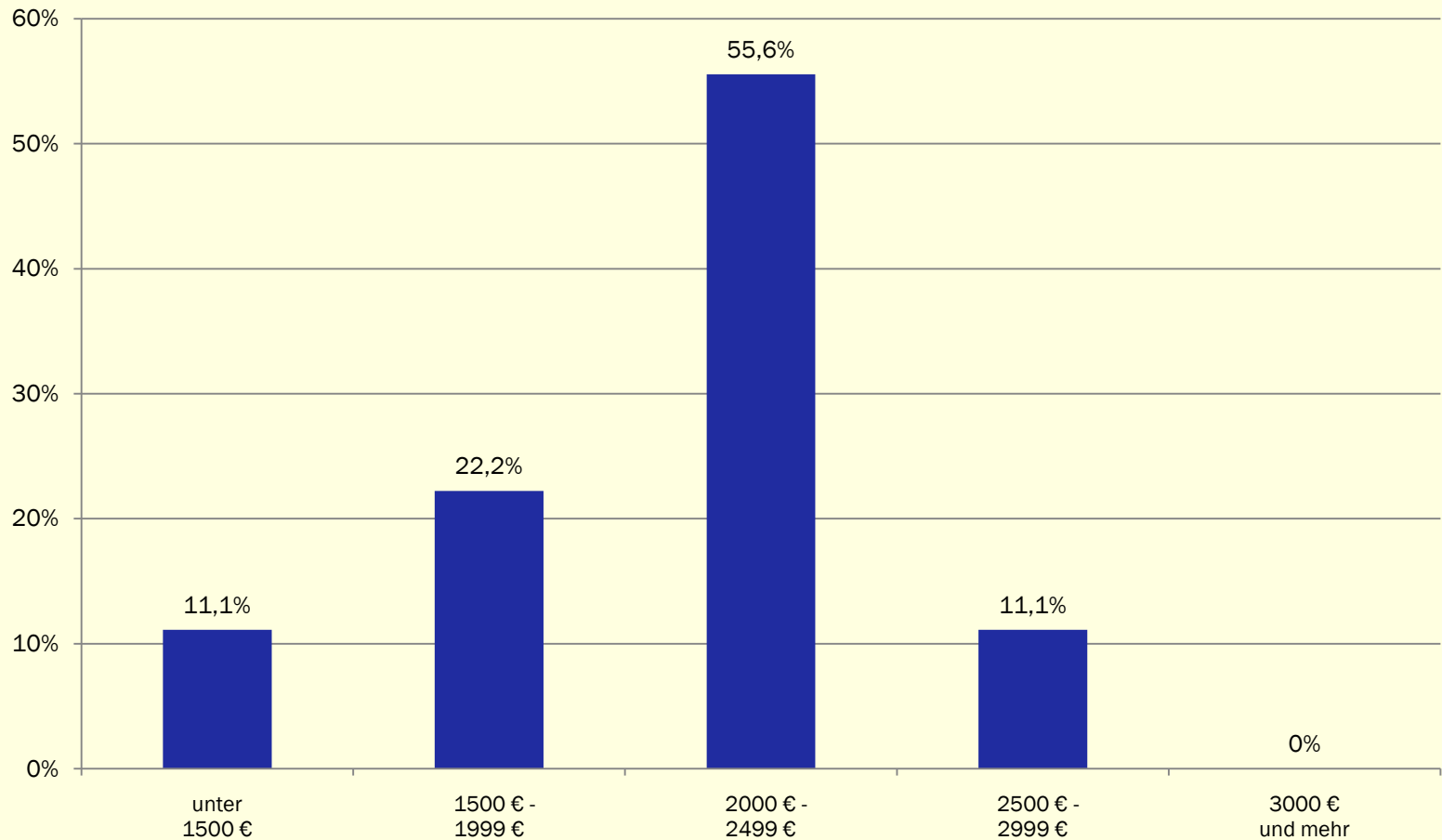
n=18, Angaben in Prozent

In welcher Brutto-Gehaltsspanne würden Sie persönlich die Ausbildungsvergütung des Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung im ersten Ausbildungsjahr sehen?



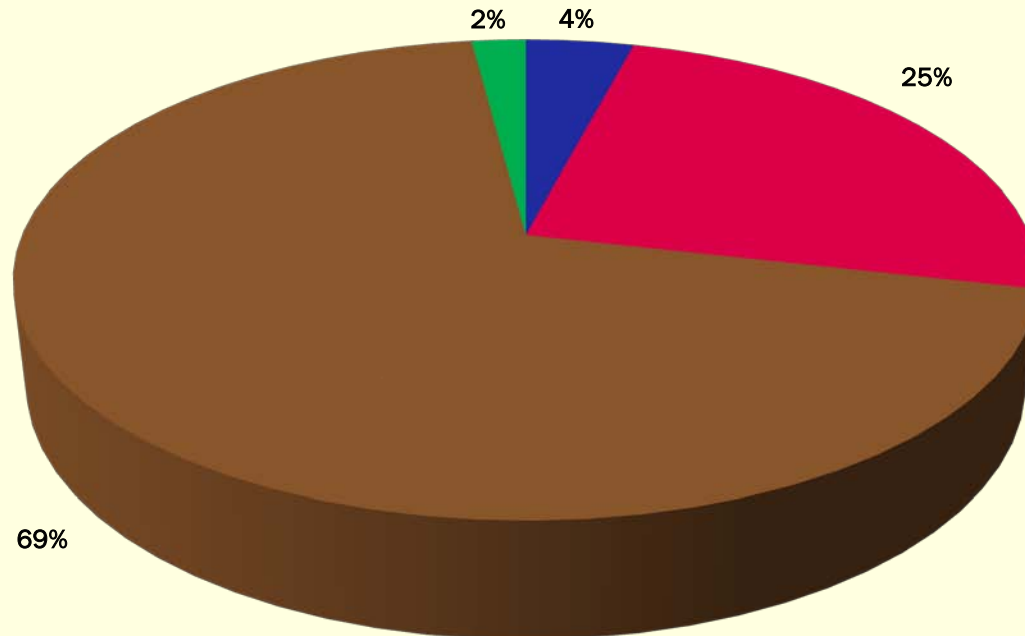
n=9, Angaben in Prozent,
Filter: Ausbildungsgang ist bekannt, Geschäftsführung
bzw. leitender Angestellter

In welcher Brutto-Gehaltsspanne würden Sie persönlich das Einstiegsgehalt des ausgebildeten Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung sehen?



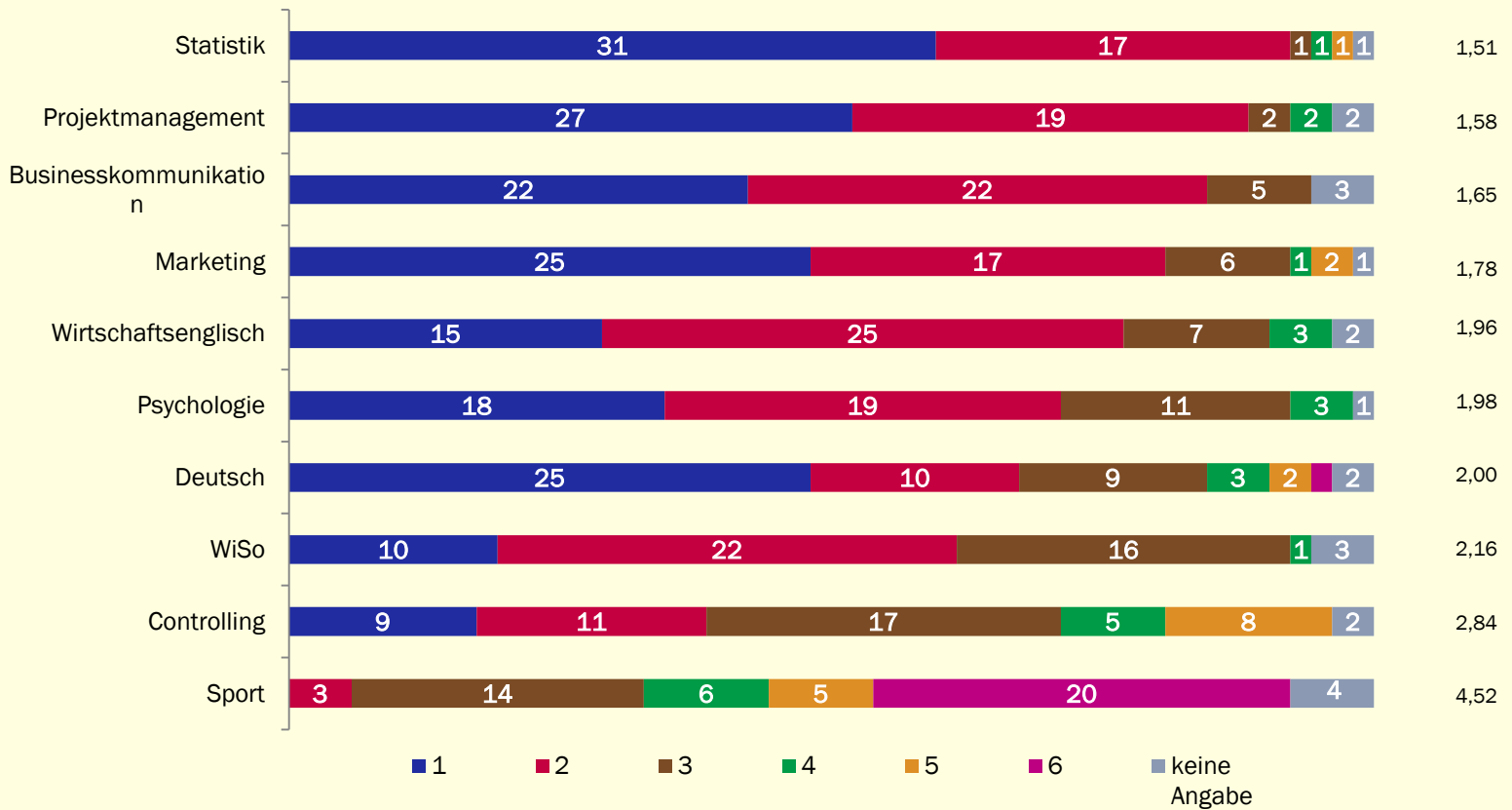
n=9, Angaben in Prozent,
Filter: Ausbildungsgang ist bekannt, Geschäftsführung
bzw. leitender Angestellter

Durch welche Institution/en sollten Ihrer Meinung nach die Inhalte für die Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vermittelt werden?



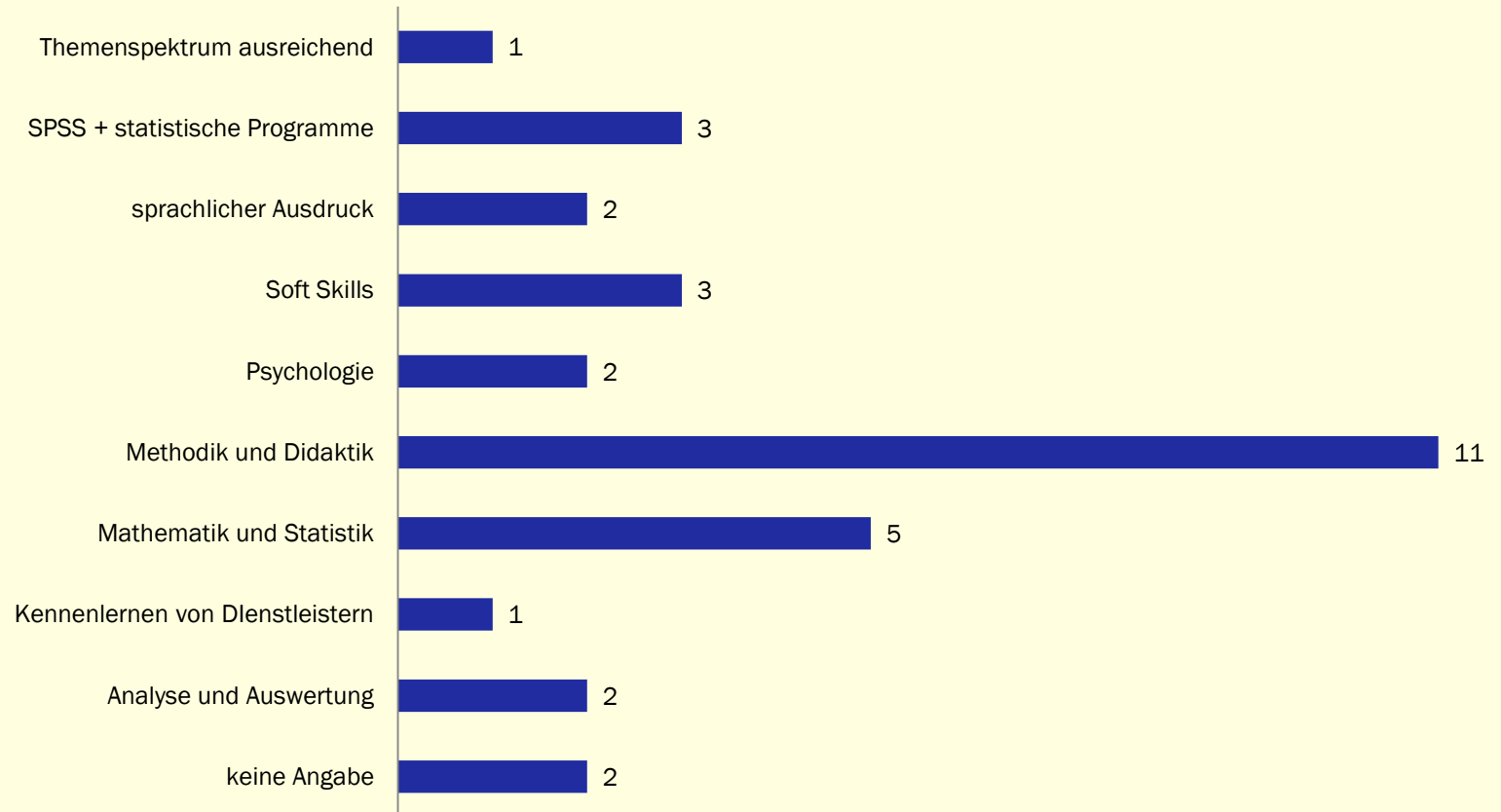
- ausschließlich das Ausbildungsunternehmen
- eher das Ausbildungsunternehmen
- Ausbildungsunternehmen und Berufsschule gleichberechtigt
- eher die Berufsschule

Bitte bewerten Sie, welche Prioritäten folgende existierende Unterrichtsfächer in der schulischen Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung aufweisen sollten. Nutzen Sie dazu die Bewertung mit Hilfe von Schulnoten.



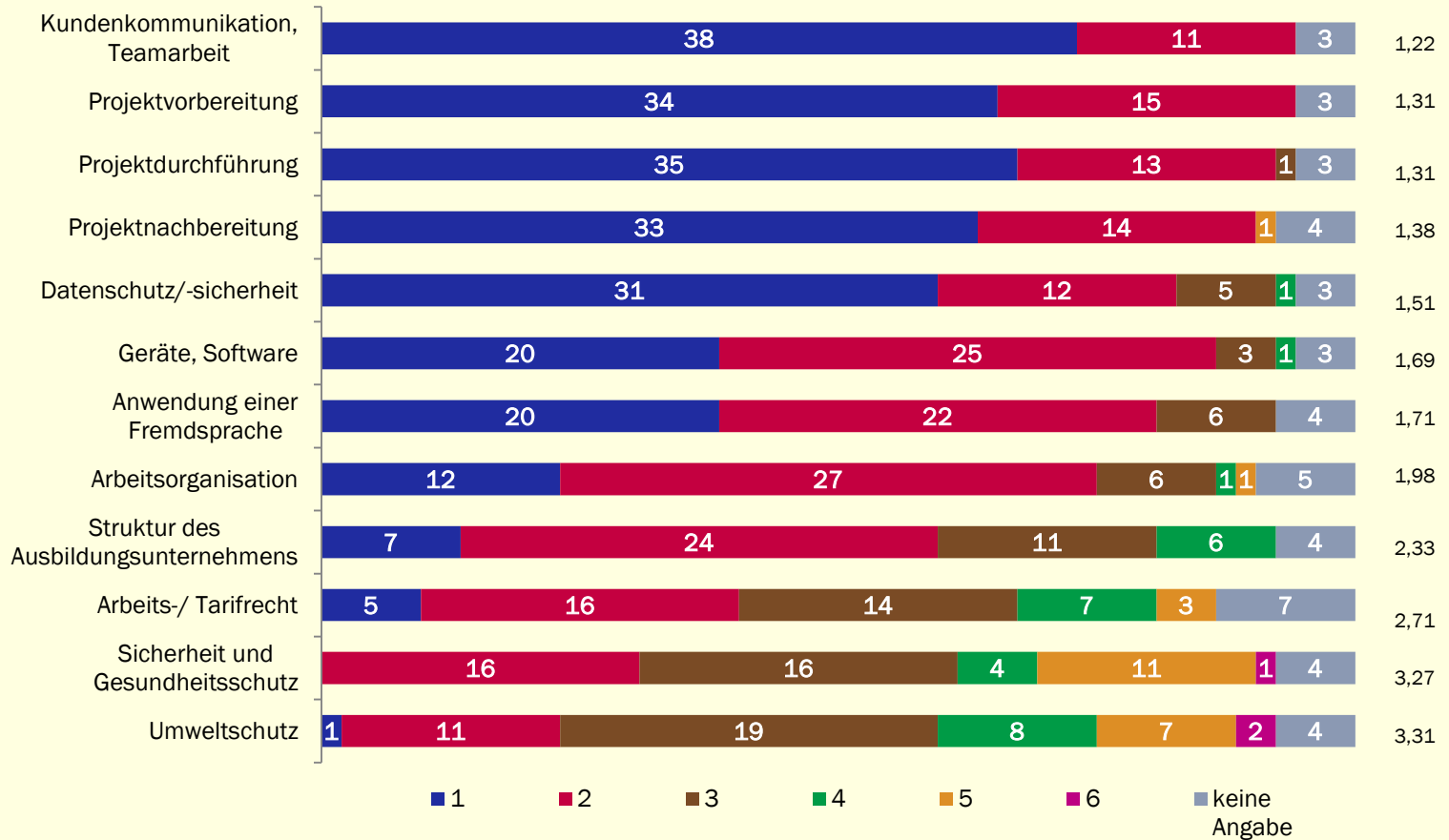
n=52, Angaben absolut

Welche schulischen Inhalte sollten zusätzlich im Rahmen der Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vermittelt werden?



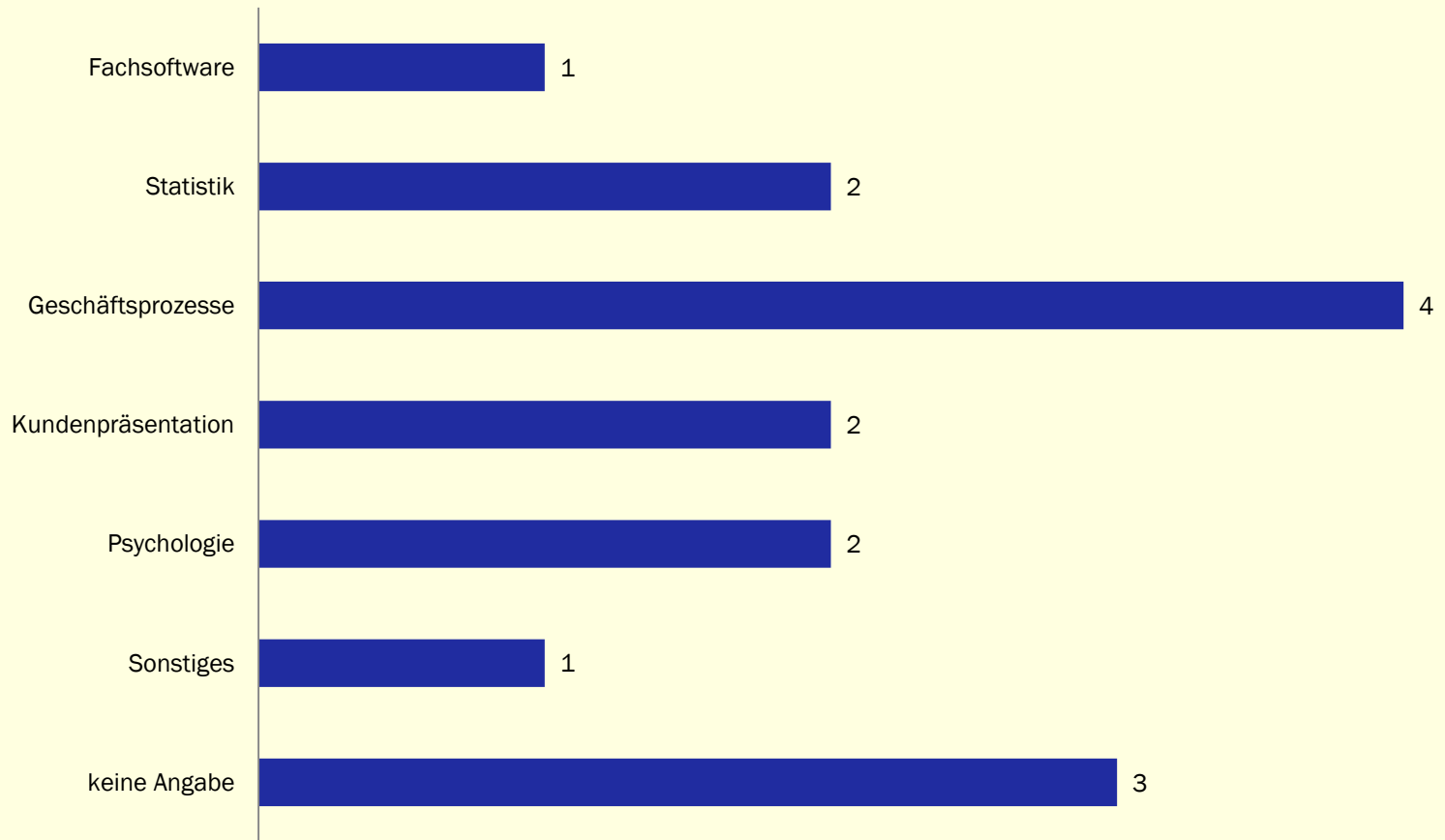
n=32, Angaben absolut

Bitte bewerten Sie, welche Prioritäten existierende Lehrinhalte in der betriebliche Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung aufweisen sollten. Nutzen Sie dazu die Bewertung mit Hilfe der Schulnoten.



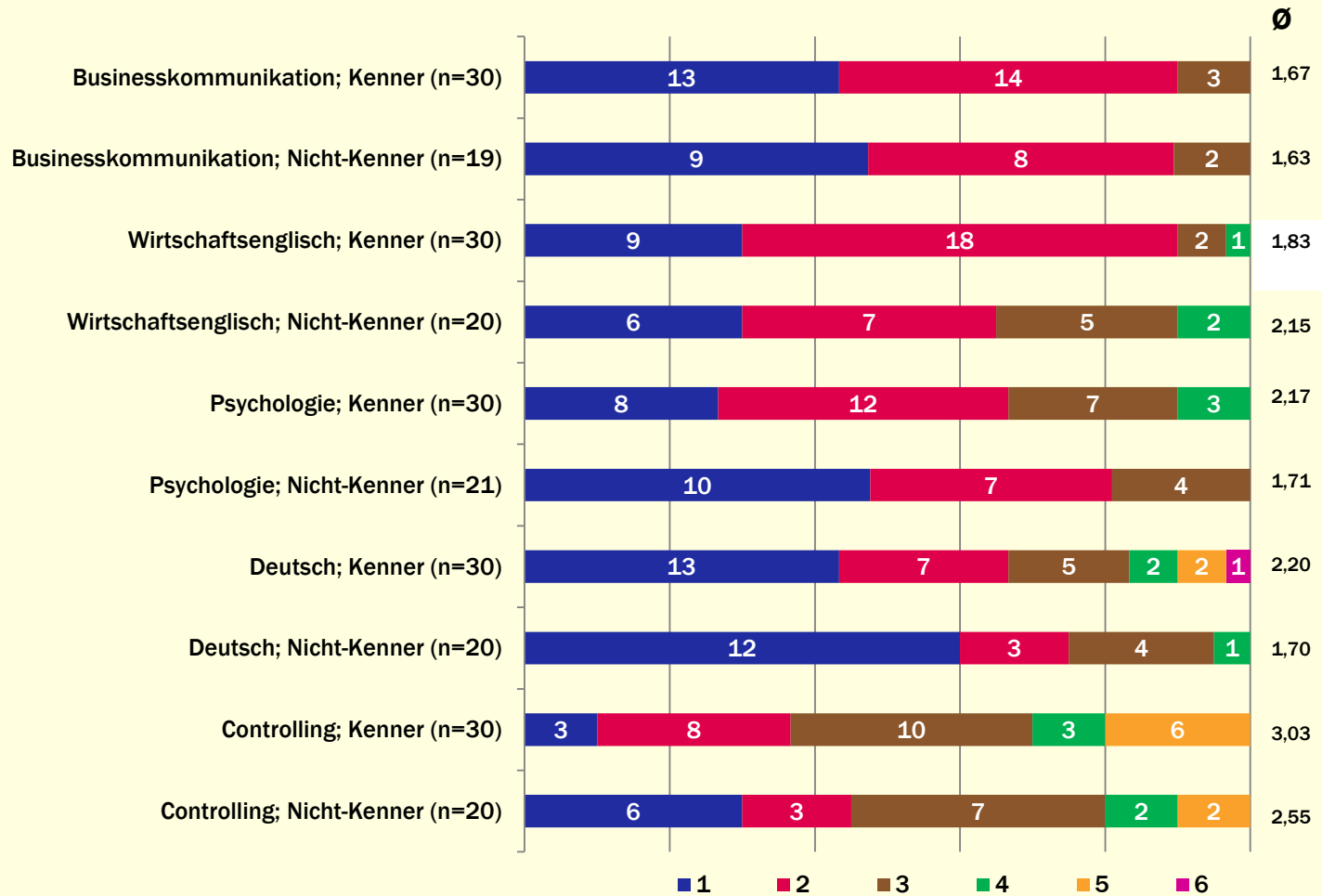
n=52, Angaben absolut

Welche betrieblichen Inhalte sollten zusätzlich im Rahmen der Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vermittelt werden?

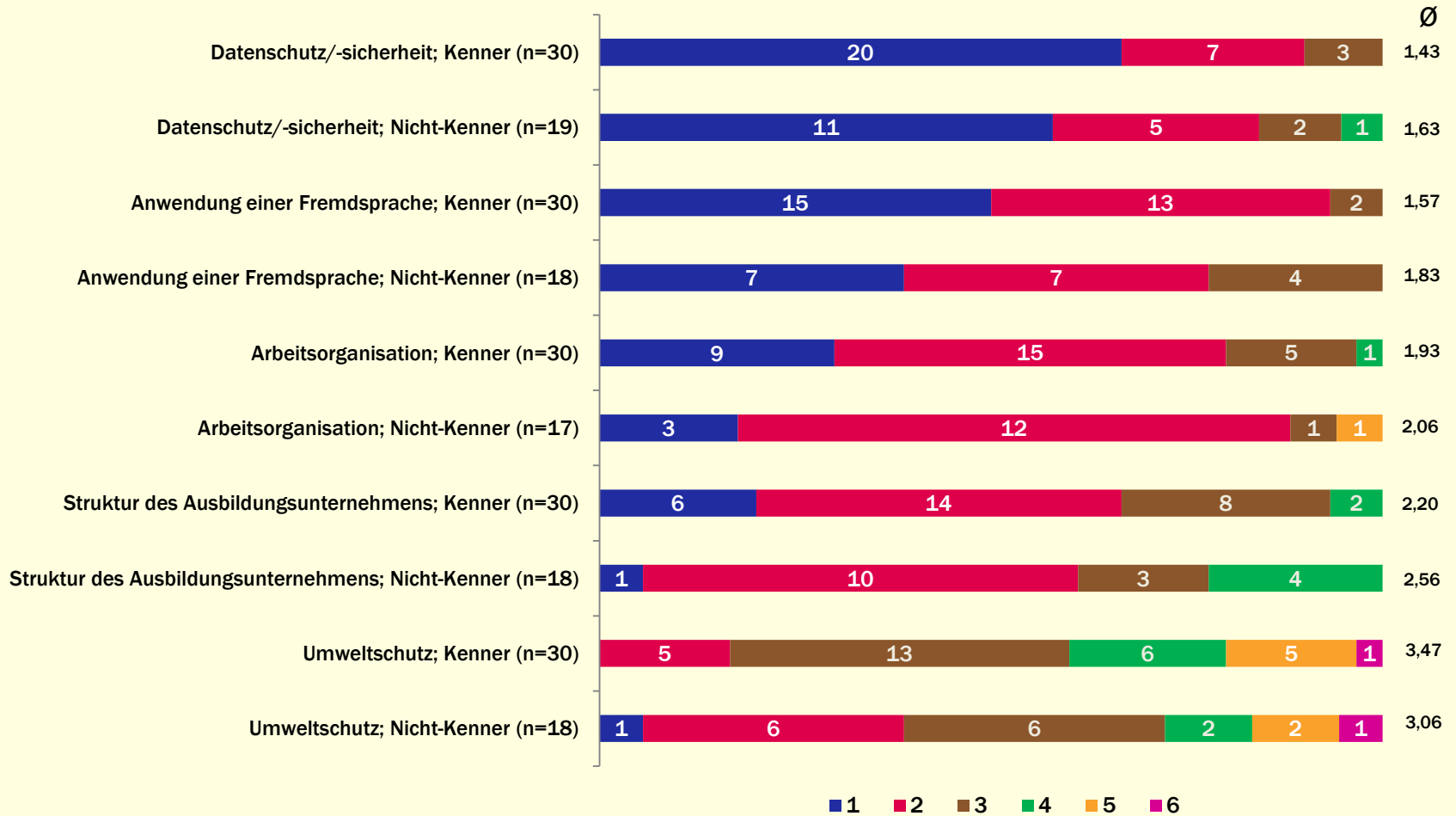


n=14, Angaben absolut

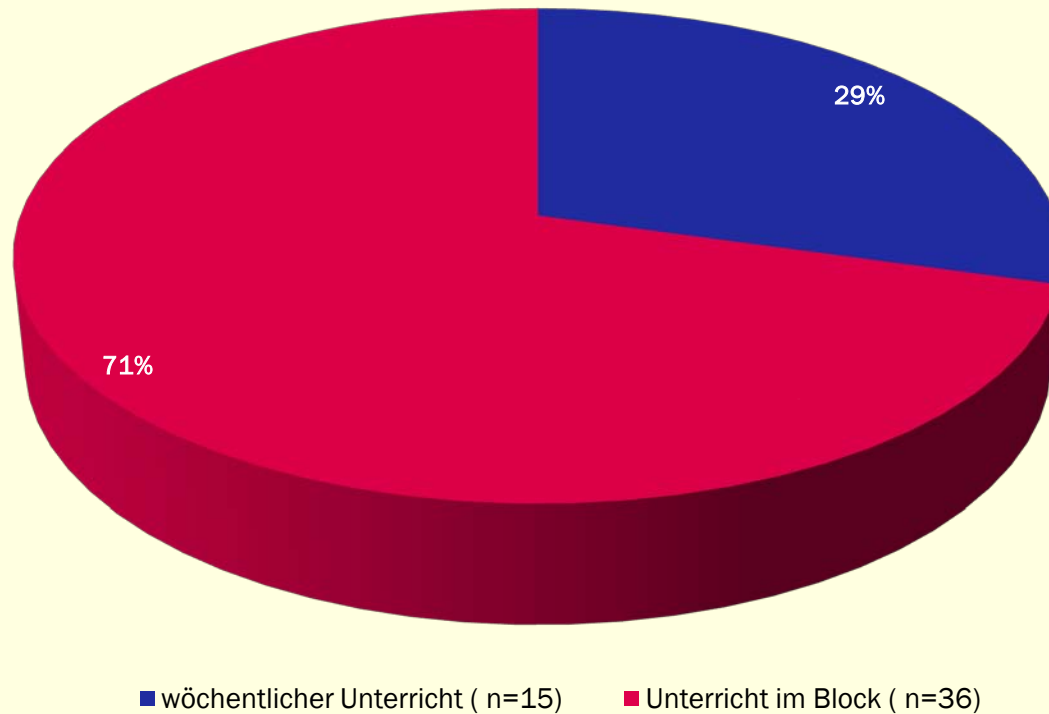
Bewertung der schulischen Ausbildungsinhalte durch FAMS-Kenner und Nicht-Kenner



Einschätzung der Wichtigkeit von betrieblichen Inhalten unter FAMS Kennern



Berufsschulunterricht kann in Deutschland entweder 1-2 Tage wöchentlich oder zusammengefasst als längerer Schulblock (bis zu sechs Wochen) erfolgen. Welche Variante würden Sie für die Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung präferieren



5 Fazit

Allgemein

- Es besteht eine generelle Bekanntheit bezüglich der Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung
- 50 % Bekanntheit durch IHK bzw. Arbeitsagentur
- 50 % Bekanntheit durch Betriebe oder persönliche Kontakte

5 Fazit

Allgemein

- kontinuierlicher Anstieg der Anzahl der ausbildenden Unternehmen seit Einführung des Ausbildungsberufes
- Branchenspektrum des Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung nimmt stetig zu
 - auch Unternehmensberatung und Automobilbranche
- Herausforderung: Bekanntheit des Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung in diesen Bereichen zu steigern
- 80 % der befragten Teilnehmer beschäftigen einen Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung im Betrieb

5 Fazit

Gründe

- Qualifikation des Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung bietet entscheidende Vorteile gegenüber Hochschulabsolventen
- vor allem spezifiziertes Wissen und praktische Erfahrung ausschlaggebend, aber auch Kostenersparnis

5 Fazit

- Tätigkeiten in folgenden Bereichen
 - Auswertung
 - Berichts- und Tabellenlegung
 - Fragebogengestaltung
 - Feldarbeit

5 Fazit

Ausbildungsinhalte, die im Rahmenlehrplan bzw. der Ausbildungsordnung enthalten sind

- in der Vermittlung der Kenntnisse gewisse Tendenz zum Unternehmen
- Priorität liegt allerdings bei einer Gleichverteilung
- Wichtige schulische Lehrinhalte
 - Statistik
 - Projektmanagement
 - Wirtschaftsenglisch
 - Marketing
- Wichtige betriebliche Ausbildungsinhalte
 - Kundenkommunikation
 - Projektvorbereitung und Projektnachbereitung
 - Projektdurchführung

5 Fazit

Ausbildungsinhalte, die noch nicht im Rahmenlehrplan bzw. der Ausbildungsordnung enthalten sind

- Wichtige schulische Ausbildungsinhalte
 - Didaktik und Methodik
 - Softwarekunde und statistischer EDV
 - Psychologie
 - Businesskommunikation
 - Deutsch
- Wichtige betriebliche Ausbildungsinhalte
 - Kennenlernen von Geschäftsprozessen
 - Durchführung von Kundenpräsentationen
 - Einbindung von Psychologie

5 Fazit

Zusammenfassung

- Geringe Aussagekraft der Ergebnisse
- Bundesweite Situation in Betrieben und Berufsschulen
- Grundgesamtheit für zukünftige Befragungen sollte auf den Inhalt abgestimmt werden
- Werbewirksamkeit in Berlin und in den anderen neuen Bundesländern erforschen
- Bekanntheit des Berufes auf neue Branchen ausweiten
→ Messeauftritte in den neuen Wirtschaftszweigen

6 Quellenverzeichnis

Kiebye, A.; Pietzner, S.; Schönfelder, A. & Wesselhöft, I. (2008). *„Perspektiven der Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung nach der Ausbildung auf dem Arbeitsmarkt“ durchgeführt im September 2008.* Hamburg.

Quast, Y.; Hermann, S.; Fenske, M. & Plume, D. (2008). *Der Ausbildungsberuf FAMS aus Sicht der Ausbildungsbetriebe.* Hamburg.

www.gofams.de

www.adm-ev.org

www.ihk.de



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

