

**Dr. Rolf Schoch**

## **Wissenschaftler und Marktforschung**

### **Eine neue internationale Studie zeigt ein aktuelles Bild des modernen Wissenschaftlers in der Gesellschaft**

Ein neuer Artikel des U.S.-Marktforschungs-Newsletters „Quirk’s“ zeichnet aufgrund einer aktuellen neuen Studie ein interessantes Bild des Wissenschaftlers in unserer modernen Gesellschaft (<http://www.quirks.com/articles/2015/20150826-3.aspx>). Zwar bezieht sich diese internationale Untersuchung erstens nicht speziell auf die Schweiz, sondern auf die USA, auf Europa und Asien als Ganzes. Zweitens bezieht sich der Autor nicht speziell auf Markt- und Sozialforscher, sondern auf Wissenschaftler ganz generell. Dennoch lassen sich für unsere Verhältnisse interessante Einsichten ableiten. Der Autor, Quentin Kreilmann, arbeitet beim Science Advisory Board, einer internationalen Vereinigung von wissenschaftlichen und Medizin-Experten in Washington D.C. (<http://www.scienceboard.net/>). Dieser Artikel war für mich der Anlass, mich speziell mit dem Zustand der Wissenschaft bzw. der Wissenschaftler im Bereich Markt- und Sozialforschung zu befassen.

#### **1. Die „Scientific Community“**

Ausser wenn man einen Wissenschaftler persönlich kennt, sind es vor allem die *Medien*, die uns zur Hauptsache Informationen darüber liefern, was Wissenschaftler sind und was sie tun. Der verbreitete Mangel an Kenntnissen über Wissenschaft in der Öffentlichkeit, verbunden mit einzelnen negativen Sensationsmeldungen in den Medien, hat zu Misstrauen gegenüber der Gemeinschaft der Wissenschaftler geführt. Wie auch in anderen Sektoren gibt es zwar auch hier ein gewisses Mass an Korruption und Betrügereien; ein grosser Teil des öffentlichen Misstrauens stammt jedoch aus der Angst vor dem Unbekannten<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.ascb.org/through-biased-lenses-the-public-perception-of-science-has-changed-but-the-new-view-is-no-better/>

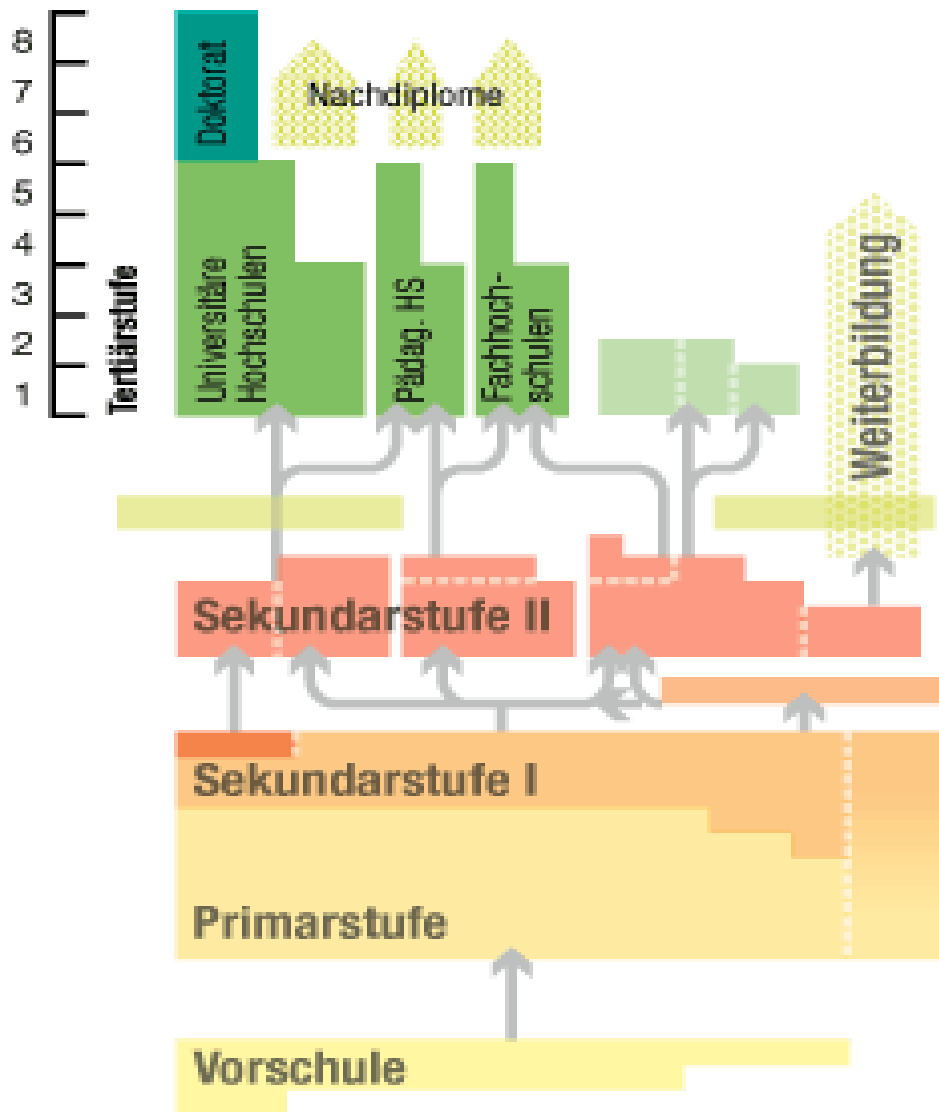
Der erwähnte Artikel von Kreilmann befasst sich mit einem wichtigen Teilsegment der Gesamtbevölkerung, der im deutschen Sprachbereich als „*MINT*“-Bereich bezeichnet wird. Der Ausdruck „MINT“ ist eine Abkürzung, die aus den betreffenden Fachbereichen *Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik* gebildet wurde. Der Sektor „MINT“ beschreibt den zentralen wirtschaftlichen Innovationssektor (<https://de.org/wiki/MINT-F%C3%A4cher>). Ein vergleichbarer Begriff im Englischen ist „STEM“. „STEM“ als Akronym bezieht sich auf (<https://de.wikipedia.org/wiki/MINT-F%C3%A4cher>):

- *Science* (also Naturwissenschaften)
- *Technology* (ungefähr „Technik“)
- *Engineering* (Ingenieurwissenschaften, diese Gruppe von Studienfächern wird im deutschen Begriff nicht direkt genannt. In gewisser Weise vertritt das Wort „Technik“ auch das Ingenieurwesen.)
- *Mathematics* (die Informatik, im englischen Begriff STEM nicht vorhanden, liegt ungefähr im Schnittfeld von Mathematik, Engineering und Technology.)

Der Anteil der Beschäftigten im Bereich Wissenschaft und Ingenieurwesen an der Gesamtheit der Arbeitnehmer in den USA wird im Artikel auf 7,75 bis 6,5 Millionen geschätzt.

## **2. Hochschulen im Bildungssystem der Schweiz**

Die Hochschulen sind im Bildungssystem der Schweiz Bestandteil der *Tertiärstufe* (Abbildung 1). Zu ihnen gehören die universitären Hochschulen (kantonale Universitäten, eidgenössische Technische Hochschulen und universitäre Institutionen) sowie die Fachhochschulen und die Pädagogischen Hochschulen. Zugangsvoraussetzung ist in der Regel ein Abschluss auf Sekundarstufe II (<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15/06.html>).



**Abbildung 1:** Das Schweizerische Bildungssystem (Quelle: BfS, 2015, 363)

Über den Bildungsstand, d.h. die *Hochschulabschlüsse*, in der schweizerischen *Bevölkerung* gemäss der obigen Einteilung des Bildungssystems orientiert das Bundesamt für Statistik (BfS) mit den folgenden Grundlegendaten (Abbildung 2): Danach verfügen bei den Erwachsenen (25 – 64 Jährige) knapp ein Viertel der Frauen (23,7 %) und etwas mehr als ein Viertel der Männer (28 %) über einen *Hochschulabschluss*.

**Höchste abgeschlossene Ausbildung nach Geschlecht, 2014, 25-64-jährige Wohnbevölkerung**

	<b>Frauen</b>	<b>Männer</b>
	%	%
Keine nach-obligatorische Ausbildung	13.8	10.2
Sekundarstufe I: Berufsbildung	41.3	37.4
Sekundarstufe II: Allgemeinbildung	10.5	6.5
Höhere Berufsbildung	10.7	17.9
<b>Hochschule</b>	<b>23.7</b>	<b>28.0</b>

**Abbildung 2: Hochschulabschlüsse in der schweizerischen Bevölkerung, Männer und Frauen**

Quelle: Bundesamt für Statistik, SAKE, Stand: März 2015; <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15.html>

Die Zahl der Studierenden und die Zahl ihrer Abschlüsse zeigen die Übersichtstabellen in Abbildung 3. In der Schweiz hat sich die Zahl der *Studierenden* an schweizerischen Hochschulen seit dem Jahr 1995 mehr als verdoppelt und erreicht nach Angaben des Bundesamtes für Statistik 2014 den Gesamtbestand von 233'617 Studierenden (universitäre und Fachhochschulen). Davon sind 62 % an einer universitärer Hochschule, 30 % an einer Fachhochschule und 8 % an einer Pädagogischen Hochschule eingeschrieben.

Die Zahl der *Studienabschlüsse* mit Doktorat hat seit 1995 bis 2014 nicht dramatisch, nur um knapp die Hälfte, zugenommen. Umgekehrt hat sich die Zahl der Lizentiate stark reduziert – von rund 8'700 auf rund 320 – und ist in den letzten Jahren fast verschwunden. Dies zu Gunsten der neugeschaffenen universitären Bachelor- und Master-Diplome, die einen starken Aufschwung erfahren haben; die entsprechenden Zahlen haben sich im Zeitraum 2005 bis 2014 fast verfünffacht bzw. verzehnfacht (Abbildung 3).

## **Hochschulen – Übersichtstabellen: Studierende und Studienabschlüsse**

	<b>1995</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Studierende</b>							
Universitäre Hochschulen	88'243	112'375	131'497	134'839	138'622	142'164	143'961
Fachhochschulen							
päd. Hochschulen	...	54'140	75'035	79'018	84'035	87'291	89'656
<b>Total</b>	<b>88'243</b>	<b>166'515</b>	<b>206'532</b>	<b>213'857</b>	<b>222'657</b>	<b>229'455</b>	<b>233'617</b>

	<b>1995</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Abschlüsse</b>							
Universitäre Hochschulen							
• Lizentiate/Diplome	8'688	9'187	3'326	2'207	1'011	387	319
• Bachelordiplome	...	2'926	11'536	12'519	13'309	13'712	14'362
• Masterdiplome	...	1'290	7'961	9'479	10'855	11'863	12'948
• Doktorate	2'601	3'100	3'593	3'494	3'652	3'641	3'849
• Weiterbildung		517	1'497	1'500	1'620	1'709	1'815
Aufbau-/Vertiefungsstudium		1'175	270	232	164	104	89
Fachhochschulen							
päd. Hochschulen							
• Diplome	...	7'889	2'024	1'051	891	886	1'093
• Bachelordiplome	...	684	10'565	12'436	13'452	14'420	15'252
• Masterdiplome	...	0	2'081	2'699	3'307	3'334	3'513
• Weiterbildung	...	2'453	2'725	2'916	2'770	2'761	2'693

### **Abbildung 3: Studierende und Abschlüsse an Schweizer Hochschulen**

<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15/06/tab/blank/uebersicht.html> . Quellen: Bundesamt für Statistik, Schweizerisches Hochschulinformationssystem (SHIS), Stand: 31.03.2015 (Studierende), 30.06.2015 (Abschlüsse),

Nach *Studienfächern* dieser Personen aufgeschlüsselt zeigt sich, dass von insgesamt 142'170 Studierenden 2013/14 den hier besonders interessierenden Fachbereich *Wirtschaftswissenschaften* 21'648 studieren, weitere 15'651 *Recht* und schliesslich 44'754 *Geistes- und Sozialwissenschaften* (BfS, 2015, 369, T 15.2.4.1.1). Diese können primär als Nachwuchsreservoir für die Rekrutierung von Markt- und Sozialforschern betrachtet werden. Für eine Tätigkeit in diesen Bereichen kommen grundsätzlich nicht nur Volks- und Betriebswirtschafter und Juristen, sondern auch Soziologen, Sozialpsychologen, Psychologen, Politologen, Kulturanthropologen und Ethnologen und ausnahmsweise auch Naturwissenschaftler (z.B. Geografen), in Frage, die hier nicht ausgewiesen werden.

### **3. Wissenschaftler in der Schweizer Marktforschung**

Wie viele von den oben genannten, vom BfS statistisch erfassten Wissenschaftlern nach Abschluss ihrer Studien tatsächlich in der Praxis im engeren Bereich Marketing oder noch genauer im Bereich *Markt- und Sozialforschung* tätig sind, ist nicht bekannt. Offizielle Erhebungen oder amtliche Statistiken darüber oder Umfragen in dieser Zielgruppe existieren unseres Wissens nicht. Man ist deshalb auf Schätzungen oder blosse Vermutungen angewiesen.

Einen gewissen Anhaltspunkt dazu bietet der Berufsverband *vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung*, in dem Instituts- und Betriebsmarktforscher und Sozialforscher organisiert sind. Der vsms zählt gegenwärtig nach Angaben der Geschäftsstelle rund *300 Mitglieder*. Insgesamt 34 Marktforschungsinstitute sind Mitglieder der *Kollektivmarke „Schweizer Marktforschung“*, die seit Jahren den Kern der Schweizer Marktforschungsbranche repräsentiert (Siegrist, 2015, 17).

22 von diesen 34 Instituten figurieren in dem vom vsms herausgegebenen *Jahrbuch „Markt- und Sozialforschung Schweiz 2015“* mit einem ein- oder doppelseitigen Institutsporträt. In diesen Porträts aufgrund jährlicher Erhebungen sind neben anderen Informationen für die Branchenstatistik häufig, jedoch nicht vollständig, die Mitglieder der jeweiligen *Geschäftsleitung* sowie die als *Projektleiter und -leiterinnen* angegebenen Mitarbeitenden mit ihrem wissenschaftlichen Status, d.h. ihrem akademischen Titel (Doktor, Lizentiat, Master oder Bachelor), namentlich aufgeführt. In einem Fall habe ich die fehlende Angabe aufgrund eigener persönlicher Kenntnis ergänzt. Daraus habe ich die folgende Zusammenstellung abgeleitet (Abbildung 4).

Institut	GL/VR/ Inhaber/ CEO	Projekt- leiter	Projekt- leiter	Projekt- leiter	Projekt- leiter	Projekt- leiter	Total
	Dr.	Dr./ Lic.oec./ Lic.pub/ mag.oec./	Lic.phil.	Master MSc.	Bachelor	Dipl Psych.	
1	1						1
2	1						1
3	1 Liz.		2	1			4
4	1						1
5			1				1
6	2		1				3
7	3 Liz.	1 Dr.		1	1	1	7
8	1						1
9	0						0
10	1	1	1				3
11		1				1	2
12	0						0
13	0						0
14	0						0
14	2	1					3
15	1						1
16	0						0
17	0						0
18	0						0
19	1	1 Dr.					2
20	1						1
21	1						1
22							1
<b>Total</b>	13 Dr. 4 Liz.	2 Dr. 3 Liz.	5	2	1	2	<b>32</b>

**Abbildung 4:** Akademische Titel der Mitglieder der Geschäftsleitung bzw. Projektleiter/-innen von 22 Mitgliedfirmen der Kollektivmarke „Schweizer Marktforschung“

Dr. = Doktorat

Liz. = Lizentiat

0 = gar keine Angabe zu Personen

blank = keine Angabe zur Geschäftsleitung

Quelle: Jahrbuch „Markt- und Sozialforschung Schweiz 2015, Hsgeb. vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung, Alpnach

Wie die Abbildung 4 zeigt, sind auf der obersten Hierarchiestufe – Verwaltungsrat, Geschäftsführer, Inhaber, CEO – 13 Personen mit Doktorat und 4 mit Lizentiat tätig. Nähere Angaben über die Art des Doktorats (z.B. Dr.oec., Dr.oec.publ., Dr.iur., Dr.phil.) liegen nicht vor. 9 Firmen machen dazu gar keine Angaben. Bei den Projektleiter/-innen werden zwei Doktoren und 13 Lizentiaten bzw. Masters genannt.

Diese Informationen aus dem Jahrbuch 2015 des vsms sind unvollständig und nur teilweise aussagefähig. Denn erstens beantworten mehrere Mitgliedfirmen die statistische Erhebung ihres Berufsverbandes nur unvollständig oder gar nicht. Dies betrifft insbesondere die Angaben zu den Projektleitern, also auf der zweiten Hierarchiestufe der Firmen, mit den Titeln Lizentiat oder Magister (lic.oec., lic.oec.publ., mag.oec., MSc, lic.phil., lic.phil.nat., dipl.psychol.). Seltener verzichten sie auf Angabe der akademischen Titel der Geschäftsführer oder Geschäftsleitungsvorsitzenden; hier ist am häufigsten jemand mit Dokortitel zu finden.

Sechs von den 22 teilnehmenden Marktforschungsinstituten beschäftigen nach eigenen Angaben anscheinend überhaupt *keinen* einzigen Akademiker in der Projekt- oder Geschäftsleitung. Dies scheint uns unwahrscheinlich, obschon natürlich auch eine nichtwissenschaftliche Ausbildung, z.B. eine kaufmännische Berufslehre mit anschliessender Weiterbildung, Aufstiegsmöglichkeiten in Kaderstellungen in der Marktforschung eröffnen kann. Viel eher aber handelt es sich dabei (nach persönlicher Aussage eines Institutsmitarbeiters) um eine absichtliche Nicht-Teilnahme an der jährlichen Erhebung des vsms.

Das Verzeichnis des vsms ist ausserdem unvollständig, weil Personen die zwar in der Marktforschung tätig, jedoch nicht Mitglieder dieses Verbandes sind, darin logischerweise nicht erfasst sind. Dies betrifft Markt- und Sozialforscher in Firmen, Verbänden, staatlicher Verwaltung, Medien, nichtgewinnorientierten Organisationen. Nicht erfasst sind auch Wissenschaftler an Universitäten und Fachhochschulen, die seit einiger Zeit vermehrt als Marktforschungsdienstleister aktiv sind. Nicht bekannt und auch nirgends verzeichnet sind Markt- und Sozialforscher in Unternehmungen, die mit Hilfe moderner „Do-It-Yourself“-Marktforschungs-Software einzelne Marktforschungsprojekte selbstständig, ohne Beauftragung und Mitwirkung professioneller Marktforschungsinstitute, durchführen<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Siehe dazu: „Do-it-Yourself-Marktforschung“: Gefahren und Risiken, Oktober 2012, [http://www.wiso-schoch.ch/fr\\_dt/00\\_AKTUELL/2012/Aktuell\\_12.htm](http://www.wiso-schoch.ch/fr_dt/00_AKTUELL/2012/Aktuell_12.htm)).



Die Gesamtzahl aller in der schweizerischen Markt- und Sozialforschung tätigen Wissenschaftler muss deshalb wesentlich höher sein als die Zahl von 300 als vsms-Mitglieder ausgewiesenen Personen. Dies auch deshalb, weil nur schon die vsms Swiss Interview Institute allein gemäss Branchenstatistik für das Jahr 2014 insgesamt (publizierende plus nicht publizierende Institute) einen Umsatz von 195 Millionen Franken bewältigten (Siegrist, 2015, 15, Tabelle 1). Ich vermute deshalb, dass diese Gesamtzahl bei einigen Tausend liegt.

#### **4. Internationale Umfrage unter Wissenschaftlern**

Das Kriterium für die Zugehörigkeit zu der hier interessierenden „scientific community“ sind eine höhere Ausbildung im Tertiärsektor und die Beschäftigung in einem Gebiet der Wissenschaft. In Anbetracht der grossen Zahl an Disziplinen und der Vielfalt an Berufen scheint es fraglich, ob die betreffenden Personen gleichartige berufliche und persönliche Erfahrungen miteinander gemeinsam haben.

Um Informationen zu dieser Frage zu gewinnen, führte im Mai 2015 das *Science Advisory Board* (<http://www.scienceboard.net/>) eine Umfrage bei knapp 1'500 Wissenschaftlern in aller Welt durch. Damit sollten Angaben darüber gefunden werden, wie diese Zielpersonen ihre Karriereziele ausgesucht haben und was sie der jüngeren Generation in dieser Beziehung anraten würden. Die Resultate zeigen eine differenzierte Gruppe von Individuen, die übereinstimmende Ziele und Ideale teilen.

Wenn die Versuchspersonen gefragt wurden, welches der wichtigste *Ratschlag* sei, den sie einem Studenten mitgeben könnten, der eine wissenschaftliche Laufbahn anstrebe, sagten nur 6 von 1'478 Befragten (0,004 %) „Tu es nicht“ oder „Vermeide Wissenschaft als Karriere“. Umgekehrt antworteten 80 %, sie würden nochmals die gleiche Ausbildung absolvieren, wenn sie von vorne beginnen könnten.

Wissenschaftler zu werden, erfordert ein grosses Engagement. Die Verfasser fragten die Leute nach den wichtigsten *Einflussfaktoren*, die sie veranlassten, eine Karriere als Wissenschaftler ergreifen zu wollen. Befragte in Asien wollen häufiger Wissenschaft verfolgen, um eine „bedeutsame Wirkung nach aussen“ zu erzielen, als ihre Partner in Europa und Amerika. Für die meisten war es ein Entscheid, der aus

einem allgemeinen (30 %) oder einem speziellen *Interesse* (20 %) *an der Wissenschaft* basierte oder auf dem Wunsch, eine „grosse Wirkung in der Welt“ zu erzielen (20 %). Weniger als 1 % sprach von einem Druck der Familie oder finanziellen Anreizen als wichtigsten Einflussfaktoren, um Wissenschaftler zu werden.

**Frage 1: “Wann haben Sie sich entschlossen, Wissenschaftler zu werden (eine wissenschaftliche Karriere zu verfolgen)“?**

	<b>Nordamerika</b>	<b>Europa</b>	<b>Asien</b>	<b>Südamerika</b>
	%	%	%	%
Primarschule	30	20	16	19
Sekundarschule	32	35	27	29
Uni Unterstufe	26	19	24	22
Uni Oberstufe	8	22	25	32

Die meisten Befragten geraten nicht zufällig in die Sphäre der Wissenschaft. Zusammengefasst mehr als die Hälfte von ihnen hat sich schon dazu entschieden, *bevor* sie in ein College oder eine Universität eintrat. Dieser Befund ist am stärksten ausgeprägt in Nordamerika (62 %), etwas weniger in Europa (55 %), deutlich geringer hingegen in Südamerika (48 %) und am wenigsten in Asien (43 %); dort fallen diese Entscheide eher erst *nach* dem Eintritt in die Universität.

Über ein Viertel der befragten Wissenschaftler in unserer Stichprobe stimmte der Aussage zu, „*sich alle Optionen offenhalten und Erfahrungen in möglichst vielen verschiedenen Wissenschaftsgebieten sammeln*“, als wichtigsten *Ratschlag*, den sie einem Jungen mitgeben würden, der eine Karriere in der Wissenschaft erhoffte.

Wenn Nachwuchsleute sich überlegen, in Zukunft Wissenschaftler/-in zu werden, dann sollten sie sich genügend *Zeit für den Entscheid* nehmen und sinnvoll entscheiden. Wenn sie sich einmal für ein Gebiet entschieden haben, dann werden sie mit 88 % Wahrscheinlichkeit bis in 20 Jahre in diesem Gebiet arbeiten. Dieser hohe Anteil mag erstaunen. Er spricht für eine beachtliche Ausdauer oder ein Beharrungsvermögen im ursprünglich gewählten Tätigkeitsgebiet, positiv formuliert für hohe Arbeitszufriedenheit.

Der allerwichtigste Ratschlag für einen jungen Wissenschaftler um die erste Vollzeitstelle zu erlangen ist, praktische Erfahrung zu gewinnen. Nahezu doppelt so viele Befragte empfehlen *Berufserfahrung* vor Studium und akademischem Grad.

Leider bekommt nicht jeder die gleichen Chancen. Der Zugang zur Scientific Community erfordert eingehende Studien, welche in den meisten Fällen nicht billig sind. Etwa ein Viertel der Befragten hob speziell den sozioökonomischen Status hervor, welcher eine *Barriere* darstellt, um eine Karriere in der Wissenschaft zu verfolgen. Die Umfrage zeigte, dass 33 % der Wissenschaftler *Schulden* anhäufen, während sie ihren akademischen Grad erwerben. In Nordamerika haben sich 46 % der Befragten verschuldet aufgrund ihrer wissenschaftlichen Ausbildung.

Ein anderes Hindernis bei einer Karriere in der Wissenschaft ist das *Geschlecht*. Frauen verfolgen zwar heute mehr denn je eine wissenschaftliche Karriere, aber Männer dominieren hier immer noch. Der Untersuchungsbericht bestätigt, dass 15 % der befragten Frauen das Geschlecht als grösste Barriere für eine Laufbahn in der Wissenschaft betrachten, während dies bei Männern nur bei 2 % der Fall ist.

Obschon sie manchmal dargestellt werden, als ob sie in langweiligen und unattraktiven Karrieren arbeiteten, sind Wissenschaftler *hoch angesehen* von anderen, speziell von Freunden und der Familie. Nur 4 % der Befragten , dass sie das Gefühl hätten, nicht für ihre Arbeit wertgeschätzt zu werden. Dessen ungeachtet sagte über ein Drittel, dass sie sich missverstanden oder isoliert in ihrem Beruf fühlten. Dies ist zum grossen Teil auf die Schwierigkeiten zurückzuführen, anderen Personen die Art ihrer Tätigkeit zu beschreiben.

**Frage 2: Haben Sie das Gefühl, einen bedeutsamen Unterschied in der Welt durch ihre wissenschaftliche Laufbahn bewirkt zu haben?**

	<b>Männer</b> in %	<b>Frauen</b> in %
Ja	72	67

	<b>Nordamerika</b>	<b>Europa</b>	<b>Asien</b>	<b>Südamerika</b>
	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Ja	81	57	66	67

Hier fällt der Wert der Befragten in Europa auf, der signifikant tiefer ist, als derjenige in den drei anderen Untersuchungsregionen; die Gründe dafür werden nicht untersucht.

Als *Vorteile* der Arbeit in der Wissenschaft gelten interessante Arbeit, Unabhängigkeit und Flexibilität. Die grössten *Einschränkungen* sind die Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln.

Es ist eine enorme Herausforderung, wenn man daran denkt, eine Wirkung auf das Leben der Menschen zu haben. Auf eine entsprechende Frage hin berichten 72 % der Männer und 67 % der Frauen, sie hätten das Gefühl gehabt, einen *bedeutsamen Unterschied* in der Welt ausgemacht zu haben durch ihre wissenschaftliche Arbeit. Dabei ist dieser Eindruck bei Umweltwissenschaftlern und Physikern verbreiteter, als bei anderen. Wenn sie von vorne beginnen könnten, würden 85 % aller Befragten, die gleiche Laufbahn nochmals einschlagen.

Die Untersuchung der Karriereprofile dieser heutigen Wissenschaftler hat gezeigt, dass *Neugierde, Hingabe und Sinn* die wiederkehrenden Themen in der globalen wissenschaftlichen Gemeinschaft darstellen. Diese Personen haben eine höhere Wertschätzung für ein interessantes und flexibles Arbeitsumfeld als ihren Lohn, obschon natürlich mehr finanzielle Ressourcen und Vorteile geschätzt würden. Ungeachtet ihres Arbeitsgebietes sind Wissenschaftler geschätzte und geachtete Individuen, welche *sinnvolle Arbeit* zum Vorteil für andere übernehmen.

Das bedeutsamste Resultat dieser Studie ist, dass die Mitglieder der Scientific Community, egal wer sie sind, wo sie sind und was sie tun, sich *ähnlicher* sind, als der Verfasser gedacht hatten.

## *Zusammenfassung und Schlussfolgerungen*

Obschon amtliche offizielle Statistiken des BfS über die Anzahl aller Studierenden in der *Schweiz* und ihre Abschlüsse sowie ihre Studienrichtung vorliegen, sind die analogen Fragen betreffend Wissenschaftler in der Markt- und Sozialforschung im Speziellen statistisches „Niemandland“. Weder die Gesamtzahl aller aktiven Markt- und Sozialforscher mit wissenschaftlicher Ausbildung, noch ihre jeweilige Studienrichtung oder die Art ihrer heutigen Tätigkeit in der Praxis sind ausreichend genau bekannt. Die Branchenstatistik des vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung und im Besonderen die Institutsportraits bieten zwar gewisse Hinweise zu den interessierenden Fragen. Die dort verfügbaren Daten sind jedoch nicht vollständig und nicht ausreichend.

Diese Datenlücke könnte wohl nur durch Primärerhebungen (Spezialbefragungen) wenigstens teilweise geschlossen werden. Ich schlage deshalb „Marktforschung über Marktforscher“ vor, d.h. die Durchführung von *Umfragen zum Thema „Wissenschaftler in der Schweizerischen Markt- und Sozialforschung“*. Zielpersonen könnten einerseits die Arbeitgeber bzw. deren Personalverantwortliche und andererseits die Markt- und Sozialforscher selbst sein, die direkt und persönlich für die Umfrage angesprochen werden könnten. Befragungsgegenstände wären u.a. beispielsweise die folgenden *Forschungsfragen*, die es zu beantworten gilt:

- Wie viele Markt- und Sozialforscher gibt es zurzeit in der Schweiz überhaupt? Welches sind die Art und der Zeitpunkt des Studiums und des Abschlusses (Studienfach)?
- Welches waren ihre Motive für die Wahl des Studienfachs?
- Welche Erwartungen hatten sie an die Tätigkeiten in der Praxis?
- Wie verlief die Stellensuche und berufliche Laufbahn (C.V.)?
- Welches waren ihre Karriereziele, bisher – für die Zukunft?
- Welches sind die Erfahrungen bei der (heutigen) Tätigkeit in der Praxis?
- Wie ist ihre Arbeitszufriedenheit (mit Führung, Organisation, Lohn, Kommunikation, Betriebsklima, Aufstiegs-, Entwicklungs-, Weiterbildungsmöglichkeiten)?

- Welche Ratschläge geben sie für angehende Wissenschaftler in der Markt- und Sozialforschung?

Eine direkte Anwendbarkeit der *internationalen Umfrageresultate* auf die Situation in der Schweiz und auf die Zielgruppe Wissenschaftler als Markt- und Sozialforscher ist selbstverständlich nicht gegeben. Dennoch kann man versuchen, vor allem wenn man sich auf die Umfrage in Europa konzentriert, gewisse Folgerungen im Sinne von zu überprüfenden *Hypothesen* daraus ableiten:

- Die grosse Mehrheit der Wissenschaftler ist davon überzeugt, beim Einstieg in die Markt- und Sozialforschung den richtigen Karriereentscheid getroffen zu haben. Über die Hälfte hat diesen Entscheid schon vor dem Eintritt an die Uni/Hochschule gefällt. Informations- und Werbekampagnen für die Anwerbung von Berufsnachwuchs sollten früher als bisher üblich erfolgen.
- Massgeblich dafür waren ein grosses allgemeines oder spezielles Interesse an der Markt- und Sozialforschung und der Wunsch nach einer signifikanten Wirkung nach aussen. Ein solches Interesse kann bei der Rekrutierung und Anstellung von Mitarbeitenden als Auswahlkriterium benutzt werden.
- Möglichst viele verschiedene Wissenschaftsgebiete kennenlernen und berufliche Erfahrung in der Praxis gewinnen, werden als wichtig für den beruflichen Nachwuchs bezeichnet. Markt- und Sozialforschungsinstitute welche geeignete Möglichkeiten dafür anbieten, haben einen Konkurrenzvorteil auf dem Arbeitsmarkt.
- Damit der sozioökonomische Status nicht zur Barriere wird um eine Karriere in der Wissenschaft zu verfolgen, sollte Schuldenmachen dank günstiger Finanzierungs- und Stipendienmöglichkeiten möglichst vermieden oder doch eingeschränkt werden können.
- Das Geschlecht ist in der Schweiz eine weniger grosse Barriere für eine Karriere in der Markt- und Sozialforschung, als in anderen Ländern. Gemäss vsm's Institutsportraits hat fast die Hälfte der teilnehmenden Institute eine

oder zwei Frauen an der Spitze der Geschäftsleitung. In der Projektleitung ist die Frauenvertretung etwas geringer und sollte erhöht werden.

- Markt- und Sozialforscher fühlen sich häufig missverstanden oder isoliert in ihrem Beruf. Die Information darüber für andere Beschäftigte in den Unternehmen über Aufgaben, Verantwortung und Leistungen dieser Forscher sollte verbessert werden.
- Die wichtigsten Arbeitsmotive der Markt- und Sozialforscher sind Neugierde, Hingabe und sinnvolle Tätigkeit. Sie schätzen besonders ein interessantes und flexibles Arbeitsumfeld höher ein als ihren Lohn. Die Arbeit in den Instituten sollte ihnen – über ein marktübliches Salär hinaus – vor allem eine Befriedigung dieser Bedürfnisse ermöglichen.

## *LITERATUR*

BfS (2015): Statistisches Jahrbuch der Schweiz 2015. Schweizerische Eidgenossenschaft, Bundesamt für Statistik. Verlag Neue Zürcher Zeitung

Siegrist, Nicole (2015): Die Branche im Jahr 2014. In: Markt- und Sozialforschung Schweiz 2015. Hsgb. Vsms Verband Schweizer- Markt- und Sozialforschung, Alpnach

Statistisches Jahrbuch der Schweiz 2015. Hrsgb. Eidgenössisches Departement des Inneren, Bundesamt für Statistik BfS. Verlag Neue Zürcher Zeitung