

Die Ausbildung zum/zur "Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung"

Die Ausbildung zum/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung bei Synovate eröffnet Ihnen die Welt der Marktforschung. Die Arbeit im Team, viele unterschiedliche Aufgaben, der Umgang mit Kunden und hochmoderne Kommunikationssysteme stehen bei diesem jungen Ausbildungsberuf im Vordergrund.

Seit 2006 gibt es den Ausbildungsberuf "Fachangestellte(r) für Markt- und Sozialforschung" (FAMS). Die Auszubildenden sind in Marktforschungsinstituten, in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit eigener betrieblicher Marktforschung, Unternehmensberatungen, Werbe- und Media-Agenturen sowie in Forschungseinrichtungen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung tätig.

**Synovate bildet seit 2007 erfolgreich
zum/zur FAMS aus!**

Inhalte des neuen Berufsbildes

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung bei Synovate sind mit den folgenden Aufgaben und Tätigkeiten befasst - sie

- planen, organisieren und steuern die Durchführung von Forschungsprojekten im Rahmen der Projektvorgaben,
- wenden verschiedene Erhebungsmethoden an,
- recherchieren, beschaffen Daten und werten sie aus,
- wirken an der Konzeption und Gestaltung von Fragebögen und Gesprächsleitfäden mit,
- organisieren den Einsatz von Interviewern, weisen sie ein, erfassen den Rücklauf von Interviews und führen Qualitätskontrollen durch,
- bereiten Daten auf, codieren und führen Plausibilitätsprüfungen durch,
- wenden Auswertungsverfahren an, führen Basisauswertungen durch, berücksichtigen Gewichtungen,
- bereiten Endberichte, Ergebniskommentare und Präsentationen vor,
- wenden Informations- und Kommunikationssysteme an,
- erteilen Auskünfte, auch in einer Fremdsprache,
- führen Maßnahmen der Qualitätssicherung durch.

Voraussetzungen für Auszubildende

Nach dem Berufsbildungsgesetz ist keine bestimmte Schulbildung und auch kein Mindest- oder Höchstalter als Zugangsvoraussetzung für die Ausbildung zum/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung vorgeschrieben.

Für eine erfolgreiche Ausbildung bei Synovate sind eine Vorliebe für selbständiges Arbeiten (häufig in wechselnden Aufgaben und Situationen), Innovationsfreude und Neugier, konzeptionelles und exaktes Arbeiten sowie ein gutes Zahlenverständnis wichtig. Unverzichtbar

sind gute rhetorische Fähigkeiten ebenso wie eine gute schriftliche Ausdrucksform und mindestens eine Fremdsprache.

Für eine Ausbildung bei Synovate setzen wir Abitur/Fachabitur voraus. Die Ausbildungszeit verkürzt sich dadurch auf 2,5 Jahre (regulär 3 Jahre)!

Perspektiven

Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung sind unter anderem in Marktforschungsinstituten und in Unternehmen mit eigener Marktforschungsabteilung tätig. Darüber hinaus finden sie im Bereich Unternehmensberatung, in Werbeagenturen sowie Einrichtungen der empirischen Sozial- und Wirtschaftsforschung geeignete Einsatzgebiete. Je nach Tätigkeitsgebiet legen sie ihren Fokus auf Informationsbeschaffung, Datenauswertung oder Dokumentation. Zudem bieten bestimmte Erhebungsmethoden und Untersuchungstypen weitere Spezialisierungsmöglichkeiten.

Um dem ständigen Wandel bei Methoden und Techniken in der Marktforschung gerecht zu werden, bieten sich nach der Ausbildung Fortbildungen im Bereich Datenbanksysteme, Moderations- und Präsentationstechniken, Marketing etc. an. Sofern ausgebildete FAMS eine Hochschulzugangsberechtigung besitzen, ist auch die Aufnahme eines Studiums interessant, insbesondere Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Markt- und Kommunikationsforschung, aber auch Soziologie oder Psychologie.

Bedeutungsgewinn und Hintergrund der Marktforschung

Marktforschung begegnet einem heute in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen nahezu täglich: Verbraucherbefragung in der Einkaufsstraße, Kundenbefragung im Kaufhaus, Telefonbefragungen durch Meinungsforschungsinstitute und vieles mehr. Es existiert wohl kaum ein Produkt, welches "einfach so" auf den Markt kommt. Erst nachdem ausreichende Informationen über das Verbraucherverhalten, die Absatzchancen sowie mögliche Konkurrenzprodukte zusammengetragen und ausgewertet sind, wird ein neues Produkt in den Markt eingeführt.

Die Marktforschung bzw. die Genauigkeit ihrer Recherchearbeit und Auswertung gewinnt immer mehr Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens und liefert die Grundlagen dafür, dass ein Unternehmen bessere Entscheidungen treffen kann. Unternehmen müssen sich schneller auf Änderungen am Markt einstellen. Dies erfordert die Beobachtung des Absatzmarktes, um eigene Marketingziele zu erreichen (Steigerung des Marktanteils, Ausweitung der Programmstruktur, Erfindung und Entwicklung neuer Produkte, Verbesserung des eigenen Bekanntheitsgrades etc.). Dazu geben Unternehmen verstärkt Marktforschungsprojekte in Auftrag. Marktforschungsinstitute sehen sich demgegenüber zunehmend auch in einer Beraterrolle.

Weiterführende Informationen

- www.adm-ev.de [ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.]
- www.gofams.de [Innovative Perspektiven für eine duale Ausbildung zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung]
- Örtliche Industrie- und Handelskammer