



Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung geht in die Kommunikationsoffensive.

Der Verband der Schweizer Markt- und Sozialforschung klärt in seiner Kampagne „Ihre Meinung entscheidet mit“ über den persönlichen und gesellschaftlichen Nutzen von Markt- und Sozialforschung auf. Und grenzt sich mit dem neu geschaffenen Gütesiegel „SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG Kein Verkauf – Wissenschaftlich - Anonym“ von Direktmarketing und Verkauf ab.

Alpnach, 5. November 2012. Der Verband der Schweizer Markt- und Sozialforschungsbranche vsms will mit seiner Kampagne „Ihre Meinung entscheidet mit“ aktiv über seine Arbeit informieren und die Schweizer Bevölkerung für die Teilnahme an Befragungen motivieren: „Der Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft wird heute viel zu wenig wahrgenommen. Daran wird sich nur dann langfristig etwas ändern, wenn wir diesen Nutzen für Politik und Wirtschaft, aber vor allem auch für die Verbraucher klar aufzeigen“, so Roland Rosset, Präsident des vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung.

Mit der Kampagne, die in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur HumansBerlin entwickelt wurde, klärt die Branche über den Sinn und Zweck der Markt- und Sozialforschung auf. Anhand von polarisierenden Themen zeigt die Kampagne auf, dass wer sich an Umfragen beteiligt, seiner Meinung Gehör verschaffen und so bei wichtigen Themen mitentscheiden kann. Markt- und Sozialforschung trägt so wesentlich dazu bei, dass wichtige Entscheidungen im Sinne der Bevölkerung bzw. Konsumentinnen und Konsumenten getroffen werden. Beispielsweise bei der politischen Meinungsbildung in der demokratischen Schweiz, der Optimierung von Produkten und Dienstleistungen oder der Erfassung des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels.

Der Verband will mit der Kampagne auch helfen, seriöse Markt- und Sozialforschung von oft als störend empfundenen Aktivitäten wie Verkauf und Telefonmarketing zu unterscheiden. Ziel ist hierzu die Bekanntmachung des neuen Gütesiegels „SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG kein Verkauf – Wissenschaftlich - Anonym“, als wichtiges Erkennungszeichen seriöser Markt- und Sozialforschung. Gesichert werden diese Qualitätsstandards von der vom Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung geführten, im Markenregister eingetragenen Kollektivmarke **vsms swiss interview institute**®, in der 34 Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsinstitute zusammengeschlossen sind (siehe Facts & Figures).

Von den im Jahr 2011 in der Schweiz durchgeführten 3,5 Millionen Marktforschungsinterviews erfolgten rund 1,33 Millionen telefonisch. Dem standen all die Direktmarketinganrufe gegenüber, in denen etwas verkauft werden sollte oder mögliche Lotteriegewinne versprochen wurden. Oftmals wird bei solchen Anrufen eine Umfrage vorgetäuscht. „Das Ergebnis“, so Rosset, „ist dann leider, dass Anrufe von seriösen Markt- und Sozialforschungsunternehmen mit den Telefonaten, die zum Zwecke von Direktmarketing und Verkauf durchgeführt werden, gleichgesetzt beziehungsweise mit ihnen verwechselt werden.“ Es sei deshalb kein Wunder, dass immer weniger Personen bereit sind, sich an den Umfragen der Markt- und Sozialforschungsinstitute zu beteiligen. Den Angesprochenen sei häufig nicht bekannt, dass Markt- und Sozialforschung, durchgeführt von den **vsms swiss interview instituten**®, Anonymität und Datenschutz garantiert und dass mit Sicherheit nichts zum Verkauf angeboten wird. „Den Befragten müssen wir also einerseits den Nutzen von Markt- und Sozialforschung vermitteln, andererseits die Abgrenzung zu Telefonmarketing und Verkauf verdeutlichen.“



Kernstück der Kampagne sind drei Anzeigenmotive, die schweizweit in allen grossen Tageszeitungen geschaltet werden (geplante Reichweite 83%), sowie Banner, eine Informationsbroschüre und die Kampagnenseite www.schweizermarktforschung.ch.

Auf Seite des vsms zeichnen für die Kampagne verantwortlich: Mitja Ruggle, Roland Rosset, Barbara Felix und Nicole Rosset. Auf Seite HumansBerlin Res Matthys und Sebastian Jerez.

Medienkontakt und weitere Infos:

Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung

Nicole Rosset, Geschäftsführerin

Brünigstrasse 38

6055 Alpnach

Tel.: 044 350 19 60

www.schweizermarktforschung.ch

info@schweizermarktforschung.ch

Roland Rosset, Präsident vsms

Tel.: 041 632 90 28

roland.rosset@gfk.com



Facts & Figures

Zum Verband:

Der vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung ist die wichtigste und einzige offizielle Interessenvertretung der Markt- und Sozialforschung in der Schweiz. Als seine Hauptaufgabe sieht der vsms die Förderung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Allgemeinen und der Wissenschaftlichkeit im Besonderen. Der Verband entwickelt, definiert und unterhält strenge Leitlinien zur Qualitätssicherung, fördert die wissenschaftliche Arbeitsweise und grenzt sich klar von Werbung und Direktmarketing ab. Er pflegt einen aktiven Dialog mit politisch und gesellschaftlich wichtigen Akteuren und fördert den Austausch mit anderen nationalen und internationalen Fachorganisationen.

Der vsms führt die Kollektivmarke vsms swiss interview institute® im Sinne eines Qualitätslabels. Die 34 Institute, die das Label tragen, sind an strenge Richtlinien bei der Durchführung von Studien gebunden. vsms swiss interview institute® ist als Kollektivmarke im eidgenössischen Markenregister eingetragen. Die Profilierung dieser Marke als ein tragfähiges, bekanntes Qualitätslabel ist eines der Hauptziele des Verbandes. Im vergangenen Jahr wurden das Kollektivmarkenreglement und dessen Richtlinien überarbeitet. Die wichtigsten Richtlinien sind:

- Die Mitglieder der Kollektivmarke dürfen keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchführen.
- Die Teilnahme an einer Umfrage eines Mitgliedsinstituts ist immer freiwillig.
- Nach 21.00 Uhr und (mit wenigen Ausnahmen) an Sonntagen dürfen keine Telefoninterviews durchgeführt werden.
- Es sind maximal 10 Kontaktversuche zulässig.
- Bei Telefonstudien darf die Telefonnummer des Instituts nicht unterdrückt werden.

In den Richtlinien wird zudem festgelegt, dass neben dem Namen des Instituts und des Interviewers bei jeder Befragung auch der Zweck der Erhebung genannt wird. Zudem wird auf den Schutz der Anonymität der Befragten hingewiesen und Rückfragen der Befragten werden beantwortet. vsms-Institute garantieren, dass Forschungsergebnisse keine Rückschlüsse auf befragte Personen zulassen, dass personenbezogene Daten auf keinen Fall weitergegeben werden und dass Umfrageergebnisse immer nur zu dem Zweck verwendet werden, für den sie erhoben wurden.

Neben den Kollektivmarkenmitgliedern zählt der Verband über 300 Einzelmitglieder, die beruflich mit der Umfrageforschung verbunden sind.

Zur Kampagne:

Der Verband plant, seine Botschaft über folgende Werbeträger zu kommunizieren:

1. Print- und Onlinemedien, die den Nutzen der Marktforschung aus der Sicht der Schweizer Bevölkerung verdeutlichen. Allein durch die partizipierenden Printmedien liegt die geplante Reichweite der schweizweiten Kampagne bei entsprechender Anzahl Schaltungen bis Ende 2013 (gem. WEMF MACH Basic 2012-2) bei rund 83%.
2. die Website www.schweizermarktforschung.ch.
3. Informationsbroschüre, die von den Instituten an Befragte verteilt wird.

Die Branche wird überdies ab heute ihre eigenen Kommunikationswege systematisch für das gesetzte Kommunikationsziel nutzen: Jedes einzelne Interview, das ein Mitarbeiter eines Markt- oder Sozialforschungsinstituts mit einem Befragten führt, ist eine Kontaktmöglichkeit, mit der der Verband seine Botschaft verbreiten kann.