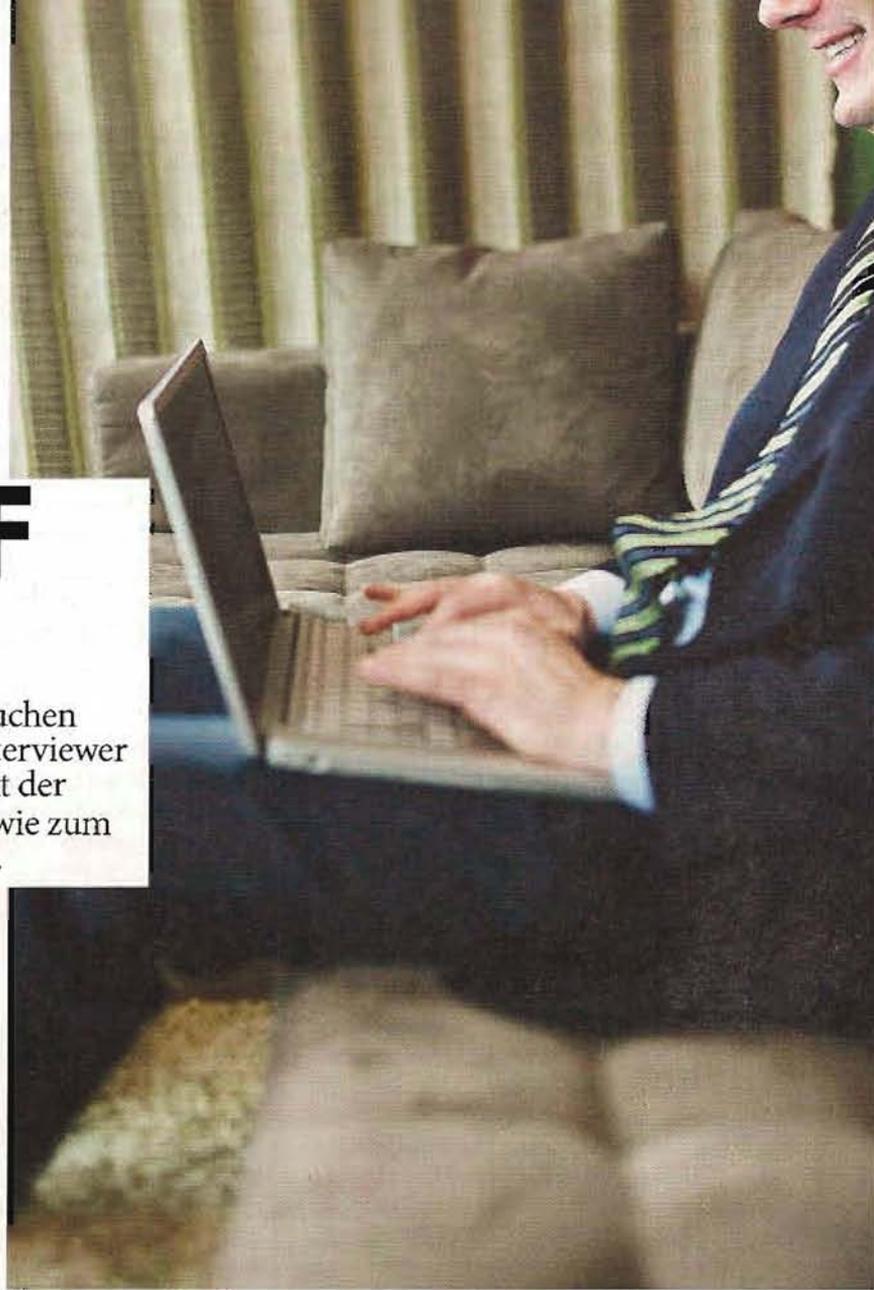


Die meisten Mitarbeitenden des gfs sitzen über die ganze Schweiz verteilt in ihrem Home Office.



# BEI ANRUF UMFRAGE

Marktforschungsunternehmen brauchen heute kein Callcenter mehr. Ihre Interviewer arbeiten zu Hause und sind stets mit der zentralen Datenbank verbunden – wie zum Beispiel beim gfs-Befragungsdienst.

## GUIDO WEMANS TEXT

Anrufe zur Nachtessenszeit, zwischen 18.30 und 19.30 Uhr, erfreuen sich kaum grosser Beliebtheit. Besonders wenn auf dem Telefondisplay «unbekannt» angezeigt wird und nach Abheben des Hörers eine Frauenstimme irgendwelche Produkte anpreisen will. Stellt sich aber am anderen Ende jemand als Interviewerin des gfs-Befragungsdienstes vor, kommt einem unwillkürlich der bekannteste Repräsentant dieser renommierten Unternehmensgruppe in den Sinn: Claude Longchamp von gfs.bern, der immer dann in der «Tagesschau» und der «Arena» zu sehen ist, wenn es darum geht, das Abstimmungsverhalten des Stimmbolkes zu analysieren.

Longchamp, der Mann mit der Fliege, ist ein Markenzeichen. Mit dem Startbonus, eine gfs-Befragung durchzuführen, hat die Interviewerin leichtes Spiel. Der Angerufene fühlt sich geehrt, zu den 1067 Probanden der Stichprobengruppe zu gehören.

Dass beide ungefragt und oft zu unpassender Zeit anrufen, ist wohl die einzige Gemeinsamkeit zwischen der Telefonverkäuferin und der Telefoninterviewerin. Während Erstere nur ein Ziel hat, nämlich eine Ware oder Dienstleistung zu verkaufen, will der gfs-Befragungsdienst (gfs-BD)

für einen Auftraggeber mit sozialwissenschaftlichen Methoden Erhebungen durchführen. Gefragt sind Einstellung und Meinungen einer Zielgruppe zu aktuellen Themen von öffentlichem Interesse.

**COMPUTERGESTEUERTE ABLÄUFE.** Wer annimmt, die Interviewerin sitze in einem grossen Raum an einem Tisch mit Dutzenden von Computerbildschirmen und Telefonen, liegt falsch. Alles, was sie braucht, ist neben dem Telefonanschluss eine Verbindung zum Internet, über welche die Skripts für die Befragung von einem zentralen Computer abgerufen und die Antworten zurückübermittelt werden. Die Interviewerinnen – 60 Prozent der in diesem Bereich Beschäftigten sind Frauen –

führen pro Jahr rund 120 000 sogenannte CATI durch (Computer-Assisted Telephone Interviews). Ein Interview oder eine Befragung dauert im Schnitt 13 Minuten.

Bei einer Befragung melden sich die Interviewerinnen übers Internet am Befragungs-Server beim gfs-BD an und werden dann vom Audio- und Telefonserver zurückgerufen, der bei Sunrise steht. Sobald diese Verbindung etabliert ist, beginnt das System, Telefonnummern aus der gezogenen Stichprobe anzuwählen. Die Interviewerinnen werden somit automatisch mit potenziellen Probanden verbunden, und zwar so lange, bis sie sich wieder abmelden. Die Antworten, die sie während der Interviews in den webbasierten Fragebogen eintippen, werden laufend automatisch auf ▶

► dem externen Server des gfs-BD abgespeichert. Gleichzeitig werden alle Interviews auch in Audioform aufgezeichnet und können jederzeit wieder abgehört und mit den Eingaben verglichen werden.

Der gfs-BD ist das einzige Feldforschungsinstitut in der Schweiz, das als Organisationsstruktur neben einem klassischen zentralen Labor in Zürich auch eine dezentrale Laborlösung aufgebaut hat und gleichzeitig mit einer Software arbeitet, die alle Erhebungsmethoden mit einer einzigen Datenbank abdeckt. «Das System, das wir angebannt haben, ist wahrscheinlich

Sunrise setzt für die Bedürfnisse des gfs-BD Infrastrukturen und Leistungen in drei verschiedenen Bereichen ein. Im Bereich des Festnetzes kommt in der Server-Farm in Zürich Oerlikon, im Rahmen des sogenannten Sunrise-Server-Housings, ein Server zum Einsatz, in den sechs Sunrise-Business-Voice-Router integriert sind. Diese Installation deckt das gesamte Gesprächsvolumen des gfs-BD ab. Auf ihr können 150 Gespräche parallel geführt werden. Zum Vergleich: Bei einem KMU liegt die Zahl gleichzeitiger Gespräche normalerweise zwischen zwei und sieben.

Beim Einsatz von ICT spielen SLA (Service Level Agreements) eine wichtige Rolle. Sunrise verpflichtet sich vertraglich zu einem 7x24-Stunden-Support und garantiert eine Verfügbarkeit ihrer Server von 98 bis 99 Prozent. Selbstverständlich werden von den Serverinhalten ständig Backups erstellt, und die Server selber sind spiegelredndant an die Inhouse-Anlage von Sunrise angebunden. Damit wird die Ausfallwahrscheinlichkeit auf ein Minimum reduziert.

## «DAS SYSTEM IST WELTWEIT EINZIGARTIG IN DER MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG.»

GFS-GESCHÄFTSFÜHRER GEORGES ULRICH

weltweit einzigartig in der Markt- und Meinungsforschungsbranche», sagt der Geschäftsführer des gfs-BD, Georges Ulrich.

**INTELLIGENTE LÖSUNG.** Bei diesem System spielen die Kommunikationsmittel und -medien eine zentrale Rolle. Gemäss Ulrich gewann die Firma Sunrise die Ausschreibung für diese Elemente als Anbieterin von intelligenten Kommunikationslösungen aus einer Hand «nicht nur wegen des besten Angebots, sondern auch weil sie klar verstand, was der gfs-BD eigentlich wollte». Zum Umfang des Engagements meint Ulrich: «Sunrise spielte nicht die Hauptrolle im Projekt, aber das Unternehmen ist massgeblich am Gesamterfolg beteiligt.»

In der Anwendung ist die Sprachkommunikation zwischen den Mitarbeitenden an der Front, der Geschäftsleitung und den Projektleitern von grosser Wichtigkeit. Über das Handy ist dies überall und jederzeit möglich. Dank dem Zusatzdienst Sunrise mygronp sind diese Verbindungen auf alle Firmenhandys kostenlos.

Für den Internetzugang stellt Sunrise eine auf die Bedürfnisse des gfs-BD abgestimmte symmetrische 1800/1800-SDSL-Leitung zur Verfügung, das heisst eine Verbindung mit einem Durchsatz von 1,8 Megabytes pro Sekunde, sowohl im Down- wie auch im Up-Link. Mit dieser können auch grössere Voice- und Data-Files, die der gfs-BD über sein Befragungssystem generiert, übermittelt werden.

**VERBESSERUNGEN.** Was sind die grössten Herausforderungen im täglichen Betrieb? «Gewisse Schwierigkeiten liegen darin, dass wir hier nicht als Generalunternehmer auftreten, sondern auch in eine Reihe von weiteren Unternehmen eingebunden sind», sagt Markus Schuch, Leiter Marketing bei Sunrise. «Die grösste Herausforderung für uns ist, die anspruchsvollen Bedürfnisse des gfs-BD zu erfüllen.»

gfs-Geschäftsführer Ulrich sieht den grössten ökonomischen Vorteil dieses Befragungssystems darin, dass kein grosses Callcenter betrieben werden muss und die damit verbundenen Kosten für Räume und Infrastruktur entfallen. Dadurch konnte der gfs-BD die Fixkosten um rund 20 Prozent senken. «Nebst der ökonomischen Komponente konnte die Qualität der Umfragen mit diesem System erheblich verbessert werden», sagt Ulrich. «Der gfs-BD wird heute in vielen Fachkreisen im schweizerischen Markt- und Meinungsforschungsumfeld hinsichtlich der Qualität von Felderhebungen als führend angesehen.» ■

### GFS

## Drei Firmen, ein Ziel

50 Jahre Schweizerische Gesellschaft für praktische Sozialforschung.

Die Schweizerische Gesellschaft für praktische Sozialforschung (gfs) wurde 1959 gegründet mit dem Ziel, die Methoden der empirischen Sozialforschung zu propagieren und durch entsprechende Untersuchungen zuverlässig Auskunft zu geben über Leben und Denken der Bewohner in der Schweiz. 1986 entschieden sich die Verantwortlichen des Vereins, die Trennung von Gesellschaft und Forschungsinstitut

vorzunehmen, und gründeten das gfs-Forschungsinstitut.

1992 wurde ein zweites Büro in Bern mit unterschiedlicher thematischer Ausrichtung eingerichtet. Diese Ausdifferenzierung wurde 2004 durch die juristische Trennung in drei selbständige Aktiengesellschaften nachvollzogen. Der gfs-Befragungsdienst führt in einer engen Kooperation alle Befragungen von gfs.bern und gfs-zürich durch. Kunden sind

aber auch weitere Marktforschungsinstitute, Forschungsgruppen und wissenschaftliche Institute sowie selbständige Projektleitende und Unternehmen.

gfs-Befragungsdienst  
Schaffhauserstrasse 491  
8052 Zürich  
www.gfs-bd.ch  
info@gfs-bd.ch  
Tel. 044 360 26 40