

# Neues Research Center Fribourg: Investition in die Zukunft

Direkt am «Röstigraben» hat DemoSCOPE im Juni 2018 seinen neuen Westschweizer Standort mit einem Telefonlabor in Betrieb genommen.

Stefan Klug\*



Bild: zVg

Standortleiterin Carole Manzoni (stehend) und ihr Team haben ihre Arbeit in Fribourg aufgenommen.

Telefonische Befragungen aus eigenen Ressourcen anzubieten, gehört mittlerweile nicht mehr zum Standard-Repertoire der Schweizer Marktforschungsbranche. Ein Grossteil der Aufträge, darunter auch wichtige öffentliche, werden über günstige, weil personalkostenfreie, Online-Erhebungen als Selbst-Ausfüller durchgeführt («self-administered questionnaire»). Warum will DemoSCOPE also weiter in die Telefonie investieren?

## Im Gespräch bleiben

DemoSCOPE versteht es als seinen Auftrag, Informationen, Meinungen und Daten von relevanten Zielgruppen vollständig und verzerrungsfrei einzuholen. Dafür müssen wir sicherstellen, die relevanten Zielpersonen über alle möglichen Kanäle anzusprechen, und ihnen ermöglichen, über deren bevorzugte Kommunikationsmedien an unseren Erhebungen teilzunehmen (Mixed-Mode-Ansatz). Wenn wir dabei Kommunikationskanäle wie telefonische Kontakte grundsätzlich aus-

schliessen, verletzen wir unseren – zu gegeben sehr hohen – Anspruch an die Aussagekraft unserer Studien.

## Telefonie mit Serviceanspruch

Telefonische Kontakte haben immer noch eine sehr hohe Bedeutung, um mit Personen ins Gespräch zu kommen. In mittlerweile fast allen nach wissenschaftlichen Kriterien durchgeführten Studien ermöglicht DemoSCOPE neben Online auch andere Kontaktarten: Wir nehmen Anrufe von Interessierten entgegen, führen Online-Interviews telefonisch zu Ende oder unterstützen Personen mit einer Hotline telefonisch, wenn sie Fragen haben. Telefonische Kontakte werden damit zu «Servicekontakten» und dienen nicht ausschliesslich dem Zweck der reinen Datenerhebung. Telefonie stützt über diese Servicefunktion die Datenqualität in unseren Erhebungen.

## Nähe durch Sprache

Die Schweiz kommuniziert in vielen Sprachen, wozu sich DemoSCOPE als

Schweizer Traditionsunternehmen mit einer mehr als 50-jährigen Geschichte ebenfalls verpflichtet fühlt. Mit dem Umzug von Genf nach Fribourg hat DemoSCOPE bewusst eine mehrsprachige und multikulturelle Schweizer Stadt mit deutlich spürbarem Bezug zur Westschweizer Kultur und Sprache gewählt. Am neuen Standort arbeiten Personen, die die Schweiz-spezifischen Sprachfärbungen und Dialekte auch im Französischen und Italienischen beherrschen. DemoSCOPE schafft damit eine Nähe zu den Menschen, die befragt werden sollen. Dadurch kann besser auf Einwände eingegangen werden und es wird eine Gesprächsqualität erreicht, die vom Befragten als angenehm und im Idealfall auch als unterhaltsam erlebt wird. Beides sind wichtige Voraussetzungen dafür, heute und auch in Zukunft relevante und aussagekräftige Marktforschungsstudien durchführen zu können. ■

\*Der Autor ist Produktionsleiter bei DemoSCOPE und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung