

## Interviewen für IMAS-International GmbH - Das Wichtigste in Kürze -

Auf diesem Blatt haben wir das Wichtigste kurz zusammengefasst, damit Sie sich schnell einen Überblick über die Tätigkeit eines Interviewers verschaffen können.

### Welche Voraussetzungen benötige ich als Interviewer?

Die folgenden Eigenschaften und Voraussetzungen sollten Sie mitbringen, damit Sie Spaß am interviewen haben und Ihnen die Arbeit leicht fällt:

- Interesse an einer **langfristigen** Zusammenarbeit.
- **Aufgeschlossenheit, Kontaktfreude und Spaß an der Arbeit mit Menschen.**
- **Selbstsicherheit:** Sie sollten sich nicht scheuen mit fremden Menschen Kontakt aufzunehmen, als Interviewer befragen Sie alle Schichten der Bevölkerung.
- **Neutralität** und **Objektivität** sind insbesondere gegenüber "schwierigen" Gesprächspartnern von größter Bedeutung. Schließlich geht es im Interview nicht um ihre Meinung, sondern um die des Befragten!
- **Zuverlässigkeit:** Auch wenn Sie bei der Wahl Ihrer Arbeitszeit flexibel sind, ist es für uns von größter Wichtigkeit, die ordnungsgemäß bearbeiteten Fragebögen zum vereinbarten Termin zurück zu erhalten.

### Was sind die Aufgaben eines Interviewers?

Als Interviewer erhalten Sie von uns Fragebögen zu unterschiedlichen Themen zugeschickt. Pro Auftrag erhalten Sie zwischen 4 und 15 Fragebögen. Die Interviews sind persönlich und überwiegend in Privathaushalten durchzuführen. Die Interviews müssen innerhalb einer von uns gesetzten Frist durchgeführt und zurückgeschickt werden.

### Wen befrage ich?

Wen Sie zu befragen haben, wird Ihnen anhand des sogenannten Quotenblattes mitgeteilt. Auf dem Quotenblatt finden Sie beispielsweise Vorgaben wie Geschlecht, Altersgruppen, Beruf oder manchmal auch die Verwendung von bestimmten Produkten oder Marken. Die entsprechenden Zielpersonen suchen Sie sich dann in **ihrem Wohnort** selbst. Hilfreich ist es, sich weiterempfehlen zu lassen oder sich selbst eine Kartei mit Befragungspersonen aufzubauen. Sie dürfen **keinesfalls** Familienmitglieder oder sonstige Verwandte befragen. Ebenso wenig ist es zulässig Personen innerhalb eines halben Jahres mehr als einmal zu befragen.

### Wie viel Zeit habe ich um meine Interviews durchzuführen?

In der Regel haben Sie mindestens eine Woche Zeit um die Interviews durchzuführen. Innerhalb des vereinbarten Terminrahmens bestimmen Sie ihre Arbeitszeiten selbst.

## **Welche Themen werden in den Untersuchungen behandelt?**

Die Befragungsthemen sind abwechslungsreich und variieren von Studie zu Studie. Es geht beispielsweise um bestimmte Konsumgüter und Marken, um die Nutzung von Medien, oder um Einstellungen zu aktuellen Themen und Fragen. Oftmals werden in einer Umfrage auch diverse, ganz unterschiedliche Themen behandelt.

## **Auf welcher Basis bin ich beschäftigt?**

Wie bei den meisten Marktforschungsinstituten üblich, arbeiten die Interviewer von IMAS-International auf **freiberuflicher Basis**. Es besteht **kein** sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis und Sie unterliegen nicht dem 400,- Euro Gesetz. Die Einkünfte können und dürfen nicht ihre Existenzgrundlage bzw. Haupteinkommensquelle darstellen. Als freier Mitarbeiter sind Sie dazu verpflichtet Ihr Honorar gegebenenfalls selbst zu versteuern.

## **Wieviel Geld kann ich verdienen und wie erfolgt die Bezahlung?**

Sie werden pro ordnungsgemäß durchgeführtes Interview bezahlt. Die Höhe des Honorars wird dabei für jede Umfrage neu kalkuliert und richtet sich nach Dauer und Schwierigkeit des Interviews. **Für ein leichtes, halbstündiges Interview erhalten Sie normalerweise 7,- bis 10,- Euro**. Pro Einsatz schicken wir Ihnen zwischen 5 und maximal 15 Fragebögen zum Bearbeiten. Wir achten darauf, jeden Interviewer mindestens einmal im Monat einzusetzen, können Ihnen aber die Höhe ihrer monatlichen Einnahmen nicht garantieren. Ihre Einkünfte stellen Sie uns anhand des mitgeschickten Honorarblattes in Rechnung und wir überweisen den Betrag auf Ihr Konto. Wir hoffen auf Ihr Verständnis, dass eine Honorarabrechnung erst nach der Datenerfassung erfolgen kann, also ca. 6-8 Wochen nach Eingang der Fragebögen bei uns im Institut.

## **Wie überzeugt sich IMAS von der ordnungsgemäßen Arbeit seiner Interviewer?**

Sämtliche zurückgeschickten Fragebögen werden im Institut gewissenhaft bezüglich fehlerfreier Bearbeitung und Plausibilität der Angaben überprüft. Bei schwerwiegenden Bearbeitungsfehlern können wir die entsprechenden Bögen nicht honorieren bzw. werden uns mit Ihnen zur Abklärung in Verbindung setzen.

**IMAS International ist zudem verpflichtet sich zu vergewissern, dass die Interviews tatsächlich ordnungsgemäß mit den Zielpersonen** durchgeführt wurden. Bei jeder Studie überprüfen wir einen gewissen Prozentsatz der Interviews – dies erfolgt vollkommen unabhängig von etwaigen Verdachtsmomenten! Hierzu kontaktieren wir die befragten Personen, telefonisch oder schriftlich, anhand der Angaben auf dem Adressblatt.

## **Wie geht es weiter?**

Haben Sie Interesse als Interviewer für IMAS-International tätig zu werden?

Dann lesen Sie bitte alle Unterlagen sorgfältig durch und schicken Sie uns den ausgefüllten Personalbogen mit den Interviewerdaten (**2 Lichtbilder** bitte nicht vergessen!), den unterzeichneten Interviewervertrag und das bearbeitete Probeinterview zu.

Bei Eignung sind Sie dann schon beim nächsten Einsatz dabei!

# Instruktionen für das demoskopische Interview



## **IMAS-International**

Gesellschaft für Internationale Marktanalysen mbH

Rosenheimer Straße 139  
81671 München

## INSTRUKTIONEN FÜR DAS DEMOSKOPISCHE INTERVIEW

Auf den folgende Seiten haben wir die wichtigsten Informationen über die Arbeit eines Interviewers für IMAS International zusammengestellt. Im einzelnen finden Sie:

<b>IMAS International GmbH - Wir über uns</b> .....	Seite 3
<b>Sinn und Zweck von Markt- und Meinungsforschung</b> .....	Seite 3
<b>Wie wir arbeiten</b> .....	Seite 4
<b>Der Untersuchungsablauf</b> .....	Seite 4
<b>Die 10 Grundregeln des Interviews</b> .....	Seite 6
<b>Hinweise zum Fragebogenverständnis</b> .....	Seite 8
<b>Erklärungen zur Statistik</b> .....	Seite 16
<b>Die Quotenhilfe</b> .....	Seite 16
<b>Hinweise zum Datenschutz</b> .....	Seite 18
<b>Zum arbeitsrechtlichen Status von Interviewern</b> .....	Seite 18

Bitte lesen Sie sich die Unterlagen sorgfältig durch und heben Sie sie gut auf, damit Sie auch später einmal darin etwas **nachschlagen** können. Falls Sie darüber hinaus Informationen und Auskünfte benötigen, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Die Unterlagen sind Eigentum von IMAS-International. Im Falle einer Beendigung der Zusammenarbeit bitten wir Sie, uns die **Instruktionsunterlagen zurück zu senden**.

## IMAS International GmbH

### Wir über uns

IMAS International ist ein **parteionabhängiges** Institut, das mit wissenschaftlichen Methoden die **Meinungen und Verhaltensweisen der Bevölkerung** erforscht. IMAS International führt **europaweit** Studien durch und ist mit Forschungsinstituten in Deutschland, Österreich, Ungarn, der Tschechischen Republik und Polen vertreten. Die Firmengruppe beschäftigt insgesamt rund 150 festangestellte Mitarbeiter und über 3000 freiberufliche Interviewer.

Der Firmensitz von IMAS Deutschland ist München. Von hier aus koordinieren wir unsere deutschlandweiten Aktivitäten und betreuen den Stab von ca. 500 Interviewern. IMAS International deckt in Deutschland den gesamten Bereich der demoskopischen Dienstleistungen ab.

Als Ansprechpartnerin steht Ihnen für Rückfragen und Auskünfte Frau Sylvia Bergwinkl gebührenfrei unter 0800 - 490 417 0 (Montag bis Mittwoch) oder per Mail unter [bergwinkl@imas-international.de](mailto:bergwinkl@imas-international.de) gerne zur Verfügung.

### Sinn und Zweck der Markt- und Meinungsforschung

Die Markt- und Meinungsforschung hat in den letzten Jahrzehnten beständig an Bedeutung gewonnen. Sie stellt heute ein zentrales **Bindeglied** zwischen der **Bevölkerung** einerseits und **Wirtschaft, Politik und Wissenschaft** auf der anderen Seite dar. Nur wer die Meinungen, Wünsche und Sorgen der Bevölkerung kennt, kann auf sie optimal eingehen!

Ein produzierendes Unternehmen muss beispielsweise wissen, welche Dinge seine Kunden wirklich benötigen um teure Fehlplanungen zu vermeiden. Oder eine Zeitung möchte wissen, welche Informationen von den Lesern besonders gewünscht werden, damit sie ihr Blatt noch verbessern und interessanter gestalten kann. Marktforschung ist also für den **Unternehmererfolg** und damit auch für die **Schaffung von Arbeitsplätzen** und das gesamte wirtschaftliche Gefüge von großer Bedeutung.

Außerhalb der Wirtschaft interessieren sich vor allem Organisationen, Behörden und wissenschaftliche Institutionen für Ergebnisse aus der Umfrageforschung. Im Vordergrund stehen dabei Meinungen und Einstellungen der Bevölkerung zu wichtigen gesellschaftlichen Themen.

Die Forschungsarbeit von IMAS International zielt insgesamt also darauf ab, ein **zuverlässiges Bild von der Gesamtsituation** der Bevölkerung zu vermitteln. Letztendlich trägt diese Arbeit dazu bei, den **wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt** in Deutschland zu fördern.

## Wie wir arbeiten

Unsere **bevölkerungsrepräsentativen Untersuchungen** basieren auf dem **Stichprobenprinzip**.

Es wird jeweils ein verkleinertes, aber naturgetreues Abbild der Gesamtbevölkerung - der sogenannte **repräsentative Querschnitt** - befragt. Ein repräsentativer Querschnitt muß in Prozentzahlen die gleiche Struktur aufweisen wie die Gesamtbevölkerung. Das bedeutet, dass sich in der Stichprobe Männer und Frauen, einzelne Altersgruppen und Berufskreise, die Bewohner von Städten und ländlichen Gebieten usw. im statistisch richtigen Verhältnis verteilen. Die Meinungen der befragten Personen lassen sich dann verallgemeinern und aufgrund von mathematischen Gesetzen auf das Gesamtverhalten der Bevölkerung beziehen. Um die richtige Verteilung innerhalb der Stichprobe zu gewährleisten, arbeiten wir überwiegend nach dem sogenannten **Quotenverfahren**. Jeder Interviewer erhält dabei bestimmte Quotenvorgaben wie z.B. Alter, Geschlecht und Beruf, nach denen er die zu befragenden Personen aussucht. Die Einhaltung der Quoten ist für unsere Qualitätsstandards von größter Wichtigkeit und gestaltet sich für den Interviewer in der Regel unproblematisch. Mehr zum Thema "Quoten" finden Sie auf Seite 16 im Kapitel "Quotenhilfe".

Die Befragungsarbeit wird von unseren Interviewern **am Wohnort persönlich**, d.h. nicht telefonisch durchgeführt. Die Interviews finden in einer dem Befragten vertrauten Umgebung, in der Regel in dessen Wohnung, statt. Dadurch werden Einflüsse, die möglicherweise zu einer unbewussten Beeinflussung und Verfälschung der Aussagen führen könnten (z.B. durch die ungewohnte Umgebung eines Teststudios), möglichst gering gehalten.

Die Antworten der Auskunftspersonen werden anschließend von uns in **anonymisierter Form** (siehe auch Hinweise zum Datenschutz) erfasst und mit dem Computer ausgewertet. Im Ergebnis erhalten unsere Kunden einen Untersuchungsbericht mit kommentierten und graphisch aufbereiteten Ergebnissen und Empfehlungen.

## Der Untersuchungsablauf

Als Interviewer erhalten Sie von uns aus München alle Befragungsmaterialien zugeschickt. Neben den **Fragebögen** und den **Vorlagen-** und **Listensatz** erhalten Sie für einen Einsatz normalerweise die folgende Unterlagen:

- **Anschreiben/Intervieweranweisung:** Hierin finden Sie Angaben zur Höhe des Honorars, zum Rücksendetermin und zu Besonderheiten, auf die gegebenenfalls bei einer Studie zu achten sind.
- **Quotenblatt:** Das Quotenblatt gibt Ihnen Auskunft darüber, welche Personen Sie befragen sollen.
- **Adressliste:** Hier vermerken Sie die Adressen der befragten Personen. Die Adresslisten geben uns die Möglichkeit zu überprüfen, ob die Interviews

ordnungsgemäß durchgeführt wurden. Sie werden keinesfalls zusammen mit den Fragebögen ausgewertet und werden nach Beendigung der Studie umgehend vernichtet.

- **Datenschutzblätter:** Die Datenschutzblätter sollten jedem Befragten vorgelegt werden, damit er sich ein Bild machen kann, was mit seinen Angaben geschieht und nach welchen Richtlinien IMAS-International arbeitet.
- **Honorarblatt:** Mit dem Honorarblatt stellen Sie uns die durchgeführten Interviews in Rechnung. Bitte füllen Sie es vollständig aus, damit es nicht zu Problemen und Verzögerungen bei der Abrechnung kommt. Auf dem Honorarblatt ist zudem ein Feld vorgesehen auf dem Sie uns Anmerkungen mitteilen können.
- **Rücksendeumschlag:** Mit dem Umschlag schicken Sie uns die Fragebögen zurück. Sie müssen den Umschlag nicht frankieren, das Porto übernehmen wir.

Wenn Sie von uns Befragungsunterlagen erhalten, **überprüfen** Sie die Sendung bitte zuerst auf **Vollständigkeit**. Dann lesen Sie sich die **Intervieweranweisung** und einen Fragebogen mit den dazugehörigen Listen und Vorlagen durch. Es ist wichtig, dass Sie sich vor dem ersten Interview mit allen Unterlagen **vertraut machen!**

Sollte etwas unklar sein, oder Unterlagen fehlen, melden Sie sich bitte umgehend bei uns. Auch falls es einmal Probleme mit den Quoten oder dem Rücksendetermin geben sollte, ist es für uns wichtig, dass Sie sich so bald als möglich mit der **Interviewerleitung in Verbindung setzen**.

Die Befragungspersonen suchen Sie anhand der Vorgaben laut Quotenblatt aus. Bitte führen Sie die Interviews **nur in ihrem Wohnort durch**. Auf was beim Durchführen der Interviews besonders zu achten ist, lesen Sie im nächsten Kapitel. Die ausgefüllten Interviews schicken Sie bitte **termingerecht** zusammen mit ihrer ausgefüllten Honorarabrechnung, der Adressliste und dem Quotenblatt an uns zurück.

## Die 10 Grundregeln des Interviews

Bevölkerungsumfragen setzen sorgsame Überlegungen voraus. Sie können nur dann ein zutreffendes Bild von den Meinungen und Verhaltensweisen vermitteln, wenn bestimmte Regeln strikt eingehalten werden. Der Erfolg einer Untersuchung hängt dabei maßgeblich von der Qualität eines jeden einzelnen Interviews ab! Alle weiteren Auswertungs- und Analyseschritte, sowie die Empfehlungen die daraus abgeleitet werden, basieren auf der Arbeit der Interviewer. Die folgenden Grundsätze müssen daher **unbedingt** beachtet werden:

### 1. Keine Verwandten und Familienmitglieder befragen!

Die Befragten antworten am unbefangenen und ehrlichsten, wenn sie sich anonym fühlen. Ihnen nahestehende Personen neigen dazu, „Gefälligkeitsantworten“ zu geben, die manchmal nicht ihre wirkliche Meinung ausdrücken. Gerade das aber soll nicht sein!

### 2. Nur eine Person pro Familie befragen!

Widerstehen Sie der Versuchung, mehrere Personen aus ein und derselben Familie zu befragen. Mehrfach-Interviews in einer Familie sind wertlos, weil die gegenseitige Beeinflussung der Personen zu groß ist.

### 3. Immer neue Befragte suchen!

Befragen Sie bitte **niemals** dieselbe Person mehrmals innerhalb eines halben Jahres. Je routinierter der/die Befragte antwortet, desto geringer ist der Erkenntniswert des Interviews!

### 4. Die Reihenfolge der Fragen einhalten!

Die Fragen werden von uns nach einer bestimmten Reihenfolge angeordnet. Bitte verändern Sie diese Reihenfolge nicht! Achten Sie darauf, daß der/die Befragte die Fragen, Listen oder Vorlagen nicht schon im voraus kennt. Völlig falsch wäre es, der/dem Befragten den Fragebogen vor Beginn des Interviews zu zeigen und durchlesen zu lassen.

### 5. Fragen nicht verändern!

Eine Befragung hat nur Sinn, wenn alle Auskunftspersonen im genau gleichen Wortlaut befragt werden. Also: Unter keinen Umständen eine Frage verändern, nichts hinzufügen, nichts weglassen! Versuchen Sie bitte nicht, Fragen selbständig zu „verbessern“. Wenn Ihnen eine Frage nicht gelungen erscheint, teilen Sie uns dies bitte mit, korrigieren Sie aber keinesfalls willkürlich im Interview!

### 6. Fragen nicht erklären!

Wenn der/die Befragte eine Frage nicht versteht, lesen Sie die Frage noch einmal wörtlich vor. Bitte keinesfalls den Inhalt einer Frage oder einen Begriff mit eigenen Worten erklären! Wird eine Frage trotz zweimaligen Vorlesens nicht verstanden, so notieren Sie : „Nicht verstanden!“

## **7. Die Zielperson nicht beeinflussen**

Auf keinen Fall der/dem Befragten Antworten in den Mund legen! Kein Zeichen der Zustimmung oder der Mißbilligung (etwa Nicken oder Kopfschütteln) bei einer Antwort geben. Der gute Interviewer notiert leidenschaftslos und sachlich die Antworten.

## **8. Geduldig sein!**

Die Zielpersonen nicht zu einer Antwort drängen! Vermeiden Sie, den Eindruck einer Prüfungssituation zu erwecken. Es gibt keine falschen oder richtigen Meinungen und Antworten! Befragen heißt im wesentlichen, geduldig zuzuhören. Nur bei sehr langem Zögern ist ein Hinweis erlaubt: „Sie brauchen sich die Antwort nicht so schwer zu machen ...“ oder „ Sie brauchen dabei nicht lange zu überlegen. Uns interessiert vor allem, was Ihnen ganz spontan einfällt.“

## **9. Beim Thema bleiben!**

Vermeiden Sie Diskussionen mit dem/der Befragten während des Interviews. Lassen Sie sich nicht dazu verleiten zu sagen, wie Ihre eigene Meinung zu einer bestimmten Frage ist!

## **10. Unter 4 Augen in vertrauter Umgebung befragen!**

Viele Menschen fühlen sich gehemmt, wenn Sie befragt werden, während andere zuhören. Sie antworten dann zumeist nicht ganz aufrichtig. Deshalb – um jeglichen Einfluß anderer Menschen auf die befragte Person auszuschließen – nur interviewen, wenn Sie mit ihr allein sind. Interviewen Sie in einer der/dem Befragten vertrauten Umgebung, am besten in dessen Wohnung. Je gelöster und entspannter die Befragungssituation ist, desto unbefangener und ehrlicher antworten die Befragten.

## Hinweise zum Fragebogenverständnis

Bevor Sie mit dem Interviewen beginnen, lesen Sie bitte immer als erstes das Anschreiben mit den Intervieweranweisung – das jeder Studie beigelegt wird - gut durch, und achten auf etwaige Schwierigkeiten und Besonderheiten im Fragebogen, auf die hingewiesen wird.

Außerdem müssen Sie den Fragebogen und alle Befragungsmaterialien vor dem ersten Interview selbst einmal vollständig und gewissenhaft durchgehen, damit Sie mit dem Ablauf vertraut sind.

**Für die Auswertung ist es für uns von größter Wichtigkeit, daß Sie den Fragebogen ordentlich und gut leserlich ausfüllen.** Benutzen Sie dazu bitte einen **blauen Kugelschreiber**. Benutzen Sie keinen schwarzen Kugelschreiber und keinesfalls einen Bleistift. Bitte denken Sie daran, dass alle Angaben in den Fragebögen in ein EDV-System eingegeben werden müssen. Aufgrund der großen Anzahl der Bögen ist es dabei von großer Wichtigkeit, dass die Dateneingabe rasch und reibungslos von statten gehen kann.

Haben Sie ein Interview beendet, so überprüfen Sie es am besten noch an Ort und Stelle auf Vollständigkeit. So können Sie gegebenenfalls fehlende Angaben sofort nachtragen.

Jede Frage ist in Anführungszeichen ("...") gesetzt und muß **wörtlich** und **unverändert** vorgelesen werden. Hinweise ohne Anführungszeichen sind als Anweisung oder Hilfe für den Interviewer gedacht und werden dem/der Befragten **nicht** vorgelesen. Wenn Sie alle Hinweise und Anmerkungen beachten, werden Sie sicher und ohne Probleme durch das Interview geleitet.

Im Interview unterscheiden wir prinzipiell zwischen drei Formen von Fragen: Die **geschlossene Frage**, die **Listenfrage** und die **offene Frage**.

### 1) Die geschlossene Frage

Bei einer *geschlossenen Frage* sind grundsätzlich alle Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Die Antwortkategorien sind meist in Anführungszeichen gesetzt und werden dem Befragten ebenfalls **wörtlich vorgelesen**. Der/die Befragte entscheidet sich für die zutreffende Antwort und der Interviewer kreist die entsprechende Codezahl im Fragebogen ein. Diese Codezahl wird von uns dann bei der Datenerfassung in den Computer übertragen. Um die Dateneingabe nicht unnötig zu erschweren ist es unbedingt notwendig die Codezahlen zu **kringeln** und **nicht anzukreuzen**. Bitte machen Sie die Kringel **nicht zu klein** um die Codezahlen, da diese bei der Dateneingabe sonst schwerer zu lesen sind.

#### Beispiel 1:

**FALSCH !**

„Haben Sie in den nächsten 12 Monaten vor, ein fabrikneues oder gebrauchtes Auto zu kaufen?“

„Ja, fabrikneu“ ..... **X**  
„Ja, gebraucht“ ..... 2  
„Nein“ ..... 3

<b>Beispiel 1:</b>	<b>FALSCH !</b>
„Haben Sie in den nächsten 12 Monaten vor, ein fabrikneues oder gebrauchtes Auto zu kaufen?“	„Ja, fabrikneu“ ..... 0 „Ja, gebraucht“ ..... 2 „Nein..... 3

<b>Beispiel 1:</b>	<b>RICHTIG !</b>
„Haben Sie in den nächsten 12 Monaten vor, ein fabrikneues oder gebrauchtes Auto zu kaufen?“	„Ja, fabrikneu“ ..... 1 „Ja, gebraucht“ ..... 2 „Nein..... 3

## 2) Listenfragen

Hierbei handelt es sich im Prinzip auch um eine geschlossene Frage; Sie übergeben dem/der Befragten eine Liste oder einen Kartensatz mit **Antwortvorgaben**. Die Antwortvorgaben sind alle mit einer Nummer versehen. Im Fragebogen sind dann meistens nur noch die entsprechenden Codezahlen abgedruckt und die Antworten des/der Befragten werden im Fragebogen eingekringelt.

Im untenstehenden Beispiel 2 umfasst die Liste 1 eine Anzahl unterschiedlicher Medien.

**Achtung:** Die Materialien dürfen den Befragten erst zu dem im Fragebogen angegebenen Zeitpunkt vorgelegt werden!

<b>Beispiel 2:</b>
INTERVIEWER übergibt <b><u>weiße Liste 1!</u></b> (im Probeinterview vorhanden)
„Hier auf dieser Liste sind verschiedene Weichkäse aufgeschrieben. Welche kennen Sie zumindest dem Namen nach?“
<b>Alles Genannte einkreisen!</b>
1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10
11 / 12 / 13 / 14 / 15 / 16 / 17 /

### Die skalierte Abfrage

Bei manchen Fragestellungen ist es sinnvoll, dem/der Befragten Möglichkeiten zu bieten, seine Antworten **abzustufen**. Zu diesem Zweck arbeiten wir mit Skalen, die dem Befragten auf einer Liste vorgelegt werden. Eine Skala wäre beispielsweise die Abstufung nach Schulnoten von 1 bis 6.

Die Antwortmöglichkeiten „weiß nicht“, „keine“ oder „nichts davon“ bitte nicht vorlesen.

**Achtung:** Innerhalb einer Untersuchung können **unterschiedliche** Skalen zur Verwendung kommen. Daher ist es wichtig, sich zu vergewissern, daß der Interviewpartner die Systematik der Skala versteht. Bei manchen Skalen kann der kleinste Wert die beste Bewertung bedeuten (z.B. Schulnotenskala), bei anderen Skalen kann hingegen der größte Wert die beste Bewertung bedeuten (z.B. 10 Punkte = „trifft voll und ganz zu“, 1 Punkt = „trifft überhaupt nicht zu“)!

#### Beispiel 3:

INTERVIEWER übergibt **gelbe Liste 7!** (im Probeinterview vorhanden)

„Und jetzt eine Frage über die Werbung in den verschiedenen Medien: Werbung soll ja verkaufen helfen, Ihnen die einzelnen Produkte näher bringen. Wie glaubwürdig ist für Sie die Werbung in den verschiedenen Medien? Bitte sagen Sie es mir anhand dieser Liste.“

**INTERVIEWER bitte vorlesen und zutreffende Antwort einkreisen. Nur eine Nennung pro Zeile möglich!**

Werbung ...	Ist besonders glaubwürdig	Ist glaubwürdig	Ist weniger glaubwürdig	Ist überhaupt nicht glaubwürdig
... im Fernsehen -----	1	2	3	4
... in Zeitschriften -----	1	2	3	4
... in Tageszeitungen-----	1	2	3	4
... in Anzeigenblättern-----	1	2	3	4
... auf Beilagen in Zeitschriften -----	1	2	3	4
... auf Beilagen in Tageszeitungen-----	1	2	3	4
... auf Beilagen in Anzeigenblättern-----	1	2	3	4
... im Radio -----	1	2	3	4
... im Internet, z.B. auf den Homepages -----	1	2	3	4
... auf Plakaten, Werbeflächen im Straßenbild-----	1	2	3	4
... auf Plakaten in Wartehäuschen bei Haltestellen-----	1	2	3	4
... im Kino -----	1	2	3	4

### 3. Die offene Frage

Bei einer *offenen Frage* interessiert uns in der Regel der **exakte Wortlaut** der Antwort der/des Befragten. Sie erkennen eine offene Frage daran, daß gleich darunter eine oder mehrere Punktzeilen stehen. Hier tragen Sie bitte die wörtliche Antwort ein, und zwar die gesamte Antwort, **nicht nur Stichworte**. Schreiben Sie in der „Ich-Form“, so wie geantwortet wurde, gegebenenfalls auch im Dialekt. Keinesfalls dürfen Sie die Antworten korrigieren (wenn Sie z.B. grammatikalisch falsch sind), oder in sonstiger Weise verändern. Bitte notieren Sie auch Antworten wie „Weiß nicht“, „Interessiert mich nicht“, oder „keine Ahnung“. Wenn diese Antworten nur durch einen Strich oder ein Fragezeichen angedeutet werden, würden wir in der Auswertung nicht wissen, was Sie meinen. **Auf keinen Fall, dürfen die Linien völlig leer bleiben. Das würde bedeuten, daß Sie die Frage gar nicht gestellt haben.**

#### Beispiel 4:

9. „An was können Sie sich erinnern? Ich meine, an welche Produkte oder Inhalte können Sie sich noch erinnern ist?“

*In dem Werbespot wurde eine hübsche Frau gezeigt, die ein ganz tolles Kleid anhatte. Ich glaube sie hatte einen Korb mit Bananen von Chiquita in der Hand, bin mir aber nicht sicher.*

Manchmal sind bei offenen Fragen die möglichen Antworten, zumindest teilweise, bereits im Fragebogen abgedruckt. Dies erleichtert dem Interviewer die Arbeit und uns die Auswertung der Fragebögen. Der/die Befragte darf die Antwortvorgaben natürlich **keinesfalls sehen** oder gar **vorgelesen** bekommen, dies würde zu vollkommen falschen Antworten führen! Als Interviewer ordnen Sie die Antwort des Befragten einer der Kategorien zu.

In Beispiel 5 könnte die Antwort des Befragten *lauten*: „Ja, also einmal im Jahr fliege ich mit der Familie in den Urlaub, und vielleicht vier, oder fünfmal bin ich geschäftlich mit dem Flieger unterwegs“. Im Fragebogen wird vom Interviewer die Codezahl neben der zutreffenden Antwort (Ja, mehrmals) eingekreist.

#### Beispiel 5:

„Sind Sie schon einmal mit dem Flugzeug geflogen?“

#### Nicht vorlesen!

Ja, einmal ..... 1  
Ja, mehrmals ..... **2**  
Nein, noch nie ..... 3

Im nächsten Beispiel wird noch einmal besonders deutlich, warum die Befragten bei dieser Art von Frage die Antwortmöglichkeiten **keinesfalls sehen** oder gar **vorgelesen** bekommen dürfen.

In Beispiel 6 wird spontan, nach der sogenannten *ungestützten Markenbekanntheit* von Automarken gefragt. Würden die Interviewpartner die Antwortmöglichkeiten sehen oder hören, könnten die meisten sich wahrscheinlich an eine Vielzahl von Herstellern erinnern. Ohne Hilfestellung werden hingegen in erster Linie die Marken genannt, die man vielleicht selber fährt, oder von denen man in letzter Zeit beispielsweise Werbung gesehen oder gehört hat. Andere Marken, die im Moment weniger präsent sind, werden hingegen nicht, oder deutlich seltener genannt werden.

**Beispiel 6:**

„Wenn Sie mir einige Automarken nennen sollten, welche Marken würden Sie mir da nennen?“

**Marken nicht vorlesen, alles Genannte einkreisen, bzw. notieren!**

- |   |   |
|---|---|
| Audi.....1  | Nissan..... 1   |
| BMW .....2  | Opel..... <input checked="" type="checkbox"/> 2               |
| Citroen .....3                                      | Peugeot..... 3  |
| Deawoo.....4  | Renault ..... <input checked="" type="checkbox"/> 4           |
| Daihatsu.....5                                      | Saab..... 5   |
| Fiat.....6  | Seat..... 6   |
| Ford.....7  | Skoda..... 7  |
| Honda .....8  | Subaru ..... 8  |
| Hyundai .....9                                      | Toyota ..... 9  |
| Mazda .....0  | Volvo..... <input checked="" type="checkbox"/> 0              |
| Mercedes..... <input checked="" type="checkbox"/> X | VW..... <input checked="" type="checkbox"/> X                 |
| Mitsubishi..... Y                                   | Andere, bitte notieren. <input checked="" type="checkbox"/> Y |
|   | <i>Ferrari</i>  |
|   | .....   |
|   | .....   |
|   | Keine ..... A   |

**Beispiel 7**

„Wenn Sie an Elektrofachgeschäfte denken, bei denen man beispielsweise Fernseher, Videorecorder, Radios, Computer, Handys, aber auch Haushaltsgeräte wie Waschmaschinen, Kühlschränke, Geschirrspüler, Bügeleisen, Staubsauger usw. bekommt, welche Namen fallen Ihnen da als erste ein?“  
(INTERVIEWER: Bei erster Nennung nur eine Nennung möglich!)

„Und welche noch?“

**Nicht vorlesen, nur einkreisen!**

	<b>Erste Nennung Nur eine Nennung möglich!</b>	<b>Weitere Nennungen</b>
Electronic Partner .....	1.....	1
Expert .....	2.....	2
Interfunk .....	3.....	3
Master`s .....	4.....	4
Makro Markt .....	5 .....	5
Media Markt .....	<b>6</b> .....	6
Mega Company .....	7 .....	7
Pro Markt .....	8 .....	8
Red Zac .....	9 .....	<b>9</b>
Saturn .....	0 .....	<b>0</b>
Andere, und zwar: .....	X .....	<b>Elektro Fuchs</b> <b>X</b>
(Bitte notieren!)		
Weiß nicht. ....	Y	

Hier ist es wichtig das in der ersten Spalte nur **eine** Antwort gekringelt ist nämlich die, die von der/dem Befragten als erstes genannt wurde. Alle anderen Antworten müssen in der 2.Spalte unter weitere Nennungen gekringelt werden. Wenn von der/dem Befragten eine Antwort genannt wurde, die nicht in der Liste aufgeführt wird, bitte unter Andere notieren und in diesem Fall das ‚X‘ einkringeln.

### **Einfach- oder Mehrfachnennungen?**

Auf viele Fragen, wie in den Beispielen 1, 3 oder 5, ist rein logisch jeweils nur eine Antwort möglich. Oft findet sich dann zusätzlich noch ein Hinweis für den Interviewer wie **'Nur eine Nennung möglich'**. Bei diesen Fragen ist es unbedingt erforderlich sich für eine der Antwortmöglichkeiten zu entscheiden! Auch bei einer skalierten Frage muß sich der/die Befragte auf eine Nennung festlegen. Es macht keinen Sinn zwei Skalenwerte einzukringeln, oder einen Kreis zwischen zwei Werte zu setzen.

Bei anderen Fragen, wie im Beispiel 2 oder 6, sind hingegen mehrere Antworten möglich. Im Fragebogen findet sich dann der Hinweis **'Alles Zutreffende einkringeln'**.

### **Weiß nicht/keine Angabe**

Ab und an wird es vorkommen, daß ein/e Befragte/r auf eine Frage keine Antwort weiß, oder vielleicht die Antwort verweigert. Bei manchen Fragen, wie im Beispiel 3, sind dazu im Fragebogen die entsprechenden Antwortmöglichkeiten bereits vorgegeben. Falls die Antworten im Fragebogen nicht vorgesehen sind, werden sie gegebenenfalls daneben notiert. Man sollte allerdings darauf achten, dass ein Gesprächspartner nicht zu viele Fragen mit „weiß nicht“ beantwortet. Lieber nochmal nachfragen.

### **Filter-Fragen**

Oft ist es sinnvoll, einen Teil der Fragen nicht allen Befragten zu stellen. Sogenannte **Filterfragen** entscheiden „welchen Weg“ durch den Fragebogen der Verlauf des Interviews nimmt. Filterfragen sind für den Interviewer meistens durch Sternchen hinter dem Codepunkt zu erkennen. Die Sternchen zeigen Ihnen, mit welcher Frage Sie fortfahren müssen.

1 Sternchen \*) bedeutet, daß gleich anschließend eine Nachfrage zu stellen ist. 2 Sternchen \*\*) bedeuten, daß eine oder mehrere Fragen **übersprungen** werden. An die Frage aus Beispiel 7 könnten sich spezielle Fragen zu einem Werbespot anschließen, die von Personen, die die Werbung nicht gesehen haben, nicht sinnvoll beantwortet werden können.

**Beispiel 8:**

„Haben Sie in letzter Zeit Werbung für Obst und Gemüse gehört oder gesehen?“

Ja ..... 1 \*)

Nein ..... 2 \*\*)

\*) Übergehen zu Frage 9b

\*\*) Übergehen zu Frage 10a auf Seite 4

3 Sternchen \*\*\*) markieren eine Gabelung, d.h. für verschiedene Antworten müssen unterschiedliche Nachfragen gestellt werden. Eine Gabelung wird immer mit einem und mit drei Sternchen gekennzeichnet, meist zusätzlich verbunden mit Pfeilen, damit Sie schnell sehen, wo es weitergehen muß.

**Beispiel 9:**

„Haben Sie in Ihrem Haushalt einen Zugang zum Internet?“

Ja ..... 1 \*)

Nein ..... 2 \*\*\*)

\*)

\*\*\*)

„Können Sie mir bitte sagen seit wann Sie einen Internet-Zugang in Ihrem Haushalt haben?“

MONAT

--	--

JAHR

--	--	--	--

„Glauben Sie, daß Sie innerhalb des nächsten halben Jahres über einen Internet-Zugang in Ihrem Haushalt verfügen werden?“

Ja ..... 9

Nein ..... 0

Weiß nicht..... X

## Erklärungen zur Statistik

Auf der letzten Seite eines Fragebogens werden die statistischen Angaben notiert. Diese Angaben sind für uns von größter Wichtigkeit, um die Repräsentativität der Stichprobe zu überprüfen. In der Statistik ist auf folgendes zu achten:

- **Familienstand:** „Verheiratet, mit Partner lebend“ trifft auf alle Personen zu, die mit ihrem Lebenspartner, egal ob mit oder ohne Trauschein, zusammen in einem Haushalt leben. „Ledig, allein lebend“, sind dementsprechend alle Personen, die mit keinem Partner zusammen leben.
- **Berufsstellung des Haushaltsvorstandes:** Diese Frage bezieht sich auf den aktuellen oder ehemaligen Beruf des Haushaltsvorstandes. Der Haushaltsvorstand ist per Definition die Person, die am meisten zum Einkommen des Haushalts beiträgt. Bei einem Studenten, der noch bei seinen Eltern wohnt, oder einer Hausfrau wäre der Haushaltsvorstand in aller Regel der Vater, bzw. der Ehegatte des/der Befragten. Bei Rentnern wird der ehemalige Beruf angegeben, bei nicht-berufstätigen Witwen der Beruf des verstorbenen Ehegatten. Unter „Freien Berufen“ versteht man Ärzte, Künstler, Architekten, Rechtsanwälte, Wirtschaftsberater usw., die aber keine Angestellten sind, wie etwa ein Jurist einer großen Firma. Falls eine Person aus mehreren Quellen Einkünfte bezieht, so wird der Beruf angegeben der am meisten zum Gesamteinkommen beiträgt.
- **Monatliches Haushaltsnettoeinkommen:** Bei diese Frage werden Sie ab und zu auf Zurückhaltung stoßen. Bitte weisen Sie darauf hin, daß diese Angabe zur Überprüfung der Repräsentativität der Stichprobe von großer Bedeutung ist und es nicht nötig ist exakte Angaben zu machen. Geben Sie den/der Befragten die dafür vorgesehene Liste, und bitten Sie ihn möglichst unbeteiligt, den Buchstaben der Gruppe anzugeben, in die das Nettoeinkommen des Haushalts fällt.
- **Haushaltsgröße:** Achten Sie bitte darauf, daß der Befragte bei der Angabe der Haushaltsgröße sich selber mitzählt.

## Die Quotenhilfe

Bei einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage ist es von allergrößter Bedeutung, daß die „richtigen“ Leute befragt werden. Die „Richtigen“ sind aber keineswegs immer diejenigen, die über ein bestimmtes Problem besonders viel zu erzählen wissen, sondern ausschließlich die, die durch ihre statistischen Merkmale einen repräsentativen Querschnitt bilden. Das heißt, sie müssen insgesamt ein **verkleinertes, aber „naturgetreues“ Abbild der Gesamtbevölkerung** darstellen.

Deshalb ist es für uns von größter Wichtigkeit, daß die Befragten exakt nach der Quotenanweisung ausgesucht werden!

Die Quotenanweisung enthält alle nötigen Informationen und überläßt Ihnen genügend Spielraum bei der Auswahl der Zielpersonen. In der Regel finden drei Merkmale Berücksichtigung: **Alter, Geschlecht** und **Berufstätigkeit** des Befragten. Ein viertes Merkmal, nämlich die regionale Verteilung erfolgt automatisch dadurch, daß jeder Interviewer nur an seinem Wohnort Befragungen durchführt. Deswegen dürfen Sie auch nur Leute interviewen, die wirklich in Ihrem **Befragungsort** wohnen und nicht von auswärts kommen!

Die folgenden Tips machen es Ihnen leichter, mit den zugewiesenen Quoten zurechtzukommen:

**Tip 1:**

**Berücksichtigen Sie immer die Merkmale Alter und Berufstätigkeit zusammen!**

Sonst könnten Sie leicht bei der Auswahl der letzten Befragten in eine kritische Situation kommen. Es könnte beispielsweise passieren, das Ihnen für das letzte Interview nur ein nicht-berufstätiger Mann zwischen 30 und 39 Jahren übrigbleibt. Es ist schwierig, einen nicht-erwerbstätigen Mann in diesem Alter zu finden. Hingegen ist es leicht, einen nicht-berufstätigen Mann über 60 Jahre, also einen Rentner ausfindig zu machen. Deshalb ist es ratsam, die nicht-berufstätigen Männer mit der höchsten Altersgruppe zu koppeln. Bei Frauen ist dies weniger wichtig, weil es leichter ist in allen Altersgruppen nicht-berufstätige Hausfrauen zu finden.

**Tip 2:**

**Fangen Sie mit Altersgruppen an, in denen Sie die größten Quoten haben.**

Angenommen Sie sollen 4 Männer zwischen 45 und 59 Jahren finden und 2 Männer zwischen 30 und 44 Jahren. Sie suchen also zuerst die 45- bis 59-Jährigen und finden drei, dabei stoßen Sie aber auch auf einen 40-Jährigen. Den können Sie dann, wenn er beruflich in Ihren Quotenplan „paßt“, gleich auch für die Gruppe der 30- bis 44-Jährigen befragen.

**Tip 3:**

**Suchen Sie zuerst die Personengruppen, die für Sie schwer zu finden sind.**

Heben Sie sich die Quotenmerkmale, die Sie am leichtesten finden können, für die letzten Interviews auf!

**Tip 4:**

Wenn Sie an einer Tür klingeln und es öffnet jemand, der nicht in die Quote paßt, so fragen Sie, ob sonst jemand im Haushalt lebt, der die gewünschte Alters- oder Berufsgruppe hat. Wenn auch die anderen Personen nicht in Frage kommen, weisen Sie vor dem Gehen darauf hin, daß Sie gerne ein anderes Mal wiederkommen möchten (wenn die Quote entsprechend paßt).

**Tip 5:**

Lassen Sie sich weiterempfehlen! Sprechen Sie Leute an, die über viele Kontakte verfügen, z.B. durch Mitgliedschaft in einem Verein. Legen Sie sich eine Kartei an, auf die Sie im Bedarfsfall zurückgreifen. **Aber:** Achten Sie unbedingt darauf, **niemals** die selben Personen innerhalb eines halben Jahres mehrmals zu befragen!

## Hinweise zum Datenschutz

IMAS-International arbeitet nach den gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz. Ergebnisse werden ausschließlich in **anonymisierter** Form und für Gruppen zusammengefaßt dargestellt. Niemand kann aus den Ergebnissen erkennen, von welcher Person die Angaben gemacht worden sind!

Die Angabe der Adresse der/des Befragten dient ausschließlich zur **stichprobenartigen Interviewerkontrolle** (durch Telefonanruf oder Zusendung einer Postkarte), und dazu im Rahmen einer Wiederholungs- oder Folgebefragung nach einer bestimmten Zeit noch einmal ein Interview mit der selben Person zu führen. **Nach Abschluß der Gesamtuntersuchung werden alle Adressen vernichtet.**

Weitere Angaben zum Datenschutz können Sie auch den **Erklärungen zum Datenschutz** entnehmen. Diese Formulare liegen jeder Studie bei und werden den Interviewpartnern vorgelegt.

## Wie überzeugt sich IMAS von der ordnungsgemäßen Arbeit seiner Interviewer?

Sämtliche zurückgeschickten Fragebögen werden im Institut gewissenhaft bezüglich fehlerfreier Bearbeitung und Plausibilität der Angaben überprüft. Bei schwerwiegenden Bearbeitungsfehlern können wir die entsprechenden Bögen nicht honorieren bzw. werden uns mit Ihnen zur Abklärung in Verbindung setzen.

**IMAS International ist zudem verpflichtet sich zu vergewissern, dass die Interviews tatsächlich ordnungsgemäß mit den Zielpersonen durchgeführt wurden.** Bei jeder Studie überprüfen wir einen gewissen Prozentsatz der Interviews – dies erfolgt vollkommen unabhängig von etwaigen Verdachtsmomenten! Hierzu kontaktieren wir die befragten Personen, telefonisch oder schriftlich, anhand der Angaben auf dem Adressblatt.

## Zum arbeitsrechtlichen Status von Interviewern

Unsere Interviewer sind im Rahmen ihrer Tätigkeit **freiberufliche Mitarbeiter** von IMAS International GmbH. Die Einkünfte aus dieser Tätigkeit dürfen **nicht die Existenzgrundlage** des Interviewers darstellen. Unsere Interviewer unterliegen nicht dem 400,- Euro-Gesetz. Als freier Mitarbeiter sind Sie verpflichtet ihr Honorar **selbst zu versteuern**. Falls Sie berechtigt sind sich von IMAS-International GmbH die Mehrwertsteuer auszahlen zu lassen (dazu benötigen wir eine **aktuelle Bestätigung des zuständigen Finanzamtes** aus der hervorgeht, dass Sie der Regelbesteuerung unterliegen), sind Sie dazu verpflichtet diese an das Finanzamt abzuführen.

Wenn Sie mal an einer Studie nicht teilnehmen können, würden wir Sie bitten, die leeren Fragebögen, egal um welche Umfrage es sich handelt **nicht an uns zurückzuschicken, da dies nur unnötige Portokosten** verursacht. Geben Sie uns jedoch kurz telefonisch Bescheid, dass Sie nicht teilnehmen können 0800-49 04 17 0 (kostenlos für Sie). **Allerdings würden wir Sie bitten, die Unterlagen zu vernichten.** Bei einem **Zeitschriftentest, sollten Sie jedoch alle Unterlagen komplett und postwendend an uns zurücksenden,** da wir für Sie einen Ersatzinterviewer suchen müssen und leider keine Zeitschrift mehr haben.