

Exkursion zur SKOPOS Group

Am 06.11.2025 fand für die Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung (FAMS)- Unterstufen- sowie Mittelstufenklasse des Joseph-DuMont-Berufskolleg aus Köln eine Exkursion zum Marktforschungsinstitut SKOPOS in Hürth bei Köln statt. Begleitet wurden wir von unseren Lehrkräften Dr. Jörg Maas, Ute Schneiderbauer und Anke Köhn.

SKOPOS wurde 1995 von Olaf Hofmann gegründet und wird seit 2003 durch Thomas Starsetzki als Geschäftsführender Gesellschafter der SKOPOS Group unterstützt. Die insgesamt 180 Mitarbeitenden verteilen sich auf die Standorte Hürth, München und Aachen. In knapp 60 Ländern ist die Unternehmensgruppe für eine Vielzahl von Projekten rund um die Themen Marktforschung, Mystery Shopping, Mitarbeiterbefragungen, Customer Experience, Communities, User Experience und Data Science zuständig.



Abb. 1: Gruppenbild

Treffpunkt war um 8:45 Uhr vor dem Hauptgebäude der SKOPOS Group (siehe Abb. 1). Dort wurden wir bereits von unserem Mitschüler Alexander begrüßt. Er ist derzeit FAMS-Auszubildender bei SKOPOS. Gemeinsam haben wir das große Bürogebäude auf dem Euronova-Campus betreten und durften in der „Sporthalle“ Platz nehmen. So nennen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen Besprechungsraum, in dem eine Sprossenwand als Garderobe dient und ein Turnblock als Sitzgelegenheit. Im Anschluss an die Begrüßung durch Tino Gerlach (Managing Director der SKOPOS Next), Thomas Starsetzki (geschäftsführender Gesellschafter der SKOPOS Group) und Torsten Bischoffstrate (Geschäftsführer der SKOPOS Next) wurden den Teilnehmenden zunächst Getränke angeboten. Die Mitarbeiter trugen zur entspannten Atmosphäre bei, indem sie uns direkt das Du anboten. So konnten wir ganz in Ruhe ankommen und uns dann den ersten Vortrag anhören.



Abb. 2: Vortrag Torsten Bischoffstrate - Vorstellung

Zunächst hat Torsten Bischoffstrate sich selbst sowie das Team hinter SKOPOS vorgestellt (siehe Abb. 2). Seinerseits bestand aber auch ein großes Interesse daran, uns als FAMS näher kennenzulernen. Daher stellten wir uns der Reihe nach vor und berichteten, wie wir auf diese für viele eher unbekannte Ausbildung aufmerksam geworden sind, in welchem Betrieb wir derzeit tätig sind und ob wir zuvor bereits Arbeits- oder Studienerfahrungen gesammelt haben. Des Weiteren zeigte er uns ein Foto des gesamten Teams und erklärte, welche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenfalls die Ausbildung als FAMS absolviert haben. Einige der ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren den anwesenden Mitschülerinnen und Mitschülern bereits bekannt, da sie heute in anderen Markt- und Sozialforschungsunternehmen im Umkreis von Köln und Bonn tätig sind.

Torsten Bischoffstrate und Thomas Starsetzki haben für eine sehr entspannte Atmosphäre gesorgt, in der wir offen über unseren bisherigen Werdegang sprechen konnten. Sie machten deutlich, dass Zufriedenheit und Spaß im beruflichen Leben viel mehr wert sind als ein hoher Bildungsabschluss. Beide berichteten davon, dass die Suche nach dem Traumjob mit Schwierigkeiten verbunden war und sie erst nach längerer Zeit eine Position fanden, die ihren Qualifikationen und Erwartungen entsprach.



Abb. 3: Vortrag Torsten Bischoffstrate - Mystery Shopping

Besonders aufmerksam verfolgten wir Torsten Bischoffstrates Vorstellung von der SKOPOS Group und SKOPOS Next (siehe Abb. 3). Sehr interessant und spannend war für uns Schülerinnen und Schüler das Thema "Mystery Shopping", da dieser Arbeitsschwerpunkt in den meisten unserer Ausbildungsbetriebe nicht vertreten ist. Dabei handelt es sich um ein Verfahren der Marktforschung, bei dem mithilfe von geschulten Testkäuferinnen und Testkäufern der Service-Standard von Unternehmen bewertet wird. Dadurch wird den Unternehmen die Möglichkeit geboten, die Kundenzufriedenheit zu verbessern. Diese Erläuterung war sehr hilfreich, da Mystery Shopping auch als Thema im Unterricht aufgegriffen wird und dessen Verständnis für die Abschlussprüfung notwendig ist.



Abb. 4: Einsatzgebiete von KI bei SKOPOS

Anschließend stellten sich zwei weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von SKOPOS vor: Philipp Renner, AI-Engineer, arbeitet gemeinsam mit der Project Managerin Kathrin Schumacher im Bereich der SKOPOS Research. Hier sind sie für die Durchführung und Analyse von Projekten verantwortlich. Philipp Renners Präsentation zum Thema „Künstliche Intelligenz und ihrer Geschichte“ begann er mit dem Zitat des Stanford-

Forschers Erik Brynjolfsson: „Eines der größten Missverständnisse über KI – übrigens vor allem unter KI-Forschern – ist, dass sie alles tun muss, was Menschen tun, und sie ersetzen muss, um effektiv zu sein.“

Des Weiteren bot er uns einen kompakten Überblick über die Entwicklung der ersten Computer im Zweiten Weltkrieg bis hin zu heutigen Transformer-Modellen, die die Grundlage für Systeme wie ChatGPT bilden. In diesem Zusammenhang wurde uns auch erläutert, wie ChatGPT funktioniert und wie das Training einer KI überhaupt möglich ist.

SKOPOS setzt KI bisher in den Bereichen der Prozessautomatisierung, zusätzlicher Wertschöpfung und Analyse ein (siehe Abb. 4). Durch die Automatisierung einzelner Arbeitsschritte gelingt eine Effizienzsteigerung der Abläufe. Des Weiteren ist SKOPOS bei einzelnen Aufgaben nicht mehr auf externe Dienstleister angewiesen, sondern kann diese mithilfe von KI eigenständig bewältigen. Auch bei der Erstellung von Insights oder Prognosen dient KI als wertvolles Tool zur Unterstützung.

Nach den spannenden Vorträgen zur SKOPOS Group, Next und dessen KI-Geschichte legten wir eine Pizza-Pause ein. Währenddessen wurde uns die Gelegenheit geboten persönlich mit den Referenten ins Gespräch zu kommen.



Abb. 5: Vortrag Philipp Renner und Katrin Schumacher - Projektablauf mit KI



Abb. 6: Projektablauf mit KI / Wertschöpfungskette

Nach der Pause begannen Kathrin Schumacher und Philipp Renner mit einem praktischen Vortrag zum Thema „Projektablauf mit KI“ (siehe Abb. 5). Zunächst unterhielten wir uns als Gruppe über eigene Erfahrungen, die wir bereits mit KI privat oder im Arbeitskontext gemacht haben. Kathrin Schumacher und Philipp Renner stellten dafür den klassischen Projektablauf von der Anfrage bis zum fertigen Bericht in Form einer Wertschöpfungskette dar (siehe Abb. 6).

Dieser beginnt typischerweise mit dem Briefing und Design, bei denen Ziele, Inhalte und die Vorgehensweise gemeinsam mit dem Auftraggeber abgestimmt werden. Dabei wird sowohl die Zielgruppe festgelegt als auch die Art der Befragung. KI ist bereits dazu in der Lage eine genauere Beschreibung der Zielgruppe zu erstellen. Es kann sich bei der Befragungsart beispielsweise um eine einmalige Befragung oder eine Wellenbefragung handeln. Auch das Forschungsdesign wird bestimmt, welches sowohl quantitative Methoden (z. B. standardisierte Fragebögen) als auch qualitative Ansätze (z. B. Tiefeninterviews oder Fokusgruppen) umfassen kann. Bei der Gestaltung von Fragebögen oder Moderations- und Interviewleitfäden kann KI zudem unterstützend wirken, indem sie präzisere Formulierungen vorschlägt oder die Struktur optimiert. Anschließend werden die Inhalte des Fragebogens zusammengestellt und programmiert. Die Erhebung umfasst die Durchführung der Befragungen. Schon jetzt übernimmt die KI die Transkription der erhobenen Daten. Im Anschluss werden die gesammelten Daten im Rahmen der Datenbereinigung überprüft und gegebenenfalls korrigiert. In diesem Bereich wird die KI ebenfalls schon als hilfreiches Tool eingesetzt. Daraufhin erhalten die Auftraggeberinnen und Auftraggeber eine tabellarische Übersicht mit den Ergebnissen der statistischen Auswertung. Auch diese Berichte können mithilfe von sprachlichen Vorschlägen durch die KI verbessert werden. Der letzte Schritt dient der Präsentation: SKOPOS erstellt Diagramme mit den wichtigsten Informationen, um den Auftraggeberinnen und Auftraggebern eine Übersicht der Ergebnisse vorstellen zu können.



Abb. 7: Klassenvoting

Während der Darstellung der klassischen Wertschöpfungskette durften wir eine persönliche Einschätzung zur Nutzung von KI bei SKOPOS abgeben. Mithilfe von Karten sollten wir einschätzen, ob in den jeweiligen Bereichen bereits mit KI gearbeitet wird: Grün bedeutete „Ja, KI wird genutzt.“ und Rot „Nein, KI wird nicht genutzt.“ (siehe Abb. 7).

Besonders spannend waren die unterschiedlichen Meinungen zum Thema. Während einige Stationen für kontroverse Diskussionen sorgten, erhielten andere Stationen ein fast einstimmiges Ergebnis. Zum Abschluss des Vortrags stellten die beiden die hausinternen KI-Tools von SKOPOS vor.

Am Ende des interessanten Vormittags fand eine abschließende Frage- und Feedbackrunde statt. Um 13 Uhr traten wir schließlich die Heimreise an.

Für uns Schülerinnen und Schüler ist eine solche Exkursion eine besonders willkommene Abwechslung zum Berufsschulunterricht. Da viele von uns außerhalb des eigenen Ausbildungsbetriebs nur wenig Berufserfahrung sammeln konnten, war es sehr spannend einen kleinen Einblick in den Arbeitsalltag von SKOPOS zu erhalten. Damit bot die Exkursion auch für amtliche Statistikerinnen und Statistiker sowie Sozialforscherinnen und Sozialforscher eine bereichernde Erfahrung in der Marktforschung.

Ein herzliches Dankeschön nochmals für die interessanten Einblicke bei der SKOPOS Group und dessen Gastfreundschaft. Über weitere Gelegenheiten, Unternehmen aus der Markt- und Sozialforschung kennenzulernen, würden wir uns sehr freuen.

Text und Fotos: Hannah Schürt, FAMS-Auszubildende im 2. Ausbildungsjahr, und Dr. Jörg Maas, Bildungsgangleiter FAMS am Joseph-DuMont-Berufskolleg, Köln