

Woran erkennen Sie eine seriöse Befragung?

Oft ist es für Befragte nicht einfach, eine echte Umfrage zu Markt- und Sozialforschungszwecken von einer getarnten Verkaufsfaktion zu unterscheiden. Um dies überprüfen zu können, sind Interviewerinnen und Interviewer angewiesen:

- ihren eigenen Namen sowie den Namen des forschenden Instituts zu nennen.
- auf den Schutz der Anonymität der Befragten hinzuweisen.
- Rückfragen der Befragten zu beantworten.
- Den Zweck der Befragung zu nennen.

Zudem gilt für Institute des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung:

- keine Anrufe nach 21⁰⁰ Uhr.
- mit wenigen Ausnahmen keine Anrufe an Sonntagen.
- Zugang zu methodischen Informationen bei Umfrageergebnissen.
- keine Anrufe mit Nummernunterdrückung.

Wer sind die Institute des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung?

Im Verband sind alle relevanten Markt- und Sozialforschungsinstitute unter einem Dach organisiert. Eine vollständige Liste aller Institute finden Sie unter www.vsms.ch/institute/mitgliedsinstitute

Alle Mitgliedsinstitute unterliegen einem strengen Regelwerk von schweizerischen und internationalen Normen und garantieren, dass:

- keine Interviews mit Werbe- oder Verkaufsabsichten durchgeführt werden.
- wissenschaftlich abgesicherte Methoden angewendet werden.
- Datenschutzrichtlinien eingehalten werden.

KEIN VERKAUF - WISSENSCHAFTLICH - ANONYM

Danke für Ihre Meinung!

www.schweizermarktforschung.ch

Herausgeber und Kontakt:

Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
Brünigstrasse 38 - 6055 Alpnach

Tel: 044 350 19 60

Fax: 044 350 19 61

info@schweizermarktforschung.ch



Ihre Meinung entscheidet

Eine Broschüre zum Thema Markt- und Sozialforschung sowie über den Umgang mit Ihren persönlichen Daten. **mit.**



 **SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG**
Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

Wozu Markt- und Sozialforschung?

Markt- und Sozialforschung will durch wissenschaftliche Befragungen fundierte Erkenntnisse zu verschiedenen Themen aus Gesellschaft, Politik und Wirtschaft gewinnen.

Dank dieser Informationen wird das gesellschaftliche Zusammenleben in der Schweiz besser verstanden. Unternehmen klären mit

Markt- und Sozialforschung das Konsum- und Einkaufsverhalten ab und können so besser auf die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten eingehen. Unternehmen, Organisationen und Verbände, aber auch politische Parteien treffen weitreichende Entscheidungen aufgrund von Daten, die nur mit Hilfe der Markt- und Sozialforschung gewonnen werden können.

Wozu eine Kampagne zur Markt- und Sozialforschung?

Die Kampagne möchte Sie über Sinn und Zweck der Markt- und Sozialforschung informieren. Und helfen, seriöse Markt- und Sozialforschung von vermeintlich ähnlichen Aktivitäten wie Verkauf und Telefonmarketing

zu unterscheiden. Nur wer weiss, was Markt- und Sozialforschung ist und welchen Nutzen sie hat, nimmt überzeugt an Umfragen teil – und diese Teilnahme braucht die Forschung, um zuverlässige Ergebnisse zu ermitteln.



Was halten Sie in der Öffentlichkeit für richtig?



Ihre Meinung entscheidet mit.

SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG
Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym



Von wem möchten Sie in Zukunft gepflegt werden?



Ihre Meinung entscheidet mit.

SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG
Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

Anzeigenmotive aus der Kampagne

Warum ist Ihre Meinung so wichtig?

Die Schweizer Markt- und Sozialforschung trägt wesentlich dazu bei, dass wichtige Entscheidungen im Sinne der Bevölkerung bzw. Konsumentinnen und Konsumenten getroffen werden. Bei einer Befragung haben Sie die Gelegenheit, Ihre ganz persönliche Meinung zu äussern. Diese ist wichtig, beispielsweise für:

- die politische Meinungsbildung in der demokratischen Schweiz.
- die Optimierung von Produkten und Dienstleistungen.
- die Erfassung des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels.

Wer sich an Umfragen beteiligt, entscheidet mit!

Warum werden gerade Sie befragt?

Aus Zeit- und Kostengründen wird bei einer Umfrage nie die gesamte Bevölkerung befragt, sondern jeweils eine Gruppe von Personen. Diese wird nach einem wissenschaftlichen Zufallsverfahren ausgewählt. Die zufällige Auswahl ist wichtig für die Wissenschaftlichkeit

einer Umfrage. Grundsätzlich kommt jede und jeder für eine Erhebung in Frage. Auf jeden Fall ist die Teilnahme an einer Befragung immer freiwillig¹.

¹ Die Volkszählung des Bundes bildet eine Ausnahme.

Was ist mit Anonymität und Datenschutz?

Markt- und Sozialforschung ist an Meinungen interessiert, jedoch nicht daran, sie einzelnen Personen zuordnen zu können. Deshalb werden Ihre Antworten ohne Namen, Adresse und Telefonnummer zusammengetragen und ausgewertet. Alle Mitgliedsinstitute des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung verpflichten sich, die Anonymität der Befragten zu wahren und garantieren, dass:

- Forschungsergebnisse keine Rückschlüsse auf befragte Personen zulassen.
- personenbezogene Daten auf keinen Fall weitergegeben werden.
- Adressdaten zum frühestmöglichen Zeitpunkt vernichtet werden.
- Umfrageergebnisse immer nur zum Zweck verwendet werden, für den sie erhoben wurden.