Pressemitteilung 12. Januar 2012

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.
Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19
Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21
presse@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de

Stichwort Marktforschung

Verbraucherwissen: Was tun, wenn man sich durch telefonische Befragungen gestört fühlt?

Berlin, 12. Januar 2012. In der Markt- und Sozialforschung werden häufig Telefonbefragungen durchgeführt, um Meinungen zu bestimmten Fragestellungen einzuholen. Manchmal kommt der Anruf zu einem ungelegenen Zeitpunkt, was dazu führt, dass sich Bürgerinnen und Bürger gestört fühlen können. Befragte haben dann aber die Möglichkeit, mit der Interviewerin bzw. dem Interviewer einen ihnen passenden Termin zu vereinbaren. Die Website der Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. bietet nun Hilfe und Information an für den Fall, dass sich Verbraucher belästigt fühlen oder unsicher sind, ob es sich wirklich um einen seriösen Marktforschungsanruf handelt.

Auf der Website der Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. ist unter anderem die Richtlinie für telefonische Befragungen zu finden, welche festlegt, dass Privathaushalte nur im Zeitraum zwischen 9 Uhr und 21 Uhr angerufen werden dürfen, um eine relevante Beeinträchtigung der Privatsphäre auszuschließen. Sollte sich auch in dieser Zeitspanne keine Gelegenheit für eine Teilnahme an der Telefonbefragung von Seiten des Angerufenen ergeben, zeigen sich die Institute, die die Umfrage durchführen, sehr flexibel. Die Interviewerin bzw. der Interviewer ist gerne bereit, einen neuen Termin zu einer anderen Uhrzeit oder für einen anderen Tag zu vereinbaren. Lehnt die angerufene Person die Teilnahme an der Befragung ab, ist ein wiederholter Anruf für diese Befragung nicht gestattet.

Auch bei beobachteten Verstößen gegen diese Richtlinie bietet die Website der Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. Unterstützung. Sie klärt Bürgerinnen und Bürger über die Konsequenzen auf, mit denen ein Institut, das gegen die Standesregeln der Markt- und Sozialforschung verstößt, zu rechnen hat. Unter anderem verweist die IMSF gegebenenfalls auch auf den Rat der Deutschen Markt- und Sozialforschung e.V., der konkrete unangemessene Störungen verfolgt. Weitere Informationen auf der Website www.deutsche-marktforscher.de findet man unter http://www.deutsche-marktforscher.de/faq.html#c55.

ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungs-institute e.V.

Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)

BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.

Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Die **Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.** will die Öffentlichkeit über Markt- und Sozialforschung und deren Unterschied zu Werbung und Verkauf informieren. Weitere Aufgaben sind, die Garantie von Anonymität und Datenschutz zu betonen und den Nutzen von Markt- und Sozialforschung für die Gesellschaft zu verdeutlichen.

Träger der Initiative sind die Branchenverbände der Markt- und Sozialforschung:

- ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.
- Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.
- Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Kontakt

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.
Dr. Sibylle Appel
Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 – 49 90 74 19
Fax: +49 (0)30 – 49 90 74 21
presse@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de