

ERSTINFORMATION

Für Interviewer zukünftige Interviewer



INHALTSVERZEICHNIS

1	EINFÜHRENDE INFORMATIONEN FÜR NEUE INTERVIEWER.....	3
1.1	Bewerbungsunterlagen	3
1.2	Unser Unternehmen	3
1.3	Öffnungszeiten und Erreichbarkeit.....	4
2	IHRE AUFGABEN ALS FREIBERUFLICHER MITARBEITER BEI F&T	4
2.1	Was ist die Aufgabe eines Interviewers	4
2.2	Welche Voraussetzungen sollte ein Interviewer erfüllen.....	5
2.3	Ihr Status als Interviewer.....	5
3	VON DER BEWERBUNG BIS ZUM EINSATZ	6
3.1	Erhalt der Bewerbungsunterlagen	6
3.2	Unsere Abteilungen	6
4	INSTITUTSORGANISATION.....	6
5	HONORARSTRUKTUR - VARIABLE VERGÜTUNG.....	9
6	ABSCHLIESSENDE ANMERKUNG	9

1 EINFÜHRENDE INFORMATIONEN FÜR NEUE INTERVIEWER

Liebe Bewerberin, lieber Bewerber

wir freuen uns über Ihr Interesse an unserem Unternehmen bzw. über Ihre Bewerbung für die Tätigkeit als Interviewer. Im Folgenden möchten wir Sie näher mit unserem Institut, der Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH, vertraut machen sowie Ihnen die ersten Informationen über den Interviewerbereich vermitteln.

1.1 Bewerbungsunterlagen

Als Anlage erhalten Sie eine Stammkarte und eine Verpflichtungserklärungen zum Datenschutz. Die Angaben auf Ihrer Stammkarte sollen uns über Ihre Einsatzmöglichkeiten, Fähigkeiten und eventuellen Erfahrungen in der Markt- und Meinungsforschung Aufschluss geben. Alle Formulare sollten innerhalb der nächsten 14 Tage ausgefüllt und unterschrieben an uns zurückgesendet werden. Vergessen Sie bitte nicht, der Stammkarte ein aktuelles Bild und eine Kopie Ihres Personalausweises beizufügen.



1.2 Unser Unternehmen

Die Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH wurde 1977 gegründet. Aus bescheidenen Anfängen mit zwei Mitarbeitern und 150 Freiberuflern hat sich ein Unternehmen mit über 200 Angestellten und ca. 2.000 freiberuflichen Interviewern entwickelt.

Das Hauptaufgabengebiet unseres Unternehmens liegt in der Durchführung von Befragungen. Wir arbeiten im Auftrag von namhaften Unternehmen und Konzernen aus den Bereichen Lebensmittel-, Textil-, Möbel-, Automobil-, Kosmetik- oder Waschmittelindustrie. Zu unseren Kunden gehören des Weiteren Markt- und Meinungsforschungsinstitute, Werbeagenturen, Unternehmensberatungen, Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie öffentliche Institutionen.

Wir führen Interviews mit allen Bevölkerungsgruppen zu den unterschiedlichsten Themenbereichen durch, z. B. in Form von Kundenzufriedenheits- und Quotenstudien, Produkttests etc. In der Abteilung Mobile Datenerfassung werden zudem wöchentlich Daten zu bestimmten Produkten im Einzelhandel erhoben.

1.3 Öffnungszeiten und Erreichbarkeit

Unser Institut ist Montag bis Donnerstag in der Zeit von 09.00 Uhr bis 18.00 Uhr durchgehend geöffnet. Freitags können Sie uns von 09.00 Uhr bis 16.30 Uhr erreichen. Zu diesen angegebenen Öffnungszeiten können Sie uns immer direkt telefonisch unter der bundesweit kostenlosen Rufnummer 0800 – 7 11 13 17 kontaktieren. Außerhalb der Geschäftszeiten steht Ihnen unser Anrufbeantworter zur Verfügung.

Übersicht Bürozeiten:

Buchhaltung: Montag bis Freitag 09:00 – 13:00 Uhr

Telefonstudio: Montag bis Freitag 09:00 – 20:30 Uhr, Samstag 13:00 – 18:30 Uhr

Restliche Abteilungen: Montag bis Donnerstag 09:00 – 18:00 Uhr, Freitag 09:00 – 16:30 Uhr

Zu allen Zeiten können Sie uns eine E-Mail senden: info@ftmafo.de oder schulung@ftmafo.de sowie ein Fax schicken: 02 34 – 5074 – 199.

Schauen Sie doch auch mal auf unserer Website vorbei unter www.ftmafo.de oder besuchen Sie uns bei Facebook!

2 IHRE AUFGABEN ALS FREIBERUFLICHER MITARBEITER BEI FOERSTER & THELEN

2.1 Was ist die Aufgabe eines Interviewers

Die Marktforschung ist eines der wichtigsten Werkzeuge des Marketings. Wie jede andere Forschung muss auch die Marktforschung gewisse Kriterien erfüllen, die eng mit der wissenschaftlichen Methode verknüpft sind: Unabhängigkeit, formale Genauigkeit, konzeptionelle Richtigkeit und Aussagekraft. Die Rolle des Interviewers ist demnach entscheidend in Bezug auf die Qualität der gesammelten Daten.

Ein Interviewer ist stets ein neutraler Beobachter und Sprachrohr des Befragten. Er darf ihn in keiner Weise beeinflussen und seine persönliche Meinung nicht mit in die Befragung einfließen lassen. Er lässt sich auf keine kritischen Gespräche ein, bleibt stets objektiv, diskret und sorgt für eine einwandfreie Abwicklung der Untersuchung. Dies kann er nur dann gewährleisten, wenn er sich laufend mit den Inhalten der beauftragten Studien vertraut macht, die ihm von unserem Institut zur Verfügung gestellt werden.

2.2 Welche Voraussetzungen sollte ein Interviewer erfüllen

Als Interviewer haben Sie mit vielen verschiedenen Menschen zu tun. Ein sicheres und freundliches Auftreten, gepflegte und adrette Erscheinung und Kontakt- und Kommunikationsfreude sind bei dieser Tätigkeit deshalb von großer Bedeutung.



Sie fungieren gegenüber der Öffentlichkeit als Botschafter unseres Unternehmens und unserer Auftraggeber und sollten sich deshalb stets höflich und professionell verhalten. Außerdem sollten Sie über sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift und ein allgemeines Verständnis für Technik verfügen, da der größte Teil unserer Projekte mit Hilfe von Tablets, Smartphones oder Laptops durchgeführt wird.

2.3 Ihr Status als Interviewer

Die Beschäftigung als Interviewer in unserem Institut ist als freiberufliche Nebentätigkeit auf Honorarbasis konzipiert. Alle Honorare müssen von Ihnen versteuert werden. Als freiberuflicher Mitarbeiter sind Sie über die Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH weder sozial- noch krankenversichert. Die von uns erteilten Aufträge können Sie

entsprechend Ihrer Möglichkeiten annehmen bzw. ablehnen. Die Arbeitszeiten sind innerhalb des vorgegebenen Terminrahmens von Ihnen flexibel zu bestimmen. Erst mit der Übernahme eines Auftrages verpflichten Sie sich, diesen gemäß unserer methodischen Vorgaben termingerecht und vollständig durchzuführen.

Auskünfte über individuelle Hinzuverdienstgrenzen (z. B. bei Bezug von Renten, Arbeitslosengeld, etc.) dürfen von uns nicht erteilt werden, sondern müssen bei den entsprechenden Ämtern erfragt werden.

3 VON DER BEWERBUNG BIS ZUM EINSATZ

3.1 Erhalt der Bewerbungsunterlagen

Sobald Sie alle Unterlagen (Stammkarte, Ausweiskopie, Datenschutzerklärung) an uns zurückgesendet haben, erhalten Sie eine vierstellige Interviewernummer und werden in unserem System angelegt. Somit können alle Abteilungen auf Ihre Interviewerdaten zurückgreifen und die ersten Aufträge werden folgen.

Anschließend erhalten Sie einen Interviewerausweis, der Sie dazu berechtigt, im Auftrag von Foerster & Thelen Befragungen durchzuführen. Außerdem stellen wir Ihnen ein Interviewerhandbuch zum Download zur Verfügung, das wichtige Informationen für die Zusammenarbeit mit unserem Institut beinhaltet.

3.2 Unsere Abteilungen

Wir haben insgesamt fünf Einsatzabteilungen, die nach Studienformen aufgeteilt sind. Sie erhalten die meisten Anfragen von den Abteilungen POS & B2B, Sowi / Random und Produkttest. Anschließend teilen Sie den Abteilungen mit, ob Sie an den anstehenden Projekten teilnehmen möchten oder nicht.

Es wird stets bekannt gegeben, wie lange die Projekte laufen (Feldzeit), um welche Art des Projekts es sich handelt (z. B. Produkttest, Kundenbefragung, Testbesuch etc.), wie zeitaufwendig der Fragebogen ist, wie die Honorar-Struktur aussieht, was das genaue Thema des anstehenden Projekts ist, welche Schulungen wann angeboten werden etc.

4 INSTITUTSORGANISATION

Einmal im Jahr erhalten Sie als Interviewerin bzw. Interviewer unseres Institutes ein aktuelles Betriebsorganigramm, dem Sie die Namen und Durchwahlen unserer Mitarbeiter sowie deren Abteilungszugehörigkeit entnehmen können.

Unser Betriebsorganigramm steht Ihnen zum Download auf unserer Website www.ftmafo.de zur Verfügung. Das dort aufgeführte Institutsschema gibt Ihnen einen ersten Eindruck über die verschiedenen Abteilungen unseres Hauses.



Wir unterscheiden zwischen fünf „Einsatzabteilungen“ in unserem Institut, wobei drei für den Face-to-Face-Bereich relevant sind.

Abteilung POS (Point-of-Sale) & B2B betreut folgende Projektformen:

- Kundenzufriedenheitsstudien, z. B. in Lebensmittelmärkten, Einkaufshäusern, Schnellrestaurants, Autohäusern, Zügen, an Bahnhöfen, auf Messen etc., die in der Regel als ganztägige Einsätze konzipiert werden
 - Die Zielgruppe variiert je nach Einsatzort, z. B. Kunden eines Einzelhandelsgeschäftes, Bahnreisende, Besucher einer Messe etc.
 - Befragungsort: Direkt am Verkaufspunkt, eine Befragungsgenehmigung liegt stets vor
 - Methodik: In der Regel mit Hilfe von Tablets, Smartphones oder Laptops – das nötige Equipment wird für die Laufzeit des Projekts von uns zur Verfügung gestellt.
- Firmenbefragungen, Copytests, Laufwegeanalysen, Frequenzzählungen, Mystery Shopping bzw. Testkäufe/Testbesuche etc.

Abteilung SOWI & RANDOM betreut folgende Projektformen:

- Sozialwissenschaftliche Studien aus den Bereichen Arbeit, Bildung, Finanzen, Familie und Gesundheit

-
- Befragt werden einzelne Zielpersonen oder ganze Familien in fremder Umgebung - dabei unterscheiden wir bei dieser Projektform zwischen zwei methodischen Vorgehensweisen:
 - Panel & Aufstockung:
 - Nach der Ziehung der Stichprobe werden grundsätzlich alle Zielpersonen umfangreich und kostenaufwendig angeschrieben
 - Die Zielpersonen sind also vorinformiert, die Aufstockungsadressen haben aber zu der aktuellen Studie ihre Teilnahme nicht konkret zugesagt.
 - Random:
 - Der Interviewer bekommt als zufälligen Ausgangspunkt einen Straßennamen und eine Hausnummer vorgegeben
 - Von dort aus wird mittels eines vorgeschriebenen Routenbegehungsplans jeder x-te Adresse/ Wohneinheit aufgenommen
 - Im nächsten Schritt erfolgt die Haushaltsauswahl. Aus der resultierenden Haushaltsliste wird per Zufall die Zielperson gezogen
 - Die Zielpersonen werden in der Regel nicht vorher informiert, dass sie für die Studie ausgewählt wurden

Abteilung PRODUKTTEST & QUOTA betreut folgende Projektformen:

- Home-Use-Tests (Produkttests)
 - Unsere Interviewer rekrutieren passende Kandidaten, in der Regel aus ihrem Freundes- und/oder Bekanntenkreis, die den Quotenvorgaben entsprechen und testen die Produkte niemals selbst
 - Bei der Erhebung entscheiden unsere Auftraggeber ob per Laptop, Smartphone oder Tablet-PC befragt wird. Im Zuge der von uns durchgeführten Feldarbeit versenden wir, unterstützt durch unsere leistungsstarke Logistik, etwa 10.000 Pakete mit Testprodukten an unsere Interviewer bzw. die betreffenden Probanden
- Quotabefragungen
 - Bei Projekten, die nach vorgegebenen Quotenmerkmalen durchgeführt werden, erfolgt die Rekrutierung der Zielpersonen in der Regel aus dem Umfeld der Interviewer
 - Für jedes Projekt entsteht somit ein individuell rekrutierter Pool von potentiellen Befragungsteilnehmern, aus dem anschließend nach Quotenvorgaben der Auftraggeber die Testpersonen ausgewählt werden, die an der Befragung teilnehmen
 - Typische Quotenvorgaben betreffen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bundesland und Ortsgröße, sowie auch Einkommens- und Bildungsniveau, persönliche Interessen oder bestimmtes Konsumverhalten

5 HONORARSTRUKTUR - VARIABLE VERGÜTUNG

Die Honorierung erfolgt pro Interview, je nach Aufwand zwischen 1 - 30 Euro, abhängig von Interviewlänge, Quotenvorgaben (z. B. Alter, Geschlecht, Bildung etc.), Personengruppen (z. B. Supermarktkunden, Freunde und Bekannte, Ärzte etc.), Adressvorgaben, zeitlichen Aufwand (einzelne Interviews oder ganztägige Einsätze) etc.

Unsere Buchhaltung ist für die Weiterleitung der Interviewerhonorare zuständig. Sobald Sie in unserer Interviewerdatenbank angelegt wurden, wird ein Interviewerkonto in unserer Buchhaltung für Sie eingerichtet, auf das alle Honorare der von Ihnen bearbeiteten Projekte einfließen. Die einzelnen Projekte werden von dem jeweiligen Projektleiter zum Studienende, in der Regel in einem Zeitintervall von sechs bis acht Wochen abgerechnet und an die Buchhaltung weitergeleitet. Unsere Interviewer rufen den Stand ihres Interviewerkontos in regelmäßigen Abständen eigenständig ab, in dem sie sich mit unserer Buchhaltung in Verbindung setzen. Anschließend wird ein Verrechnungsscheck an den Interviewer verschickt. Alternativ können Sie sich zwecks einer Überweisung mit unserer Buchhaltung in Verbindung setzen.

6 ABSCHLIESSENDE ANMERKUNG

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Informationsbroschüre einen ersten Einblick in unsere bzw. in Ihre zukünftige Arbeit als Interviewer/Interviewerin in unserem Hause gegeben zu haben.

© 2020 by Foerster & Thelen

Herausgeber: Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH

Text und Inhalt: Alicja Mariano

Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH · Stühmeyerstr. 16, 44787 Bochum
Tel. +49 (0) 234-5074 - 0 · Fax. +49 (0) 234-5074 - 199 · info@ftmafo.de · www.ftmafo.de

Im Verbund der www.foerster-thelen-group.com

BOCHUM - BERLIN - DRESDEN - DÜSSELDORF - HANNOVER - MANNHEIM - WIEN - BARCELONA