

INFORMIEREN UND UEBERZEUGEN

- **ES IST AUSSERST WICHTIG, DIE VERWEIGERUNGEN AUF EIN MINIMUM ZU BESCHRAENKEN, DA SONST DIE RESULTATE DER BEFRAGUNG NICHT VERLAESSLICH SIND. WENN PERSONEN, DIE KEINE LUST HABEN, UNZUFRIEDEN SIND ODER KEINE ZEIT HABEN EINFACH NICHT BEFRAGT WERDEN, ENTSPRECHEN DIE RESULTATE NICHT DEN WIRKLICHEN VERHAELTNISSEN IN DER GESAMTBEVOELKERUNG.**
- **AUS DIESEN GRUENDEN KANN KEIN HAUSHALT DURCH EINEN ANDEREN ERSETZT WERDEN. DAS GLEICHE GILT FUER EINE EINMAL AUSGEWAEHLTE ZIELPERSON, SELBST WENN JEMAND ANDERES AUS DEM HAUSHALT BEREIT IST, MITZUMACHEN!**

Lassen Sie sich nicht entmutigen, falls die Person zögert, oder es ablehnt, mitzumachen. Versuchen Sie, immer zu verstehen, weshalb sie so reagiert. Nur so ist es möglich, in jeder Situation das angemessene Argument zu finden. Bleiben Sie immer freundlich und selbstsicher.

- + Machen Sie Ihren Gesprächspartner darauf aufmerksam, dass er **jederzeit** nicht gewünschte Fragen **nicht zu beantworten braucht**.
- + Weisen Sie (insbesondere ältere Personen) darauf hin, dass die Fragen **einfach** sind, und Sie jederzeit bereit sind, bei Fragen zu **helfen**, bzw. sie zu erklären. Es handelt sich um eine wissenschaftlich gemachte Studie, sie richtet sich aber nicht nur an Wissenschaftler.
- + Achten Sie darauf, dass die **Kommunikation** zwischen Ihnen und der Ansprechperson **nicht abbricht**. Dazu müssen Sie sich gut vorbereiten und die wichtigen Argumente kennen. Provozieren Sie keinen Kommunikationsabbruch, indem Sie zu rasch und zu ungestüm auf eine Teilnahme drängen.
- + Gehen Sie auf die Ängste, Sorgen, Kritikpunkte der Ansprechperson ein und geben Sie ihr das Gefühl, volles Verständnis dafür zu haben („Sie haben also Angst, dass Ihre Daten missbräuchlich verwendet werden. Das kann ich gut verstehen. Aber ...“). Versuchen Sie die **Art, wie Sie sprechen** und Ihre **Argumente** auf jedem **Gesprächspartner masszuschneidern**. Benutzen dazu die Informationen, die Sie über den Haushalt oder die Zielperson haben (Familie mit kleinen Kindern, ältere allein stehende Frau, junges Pärchen und selten zu Hause).

- + Versuchen Sie immer, einen fixen Termin für einen Rückruf abzumachen.
- + **VERGESSEN SIE NICHT, DASS SIE FUER DIE BEFRAGTE PERSON EIN GESCHENK IM WERT VON 30.- HABEN (INKL. AUSWAHL DES GESCHENKS)!**

LISTE DER GESCHENKE

CASH (30.-)



- Bargeld

GUTSCHEINE (30.-)



- Interflora



- Rail check SBB

WOHLTÄTIGE SPENDEN (30.-)



CICR

- Internationales Komitee vom Roten Kreuz



krebsliga schweiz

- Schweizerische Krebsliga



- Pro Natura



- Stiftung Theodora

Fehlende Information

für wen?

- SIDOS in Neuenburg (Schweizerischer Informations- und Datenarchiv-Dienst für die Sozialwissenschaften)
- In Zusammenarbeit mit: Bundesamt für Statistik (Neuenburg)
- Finanzierung: Schweizerischer Nationalfonds für wissenschaftliche Forschung
- Durchführung: M.I.S. Trend SA Bern & Lausanne

für was?

- wirklichkeitsgemässes Abbild der Lebensbedingungen und Meinungen der Bevölkerung in der Schweiz...
- ... und in weiteren 23 Ländern Europas, Vergleich mit unseren Nachbarländern
- Vergleich der Resultate mit vorhergehenden Befragungen und Aufzeigen von Entwicklungen (dritte ESS nach 2002 und 2004)
- Untersuchen der Lebensverhältnisse und Mithelfen, diese zu Verbessern

was?

- 1800 persönliche Interviews in der ganzen Schweiz
- Interviewdauer: ca. eine Stunde
- eine Person ab 15 Jahren (zufällig ausgewählt) pro Haushalt

weitergehende Informationen:

- Gratistelefonnummer M.I.S. Trend: 0800 800 246
- Internet: <http://ess.sidos.ch> oder <http://www.europeansocialsurvey.org>
- ESS 2004: Prix Descartes für herausragende wissenschaftliche Leistungen in Europa

Keine Zeit

- falls nicht mit der Zielperson in Kontakt: die Haushaltszusammensetzung braucht nur 5 Minuten! Vielleicht sind Sie gar nicht die ausgewählte Person für das Interview.
- „Ich verstehe, dass Ihre Zeit wertvoll ist. Deshalb habe ich auch ein kleines Geschenk Ihrer Wahl als Entschädigung.“
- flexibel sein und Termin gemäss der Verfügbarkeit der Zielperson abmachen (ein Interview kann z.B. auch während der Mittagspause auf der Arbeit gemacht werden).
- während des Interviews: trotzdem versuchen, Interview abzuschliessen; im schlimmsten Fall Interview unterbrechen und Termin für Wiederaufnahme vereinbaren
- Das Interview dauert nur eine Stunde. Was ist schon eine Stunde in einem Menschenleben!
- Wann hätten Sie denn Zeit? Ginge es Ihnen eher unter der Woche oder am Wochenende? Ich kann auch im Geschäft vorbeikommen (Mittagspause). Immer konkreten Termin vorschlagen
- Morgen bin ich so oder so in der Gegend. Kann ich mich dann nochmals melden? (definitives Nein vermeiden)
- Später wieder kontaktieren wenn fühlbar ist, dass die Person im Moment eine stressige Phase hat.
- Ich kann auch am Sonntag vorbeikommen (zeigt eigenes Engagement und wirkt vertrauensbildend)
- Ich gebe Ihnen meine Telefonnummer und wir schauen für einen späteren Termin?
- Man kann ja nicht immer keine Zeit haben!
- Es handelt sich um eine wertvolle Befragung. Ist keine Zeitverschwendung.
- Ich habe ja auch keine Zeit 😊
- Das Interview ist eine sehr angenehme Stunde.
- Die Wichtigkeit der Befragung unterstreichen.
- Verständnis für gestresste Personen zeigen.

Kein Interesse

- falls fehlende Information: → ESS 2006 präsentieren
- „Dies ist die Gelegenheit, Ihrer Meinung Gewicht zu verleihen und etwas zur Gestaltung der Politik beizutragen“
- „Es gibt bestimmt ein Thema im Fragebogen, das Sie interessiert: Arbeitswelt, wichtige Ereignisse im Leben, Medien, Politik&Parteien, etc. Lassen Sie sich vom Fragebogen überraschen! (die interessantesten Fragen des Interviews erwähnen: z.B. die Fragen zu den verschiedenen Momenten im Leben)
- Die Befragung ist wichtig, da die Themen alle Leute in der Schweiz betreffen.
- Um etwas verbessern zu können, muss man den Endverbraucher nach seiner Meinung fragen. Z.B. um genügend grosse Wohnungen zu bauen muss man wissen, wo die Leute sind, die eine solche Wohnung brauchen. Das ist eine wichtige Befragung, die auf die Politik Einfluss haben kann.
- Der Staat möchte Ihre Meinung kennen. Das ist die Möglichkeit, etwas zu bewirken!
- Ich habe schon viele Interviews durchgeführt und die Leute fanden es immer sehr interessant. Die Zeit ging jeweils schnell vorbei. Das Interview kann Ihnen auch eine neue Sicht auf gewisse Dinge ermöglichen.
- Warum interessiert es Sie nicht? / Wie meinen Sie das? → Den Ball zurückspielen, die Person muss ihre Verweigerung begründen. Ja-Nein-Fragen vermeiden, damit sich ein Gespräch entwickeln kann.
- In abgelegeneren Regionen: Endlich interessiert man sich für den Standpunkt Ihrer Region und nicht nur von den Städten!
- Ich mache einen Zufriedenheitsindex.

Werde die ganze Zeit angerufen! Was wollen Sie mir denn andrehen? Prinzipiell gegen Befragungen

- „ESS ist eine wissenschaftliche Befragung, die keine kommerziellen Ziele verfolgt. Also: KEIN VERKAUF, KEINE MARKTFORSCHUNG
- Den Brief / die Broschüre zeigen, den Badge vorweisen, die Internetseite und Gratisnummer angeben
- Statistiken sind vielleicht nicht jedermanns Sache, sind aber unverzichtbar, um in der Politik teure Fehlentscheidungen zu vermeiden...
- ... deshalb sind wissenschaftliche Befragungen ein effizientes und Kosten sparendes Mittel
- Ich will Ihnen nichts verkaufen. Im Gegenteil, ich bringe Ihnen ein Geschenk / Geld.
- In dieser Befragung geht es nicht um Waren oder Produkte.
- Den offiziellen Charakter der Befragung hervorheben (BFS, SIDOS, Nationalfonds)
- Ich bin nicht von einer Sekte.
- Das ist keine Zigaretten-Studie.
- Ich habe die ganze Reise hierher nur für Sie gemacht! Es ist ja nicht einfach ein billiger Telefonanruf.
- Ich werde auch immer angerufen, um mir etwas zu verkaufen. Ich verstehe, warum Sie so reagieren.
- Es handelt sich um eine seriöse Befragung, welche nun schon zum dritten Mal stattfindet. Ausserdem hat dieses Projekt einen gesamteuropäischen Preis für exzellente wissenschaftliche Forschung gewonnen, noch vor allen Projekten aus der Physik und Medizin.

Ersetzen Sie den Haushalt / die Zielperson

- NICHT MOEGLICH: Sie und Ihr Haushalt repräsentieren tausende anderer Haushalte und Personen in der gleichen Situation, mit den gleichen Ansichten.
- Wenn wir alle Haushalte/Personen, die keine Zeit oder keine Lust haben einfach nicht befragen würden, hätten wir am Schluss nur die Meinung der Personen, die viel Zeit haben und zufrieden sind. Wir wollen aber die Ansichten aller Personen, die in der Schweiz leben abbilden.
- Wenn jeder durch einen anderen ersetzt werden will, komme ich ja nirgends hin!
- Sie vertreten in dieser Befragung Ihre Region, den Kanton, die Leute mit einem Haustier ... etc.
- Sie sind auserwählt worden! Sie sollten diese Woche Lotto spielen, mit dem Glück was Sie haben!

Woher haben Sie meine Adresse?

- Das Bundesamt für Statistik in Neuenburg hat Ihre Adresse zufällig aus dem Telefonbuch gezogen
- Das Ziel ist, dass alle Landesteile, Sprachgruppen, Altersklassen und Lebensstile mit ihren Meinungen in der Befragung vertreten sind.

Kein Vertrauen / Datenschutzgründe

- Bei Misstrauen; zeigen Sie Ihren Befragerbadge, beziehen Sie sich auf das Ankündigungsschreiben (&Broschüre), die Gratistelefonnummer und die Internetseite
- M.I.S. Trend ist ein unabhängiges Forschungsinstitut und unterliegt strengsten Datenschutzregeln (Swissinterview-Prospekt)
- Das SIDOS und das Bundesamt für Statistik kennen ebenfalls strenge Datenschutzregeln und M.I.S. Trend hat sich verpflichtet, diese zu respektieren
- Die Antworten werden von den Adressdaten getrennt und es ist nicht möglich, auf Ihre Person Rückschlüsse zu ziehen
- Alle Analysen sind statistischer Art: z.B. 63% der allein erziehenden Mütter sind auch berufstätig
- Ich als Befrager habe im Arbeitsvertrag auch eine Datenschutzklausel und ich riskiere meinen Job, wenn ich den Datenschutz nicht einhalte.
- Das SIDOS ist weder mit der Polizei, noch mit der Steuerverwaltung verbunden und gibt keine Daten weiter.
- Ev. am Ende des Interviews im Adressfenster zeigen, dass der befragte Haushalt nicht mehr erscheint und die erfassten Daten vom Befrager nicht manipuliert werden können.
- M.I.S. Trend braucht Ihre Adresse, um meine Arbeit als Befrager zu überprüfen, oder um Ihnen z.B. die Quittung der wohltätigen Spende zu schicken.
- Wenn M.I.S. Trend den Datenschutz nicht ernstnehmen würde, hätte die Firma schon längst keine Aufträge mehr. Uns gibt es aber seit fast 30 Jahren.

Alter / Krankheit

- Verständnis zeigen und Situation abschätzen
- Ältere Personen fühlen sich oft zu Unrecht nicht in der Lage, ein Interview durchzuführen. Auf Ängste eingehen und sagen, dass der Fragebogen leicht ist und Sie während des Interviews helfen können, schwierige Fragen erklären
- Gerade ältere, eher einsame Leute schätzen oft den sozialen Kontakt durch eine Befragung
- Bei Gesundheitsproblemen: nicht chronisch → Interview auf später verschieben (Termin abmachen) und gute Besserung wünschen
- Viele kommerzielle Befragungen kennen Altersobergrenzen → Das ist einmal eine Befragung, wo die älteren Leute nicht ausgeschlossen werden!
- Die Bevölkerung in der Schweiz altert immer mehr. Die Meinungen und Ansichten der älteren Bevölkerung sind deshalb besonders wichtig.
- Wir möchten Ihre Meinung kennen lernen. Es geht nicht darum, Ihr Wissen zu testen.
- Ich bin sicher, dass Sie mir etwas Interessantes zu erzählen haben.

Allgemeine Tipps und Tricks

- Kleidung der Gegend anpassen (z.B. in ländlichen Gebieten eher mit einfachem Schuhwerk und Kleidung statt zu chic angezogen)
- Gesprächston der Situation anpassen (z.B. langsam und deutlich sprechen bei älteren Personen)
- Zuhören können
- Versuchen, wenn möglich eine andere Person im Haushalt als Verbündeten zu gewinnen, die dann die Zielperson überzeugen hilft.
- Einen kurzen Schritt zurücktreten wenn die Tür aufgemacht wird, um der Person nicht Angst zu machen
- Person anschauen und dann ansprechen
- Ein Lächeln ist oft das beste Argument!
- Sätze nicht mit „Ich...“ beginnen, sondern mit „Sie...“ → die Person fühlt sich ernst genommen und wichtig
- Immer versuchen, die Haushaltszusammensetzung zu machen. Wenn man einmal die Zielperson kennt, kann man immer direkt mit der betroffenen Person reden.
- Laptop nicht auf dem Arm! Sieht aus wie ein Hausierer

- Brief und Broschüre immer griffbereit haben (sagen, dass ihr Besuch ja angekündigt worden ist)
- Bei einem späteren Kontakt: sagen, dass noch Interviews fehlen und dass man auf ihre Mithilfe angewiesen sei. Ich lebe von Befragungen!
- So tun, als ob man die Verweigerung akzeptiert, aber noch etwas weiter schwatzen → gibt eine gute Grundlage für einen zweiten Versuch nachdem eine Weile über Gott und die Welt diskutiert wurde
- Sich immer sofort persönlich vorstellen (stellt Vertrauen her)
- Wenn Haustiere vorhanden: streicheln (je nach Haustier ☺), zu ihnen sprechen
- Mit den 30.- Franken holen Sie mit der Befragung mehr heraus, als Sie mit Ihren Steuern dafür zahlen. Es ist ein gewinnbringendes Geschäft für Sie!
- Achtung: Das Geschenk erinnert manchmal zu sehr an ein Verkaufsgespräch → nicht sofort mit dem Geschenk beginnen
- In kleinen Dörfern: sich im Dorfladen, der Post oder der Gemeindeverwaltung anmelden. Man wird beobachtet.
- Immer den Brief aufgefaltet in der Hand halten, um z.B. die Neugier Person, die die Türe öffnet zu erwecken.
- Eine Visitenkarte mit Notiz im Briefkasten hinterlassen, falls niemand zu Hause ist.
- Immer auf die Person eingehen, sich für sie interessieren.
- Wenn die Türe aufgeht einen (kleinen) Schritt zurück machen. Damit wird vermieden, dass jemand ihr Vorgehen als aggressiv empfindet.
- Immer ruhig bleiben.
- Bei grossen Wohnblöcken mit abgeschlossener Eingangstür: 2 Mal klingeln wie der Pöstler. Bei einem anderen Haushalt klingeln, um ins Gebäude hereinzukommen. Danach kann man direkt an der Türe des Zielhaushalts klingeln.

European Social Survey 2006

Briefing Interviewer



Tagesablauf Déroulement de la journée

Matin / Vormittag

- ESS 2006 (SIDOS)
- Remise matériel / Materialverteilung
- Organisation terrain / Feldarbeit
- Pause
- Informer et persuader / Informieren und Überzeugen

Après-midi / Nachmittag

- Manipulation PC
- Manipulation SMS + CAPI Exercise / Übungen SMS
- Pause
- Questionnaire / Fragebogen
- Questions / Fragen



Solange ein Haushalt nicht kontaktiert werden kann, müssen Sie:

- **Mindestens 5 Kontaktversuche** im face to face unternehmen
- Diese Kontaktversuche müssen sich über ca. 2 Wochen erstrecken und an **verschiedenen Wochentagen und Uhrzeiten** stattfinden
- **Mindestens ein Kontaktversuch am Abend** (ab 18 Uhr) und ein Kontaktversuch an einem **Wochenende** ist vorgeschrieben, bevor ein Haushalt definitiv als Non-response angesehen werden kann



INFORMIEREN und überzeugen

für wen?

- SIDOS in Neuenburg (Schweizerischer Informations- und Datenarchiv-Dienst für die Sozialwissenschaften)
- In Zusammenarbeit mit: Bundesamt für Statistik (Neuenburg)
- Finanzierung: Schweizerischer Nationalfonds für wissenschaftliche Forschung
- Durchführung: M.I.S. Trend SA Bern & Lausanne



INFORMIEREN und überzeugen

- für was?
- wirklichkeitsgemässes Abbild der Lebensbedingungen und Meinungen der Bevölkerung in der Schweiz...
- ... und in weiteren 23 Ländern Europas, Vergleich mit unseren Nachbarländern
- Vergleich der Resultate mit vorhergehenden Befragungen und Aufzeigen von Entwicklungen (dritte ESS nach 2002 und 2004)
- Untersuchen der Lebensverhältnisse und Mithelfen, diese zu verbessern



INFORMIEREN und überzeugen

- was?
- 1800 persönliche Interviews in der ganzen Schweiz
- Interviewdauer: ca. eine Stunde
- eine Person ab 15 Jahre (zufällig ausgewählt) pro Haushalt



INFORMIEREN und überzeugen

weitergehende Informationen:

- Gratistelefonnummer M.I.S. Trend: 0800 800 246
- Internet: <http://less.sidos.ch> oder <http://www.europeansocialsurvey.org>
- ESS 2004: Prix Descartes für herausragende wissenschaftliche Leistungen in Europa



INFORMIEREN und überzeugen

LISTE DER GESCHENKE

CASH (30.-)



• 30.-Geld

OUTSCHEINE (30.-)



• In natura 30

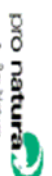


• 30 in Form der 30B

WOHLTÄTIGE SPENDEN (30.-)



• Informationsportal des Komitees vom Roten Kreuz



• Schweizerische Krebsliga



VIEL ERFOLG!