

SKOPOS
CATI



Was sind telefonische Befragungen?

- In der Regel mittels Computersystem (CATI = Computer Assisted Telephone Interview) durchgeführte standardisierte Erhebungen
- Telefonische Befragungen eignen sich nicht nur für „klassische“ Erhebungen, sondern auch für Mystery Calls, also verdeckte Testanrufe

Vorteile telefonischer Befragungen gegenüber Face-to-Face-Befragungen

- Kürzere Feldzeit
- Geringere Kosten
- Höhere Akzeptanz bei den Befragten
- Subjektiv wahrgenommene Anonymität der Befragten
- Höhere Ausschöpfung durch häufigere Kontaktversuche
- Sehr gute Interviewerkontrolle
- Geringe Fehleranfälligkeit
- Kürzere Reaktionszeiten bei Änderungen am Fragebogendesign
- Schnelle Ergebnisse

Telefonische Befragungen eignen sich insbesondere für Befragungen...

- ... die hochstandardisiert sind
- ... mit komplizierten Filterführungen
- ... mit komplexen Quotierungen
- ... mit schwierig zu erreichenden Zielgruppen

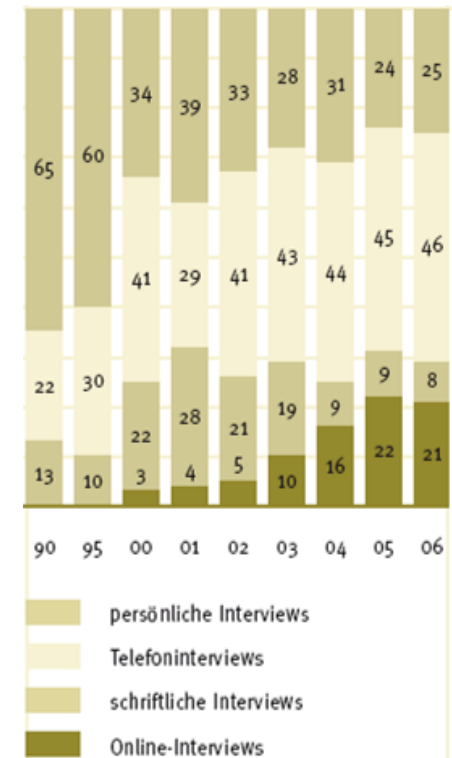
Was macht Online-CAPI so interessant?

- Trotz Tendenz zur Online-Forschung stellen telefonische Befragungen immer noch die wichtigste Erhebungsform in der Marktforschung dar: 46% der 2006 durchgeführten Interviews fanden am Telefon statt (siehe Grafik)
- Mit dem Telefon können 99% der Haushalte in Deutschland erreicht werden
 - Im Vergleich hierzu sind 2006 nur rund 57% der Bevölkerung Deutschlands online
 - Für die repräsentative Abbildung der Gesamtbevölkerung und/oder einzelner Bevölkerungsgruppen sind telefonische Interviews sehr gut geeignet

Aktuelle Probleme bei telefonischen Befragungen

- Festnetzanschlüsse werden zunehmend von Mobilanschlüssen ersetzt
 - Generierung von Zufallsnummern (Random) ist schwierig
 - Regionale Zuordnung von Telefonanschlüssen nicht möglich
- Immer weniger Personen sind bereit, an einem Interview am Telefon teilzunehmen
 - Sinkende Ausschöpfungsquote

Anteil der Interviews nach Befragungsart in Prozent



Quelle: ADM Jahresbericht 2006

Die Interviewer werden gezielt ausgesucht und durchlaufen regelmäßig intensive Schulungen

Bewerbungsgespräch	Schon beim ersten Kontakt wird die Eignung des Interviewers geprüft
Einstellungstest	Im Vorstellungsgespräch durchläuft der Bewerber standardisierte Einstellungstests (u.a. Lese-/Schreibtest, Probeinterview)
Einführungsschulung	Die ausführliche Einführungsschulung umfasst sowohl Techniken des CATI-Systems, als auch vor allem eine Einführung in die Marktforschung, Gesprächstechniken und Phonetik
Nachschulungen	In regelmäßigen Abständen finden Nachschulungen statt, die die Interviewer über die neuesten Techniken informiert, Fragen beantwortet und das allgemeine Wissen auffrischt
B2B-Schulung	Business-to-Business-Schulungen bereiten die Interviewer auf spezielle Situationen und Gesprächstechniken bei Gesprächen mit geschäftlichen Interviewpartnern vor
Studienspezifische Schulungen	Zu Beginn jeder Studie werden die Interviewer in studienspezifische Besonderheiten eingewiesen und durchlaufen Testinterviews, um sämtliche Fragen zu klären

SKOPOS

Institut für Markt- und
Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG
Hans- Böckler- Straße 163
50354 Hürth
Phone: +49 (0) 2233 9988-880
Fax: +49 (0) 2233 9988-111
mail@skopos.de
www.skopos.de



Follow us on

