



Wie viel Doping verträgt unser Essen?

Kampagne «Ihre Meinung entscheidet mit» geht in die zweite Runde.

Der Verband der Schweizer Markt- und Sozialforschung lanciert den zweiten Flight seiner Aufklärungskampagne «Ihre Meinung entscheidet mit». Anhand von polarisierenden Themen klärt die Kampagne über den persönlichen und gesellschaftlichen Nutzen von Markt- und Sozialforschung auf. Und grenzt sich mit dem Gütesiegel «SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG Kein Verkauf – Wissenschaftlich – Anonym» von Direktmarketing und Verkauf ab.

Alpnach, 16. Januar 2014. 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. Anhand von polarisierenden Themen zeigt die Kampagne auf, dass derjenige, der sich an Umfragen beteiligt, seiner Meinung Gehör verschafft und so bei wichtigen Themen mitentscheidet.

Mit dem ersten, Ende 2012 gestarteten Kampagnenflight gelang das Ziel der Aufmerksamkeits- und Bekanntheitssteigerung sehr gut: «Wir sind vom Erfolg der Kampagne überzeugt. Die Rückmeldungen bei der Geschäftsstelle und aktive Teilnahmeanfragen bestätigen, dass die Kampagne gut ankommt und die Botschaft angenommen wird. Nur durch eine aktive Kommunikation kann der Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft aufgezeigt werden», so Roland Rosset, Präsident des vsms.

Dieser Nutzen soll mit den drei neuen Sujets noch emotionaler transportiert werden. Dazu konnten weitere Medienpartner zur Unterstützung gewonnen werden. Die Anzeigen werden schweizweit in diversen Tages- und Sonntagszeitungen zu sehen sein. Zusätzlich gibt es Banner, einen Informationsflyer und die Kampagnenseite www.schweizermarktforschung.ch.

Neben der Öffentlichkeitsarbeit arbeitet der Verband an der Entwicklung von Transparenz- und Qualitätskriterien, um die Leistungsstandards in der Marktforschung transparenter und messbarer zu machen.

Auf Seiten des vsms zeichnen für die Kampagne verantwortlich: Mitja Ruggle, Roland Rosset und Nicole Siegrist. Auf Seiten Humans: Res Matthys und Sebastian Jerez (Kampagne).

Medienkontakt und weitere Infos:

Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
Nicole Siegrist, Geschäftsführerin
Brünigstrasse 38
6055 Alpnach
Tel.: 044 350 19 60

www.schweizermarktforschung.ch
info@schweizermarktforschung.ch

Roland Rosset, Präsident vsms
Tel.: 041 624 99 76
roland.rosset@management-tools.ch



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 35 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 Kollektivmarken-reglement 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 rund 86%.
2. die Website: www.schweizermarktforschung.ch
3. Informationsbroschüre, die von den Instituten an Befragte verteilt wird.

Die Branche wird überdies 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.