

## Interviewer (m/w/d) - Kurzinformation

Sehr geehrte Damen und Herren,  
wir möchten Sie bitten, sich die nachfolgenden Hinweise und Erläuterungen genau durchzulesen und während Ihrer Mitarbeit als Interviewer (m/w/d) zu beachten.  
Sie müssen mindestens 18 Jahre alt und sollten mobil sein.

### Ziel von Marktuntersuchungen

Ziel von Marktuntersuchungen ist ganz allgemein das Erkennen von Verbraucherwünschen und Gewohnheiten, damit sich die Anbieter von Gütern und Dienstleistungen besser auf diese einstellen und so wirtschaftliche Fehlkalkulationen auf ein Minimum reduzieren können.

### Meinungsbefragung

Die Tätigkeit eines Interviewers (m/w/d) beinhaltet lediglich eine Meinungsbefragung, in keinem Fall wird von den befragten Personen ein Kauf oder eine Unterschrift erwartet, und niemals wird mit der Interviewer (m/w/d) Tätigkeit eine Werbung für irgendein Produkt verbunden sein.

Es ist unseren Interviewern (m/w/d) auf keinen Fall gestattet, die Durchführung des einzelnen Interviews mit einer weiteren Nebentätigkeit zu verbinden!

### Anonymität der Befragten

Den Befragten (m/w/d) wird stets volle Anonymität zugesichert. Alle Fragebögen werden mit Hilfe des Computers ausgewertet und nach bestimmten statistischen Merkmalen analysiert. Somit sind Rückschlüsse auf den einzelnen Befragten nicht möglich. Wir versichern, dass weder die Adresse noch Einzelangaben aus einem Interview an irgendwelche Firmen oder Institutionen weitergegeben werden. Dazu müssen wir bei jedem unserer Interviewer (m/w/d) natürlich ein entsprechendes Verhalten voraussetzen.

### Zielgruppen der Befragungen

Produkt + Markt ist schwerpunktmäßig in folgenden Bereichen tätig:

#### Agrarmarktforschung

Hier werden Landwirte, Landhändler, Landmaschinenhändler, Garten- und Landschaftsbaubetriebe befragt. Kontakte zu diesen Zielgruppen wären von Vorteil, da wir Ihnen in der Regel kein Adressmaterial zur Verfügung stellen und Sie sich Ihre Befragungspartner selbst suchen müssen.

#### Pharmamarktforschung

Hier werden Ärzte und medizinische Fachangestellte (Krankenschwestern, Berater, Apotheker) verschiedener Fachrichtungen der Humanmedizin sowie Patienten und Betroffene verschiedener Krankheiten befragt. Eine weitere Zielgruppe sind praktizierende Tierärzte (Groß- und Kleintierpraktiker). Ideal wäre, wenn Sie schon Erfahrung im Umgang mit Ärzten oder ein gutes persönliches Verhältnis zu diesen hätten, denn Adressen werden auch hier nicht immer vorgegeben.

#### Unternehmensmarktforschung

Um Wünsche und Probleme von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen zu erforschen, werden Geschäftsführer/Besitzer oder leitende Angestellte dieser Betriebe befragt. Hierfür können wir Ihnen häufig Adressen zur Verfügung stellen, werden Ihnen dies aber im Einzelfall mitteilen. In den Bereich Unternehmensmarktforschung fallen auch Befragungen bei Landhändlern und landwirtschaftlichen Lohnunternehmern sowie bei Forstämtern. Bei der Durchführung der Befragung stellt dieser Bereich oft besondere Anforderungen an das Auftreten des Interviewers (m/w/d).

## Verbraucherbefragungen

Befragt werden Personen, die Dienstleistungen verschiedenster Art in Anspruch nehmen. Hier ist ein besonders diskreter Umgang mit dem Befragungspartner und dem Thema wichtig. Nur gelegentlich wird Ihnen hier Adressmaterial zur Verfügung gestellt.

Wir möchten darauf hinweisen, dass wir alle o. g. Themenbereiche bearbeiten, dass die Auftragshäufigkeit jedoch sehr verschieden ist. Befragungen im landwirtschaftlichen Bereich werden ständig durchgeführt, Befragungen im Pharmabereich seltener und Verbraucherbefragungen in nur größeren zeitlichen Abständen. Entsprechend häufig oder seltener können Sie zum Einsatz als Interviewer (m/w/d) kommen.

Es ist nicht Voraussetzung, dass Sie in allen Bereichen für uns tätig werden. Für uns ist es von Interesse, mit Interviewern (m/w/d) zusammenzuarbeiten, die einen guten Zugang zu der einzelnen Zielgruppe haben. Überlegen Sie deshalb, bevor Sie sich für eine oder mehrere Zielgruppen entscheiden, ob Ihnen der Zugang zu dem jeweiligen Personenkreis relativ leicht möglich ist. Es ist ggf. notwendig, dass Sie mobil sind. Kennzeichnen Sie bitte auf dem Kontaktdatenblatt dann die entsprechende Rubrik, in der Sie für uns tätig werden möchten.

## Ablauf der Interviewer (m/w/d) Tätigkeit

Vor Beginn einer Studie senden wir Ihnen eine Ankündigung zu (Zielgruppe, Thema der Befragung, Befragungszeitraum, durchschnittliche Interviewdauer, Honorar). Sie entscheiden, ob Sie an dieser Studie teilnehmen möchten.

Ihre Aufgabe ist es dann, die entsprechenden Interviewpartner zu suchen und zu ermitteln, ob diese an einem Interview teilnehmen werden. Bevor Sie den Quotenplan ausfüllen, sollten Sie sich Gedanken machen, wie und wo Sie die Zielgruppe erreichen.

Wir bitten Sie dann, Ihren Quotenplan (mit Ihrem Angebot, wie viele Interviews Sie in dieser Studie **definitiv** durchführen könnten) ausgefüllt an uns zurückzusenden. Da in jeder Studie (nur) eine festgelegte Anzahl Interviews in einer ganz bestimmten Quotierung durchgeführt werden soll, **kann** es vorkommen, dass wir Ihnen eine etwas geringere Quote zuteilen müssen.

### Noch ein wichtiger Hinweis:

Sprechen Sie keine Termine mit möglichen Interviewpartnern ab, bevor Sie nicht Ihre genaue Quote kennen und die Unterlagen erhalten haben. Es kann vorkommen, dass der Auftraggeber noch „in letzter Minute“ eine Änderung wünscht und der Start der Studie sich deswegen verzögert.

Sobald der Fragebogen verschickt werden kann, erhalten Sie die Unterlagen auf dem Postwege zugesandt. Diese bestehen in der Regel aus:

- Fragebögen
- Interviewer (m/w/d) Hinweise (diese enthalten ausführlich alle für die Durchführung der Befragung wichtigen Informationen)
- Honorarabrechnungsf formular, das Sie nach der Befragung mit den Fragebögen **unterschieden** an uns zurücksenden müssen
- Teilnehmerliste/Kontrollliste
- Interviewer (m/w/d) Bescheinigung zur Vorlage bei den Befragungspartnern
- weitere Materialien zur Durchführung der Interviews

Sobald Sie Ihre Unterlagen erhalten haben, sollten Sie mit den Interviews beginnen. Meist haben Sie 10 – 14 Tage Zeit, die Befragungen durchzuführen.

Wichtig ist, dass Sie die **Fragebögen pünktlich zum Abgabetermin an Produkt + Markt zurückschicken**, da wir sie sonst nicht mehr in die Auswertung hineinnehmen und somit auch nicht bezahlen können. Sollte es einmal zu Verzögerungen kommen, aus welchen Gründen auch immer, melden Sie sich bitte umgehend bei uns. Wir besprechen dann, was zu tun ist. Bei großen und schwierigen Studien können wir manchmal beim Auftraggeber eine Laufzeitverlängerung erreichen. Senden Sie die Unterlagen nicht einfach leer an uns zurück.

Ein ständiger Kontakt zwischen Ihnen und Produkt + Markt ist notwendig, damit wir sofort reagieren können. Selbstverständlich haften Sie nicht, wenn Sie die Befragungen nicht durchführen können. Ausfallende Interviews müssen wir jedoch noch innerhalb der Laufzeit an andere Interviewer (m/w/d) neu verteilen.

In der Regel gilt außerdem folgendes:

Es dürfen **keine Selbstbefragungen bzw. Doppelbefragungen innerhalb eines Haushaltes** durchgeführt werden. Dies gilt insbesondere bei Verbraucherbefragungen. Ausnahmen von dieser Regelung werden nur nach gesonderter Vereinbarung mit uns zugelassen.

### **Kontrollverfahren**

Die Auftraggeber einer Marktuntersuchung verpflichten uns vertraglich, dass alle Daten korrekt und den gestellten Bedingungen gemäß erhoben werden. D. h., dass wir uns eine Grundlage schaffen müssen, die es uns ermöglicht, die korrekte Durchführung Ihrer Interviews zu überprüfen. Aus jeder Studie wird ein bestimmter Prozentsatz Interviews kontrolliert – stichprobenartig.

Zu jedem Interview ist daher auf der Teilnehmerliste Name/Firma, Anschrift, Telefonnummer und Befragungspartner zu notieren, damit Produkt + Markt die korrekte Durchführung der Interviews kontrollieren kann. Die Interviewbögen und die Teilnehmerlisten werden von uns getrennt bearbeitet!

Bitte beachten Sie:

Ein Interview, zu dem Sie uns auf der Teilnehmerliste keine oder für eine Kontrolle nicht ausreichende Information (z. B. keine Adresse und keine Tel.-Nr., sondern nur ein Name) angeben, können wir nicht als korrekt anerkennen, dürfen es nicht verwerten und werden es damit auch nicht honorieren.

### **Zum Auftreten als Interviewer (m/w/d)**

Von Ihrem Auftreten hängt im Wesentlichen der Erfolg der Befragung ab. Wir können Ihnen hier ein paar Tipps geben.

Dies fängt an bei der Terminabsprache: Rufen Sie nicht zu „unmöglichen Zeiten“ an, zu denen Sie Ihren Befragungspartner wahrscheinlich stören werden. Bleiben Sie am Telefon freundlich, auch wenn Ihr potentieller Interviewpartner nicht zum Gespräch bereit ist.

Wenn Sie einen Gesprächstermin wahrnehmen, seien Sie bitte pünktlich. Achten Sie auf Ihr Auftreten. Bleiben Sie freundlich und geduldig Ihrem Gesprächspartner gegenüber. Lassen Sie ihn ausreden – sollte er jedoch zu weit abschweifen, führen Sie ihn sanft zum Interviewthema zurück.

Ihr äußeres Erscheinungsbild sollten Sie dem Ort und der Umgebung des Befragungspartners anpassen. Gerade im Bereich Gewerbe/Handel/Dienstleistungen hängt es u. a. von Ihrem Äußeren ab, ob man Ihnen als angenehmen Gesprächspartner später noch einmal ein Gespräch gestattet oder nicht.

## Honorarregelung

Für jedes von Ihnen vollständig und korrekt innerhalb der vorgegebenen Feldzeit durchgeführte Interview erhalten Sie ein vorher festgelegtes Honorar. Wir erstatten Ihnen (zusätzlich zum Honorar) die Kosten für das notwendige Rückporto und Telefonate mit dem Institut. Wir bitten darum, dass Sie diese Kosten auf der Honorarabrechnung vermerken.

Die Überweisung Ihres Honorars erfolgt nach **Abschluss** einer Studie (ca. 3 - 4 Wochen nach Abgabetermin).

**Da Sie als Interviewer (m/w/d) selbständig tätig sind, sind Sie auch für die Versteuerung der Honorare und die Beachtung eventueller sozialversicherungsrechtlicher Vorschriften selbst verantwortlich.**

## Ihre Ansprechpartner<sup>4</sup>

Bitte halten Sie mit uns engen Kontakt, melden Sie sich bei uns, falls es Verzögerungen oder Schwierigkeiten geben sollte.

Oftmals nennen wir Ihnen in der Interviewer (m/w/d) Anweisung zu einer Studie einen speziellen Ansprechpartner. Jedoch können Sie jeden der unten genannten Mitarbeiter anrufen und Ihr Anliegen besprechen, in der Regel rufen wir gleich zurück oder vermitteln einen späteren Rückruf.

Wilhelm Nordmann	05407/885-200	<a href="mailto:wnordmann@produktundmarkt.de">wnordmann@produktundmarkt.de</a>
Sigrid Heideck	05407/885-247	<a href="mailto:sheideck@produktundmarkt.de">sheideck@produktundmarkt.de</a>
Uwe Klose	05407/885-256	<a href="mailto:uklose@produktundmarkt.de">uklose@produktundmarkt.de</a>
Torsten Fabich	05407/885-100	<a href="mailto:tfabich@produktundmarkt.de">tfabich@produktundmarkt.de</a>
Gerd Sies	05407/885-125	<a href="mailto:gsies@produktundmarkt.de">gsies@produktundmarkt.de</a>
Silke Lienhard	05407/885-272	<a href="mailto:slienhard@produktundmarkt.de">slienhard@produktundmarkt.de</a>
Nadine Wellmann	05407/885-233	<a href="mailto:nwellmann@produktundmarkt.de">nwellmann@produktundmarkt.de</a>
Gabriele Müller	05407/885-236	<a href="mailto:gmueller@produktundmarkt.de">gmueller@produktundmarkt.de</a>
Sadik Ademaj	05407/885-285	<a href="mailto:sademaj@produktundmarkt.de">sademaj@produktundmarkt.de</a>
Martina Latzke	05407/885-352	<a href="mailto:mlatzke@produktundmarkt.de">mlatzke@produktundmarkt.de</a>
Irina Braunagel	05407/885-353	<a href="mailto:ibraunagel@produktundmarkt.de">ibraunagel@produktundmarkt.de</a>
Fax-Nr.	05407/885-244	