

## ANGEBOT

### **Verbraucherbefragungen zur Evaluation von Nährwertkennzeichnungsmodellen**

**Rahmenvertrag Bundesregierung: Aktenzeichen 30432/1#6**

**für**



**Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft**

**Herrn Dr. Martin Liehr, Frau Dr. Katrin Stolle**

**Referat 215**

**Berlin, 29.07.2019**

## Inhalt

1. Hintergrund und Aufgabenstellung .....	3
2. Untersuchungsdesign .....	4
3. Gruppendiskussionen .....	5
3.1 Diskussion der Erhebungsmethodik.....	5
3.2 Untersuchungsinhalte .....	6
3.3 Untersuchungsdesign .....	8
4. Repräsentative Bevölkerungsbefragung (Mixed-Mode) .....	12
4.1 Diskussion der Erhebungsmethodik.....	12
4.2 Befragungsinhalte .....	13
4.3 Untersuchungsanlage und Stichprobe .....	14
4.3.1 Grundgesamtheit und Stichprobenumfang.....	14
4.3.2 CATI-Vorrekrutierung mit anschließender CAWI-Befragung .....	15
4.3.3 Onlinebefragung (CAWI).....	16
4.3.4 Face-to-face-Interviews (CAPI).....	18
4.4 Gewichtung.....	18
5. Auswertung und Berichtslegung.....	20
6. Leistungsumfang .....	20
7. Zeitplan.....	21
8. Kosten .....	22
9. Interviewerschulung, Supervision und Maßnahmen zur Sicherstellung der Datenqualität.....	23
10. Weitere Maßnahmen zur Qualitätssicherung .....	25
11. Datensicherungskonzept .....	27
Anlage 1: Vertraulichkeitserklärung.....	33

## 1. Hintergrund und Aufgabenstellung

Eine Nährwertkennzeichnung ist seit Dezember 2016 für alle vorverpackten Lebensmittel EU-weit verpflichtend. Danach müssen sieben Nährwerte bezogen auf 100 Gramm oder 100 Milliliter in Tabellenform auf dem Etikett stehen:

- Energiegehalt insgesamt
- Gehalt an Fett
- Gehalt an gesättigten Fettsäuren
- Gehalt an Kohlenhydraten
- Gehalt an Zucker
- Gehalt an Eiweiß
- Salzgehalt

Diese sieben Pflichtangaben dürfen durch bestimmte freiwillige Angaben, etwa über den Gehalt an Ballaststoffen oder ungesättigten Fettsäuren ergänzt werden. Auch Informationen über den Gehalt an Vitaminen und Mineralstoffen sind unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft arbeitet derzeit an einer für die Verbraucher verständlichen, erweiterten Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln. Zielstellung ist es, den Verbrauchern die Auswahl gesünderer Lebensmittel zu erleichtern.

Dazu wurde im Koalitionsvertrag vereinbart, das bereits bestehende Nährwertkennzeichnungsmodell weiterzuentwickeln. Die vereinfachte Nährwertkennzeichnung wird als zentraler Baustein der Politik für eine gesunde Ernährung verstanden.

Eine wesentliche Zielstellung in diesem Verfahren ist es, dass ein solches vereinfachtes Nährwertkennzeichnungssystem von möglichst vielen beteiligten Akteuren unterstützt wird, da es nur so dauerhaft Bestand am Markt haben und zu einer gesünderen Ernährung beitragen kann.

Mit Blick auf den Verbraucher wäre perspektivisch eine EU-weit einheitliche Nährwertkennzeichnung auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen am besten. Nach derzeitigem Recht ist es nicht möglich, ein Nährwertkennzeichnungssystem in Deutschland verpflichtend vorzuschreiben. Die Etablierung eines vereinfachten Nährwertkennzeichnungssystems ist nach aktuellem EU-Recht nur auf freiwilliger Basis zulässig.

Bis jetzt durchgeführte Studien haben gezeigt, dass es derzeit noch kein optimales Nährwertkennzeichnungsmodell gibt, sondern alle national und international entwickelten und z.T. bereits eingeführten Modelle Vor- und Nachteile mit sich bringen.

Derzeit ist das Max-Rubner-Institut beauftragt, auf der Grundlage anderer Modelle ein Modell weiterzuentwickeln, das die Vorteile verschiedener Kennzeichnungssysteme berücksichtigt. Dieser Vorschlag soll jedoch keine Vorfestlegung für ein neues Modell sein, sondern in den bereits begonnenen Prozess der Entwicklung eines Nährwertkennzeichnungssystems einfließen. In diesem laufenden Prozess werden die relevanten Akteure weiter angehört und Verbraucherforschung zu verschiedenen Modellen berücksichtigt, um sobald als möglich die im Koalitionsvertrag festgelegte Erarbeitung eines vereinfachten Nährwertkennzeichnungssystems voranzutreiben und ein System zu empfehlen.

Vor diesem Hintergrund sollen nun die Verbraucher im Rahmen einer umfassenden Evaluationsstudie einbezogen werden. Ziel ist es, herauszufinden, welches der unterschiedlichen Kennzeichnungssysteme ihnen im Alltag am meisten Orientierung geben könnte. Insgesamt sollen dabei vier unterschiedliche Kennzeichnungssysteme untersucht werden.

## **2. Untersuchungsdesign**

Für die geplante Untersuchung schlagen wir Ihnen die Kombination von qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden vor. Auf diese Weise sollen die übergeordneten Leitfragen beantwortet werden. Diese übergeordneten Fragestellungen der Verbraucherforschung zielen darauf ab, die einzelnen Nährwertkennzeichnungsmodelle hinsichtlich ihrer Wahrnehmung durch die Verbraucher, der Verständlichkeit und des korrekten Verbraucherverständnisses zu untersuchen.

Vor dem Hintergrund, dass vier verschiedene Systeme in den Test einbezogen werden sollen, empfehlen wir Ihnen in einem ersten Schritt die Durchführung von mindestens acht Fokusgruppendifkussionen an unterschiedlichen Orten.

Im zweiten Schritt schlagen wir vor, eine repräsentative Bevölkerungserhebung zu realisieren, in deren Rahmen statistisch verlässliche Quantifizierungen vorgenommen und Hypothesen geprüft werden können.

### **3. Gruppendiskussionen**

#### **3.1 Diskussion der Erhebungsmethodik**

Gruppendiskussionen bieten sich vor allem dann an, wenn es darum geht, Kenntnisse, Einstellungen und Wahrnehmungen der Bevölkerung oder bestimmter Zielgruppen und die Wahrnehmung von Kommunikationsmitteln im Detail zu verstehen.

Damit liefern sie wertvolle Hinweise, wie ein Themenfeld kommunikativ bearbeitet werden sollte, um Informationen verständlich zu vermitteln und Nutzungszusammenhänge und Nutzungsbereitschaften zu verstehen.

Daneben bieten Gruppendiskussionen den Vorteil, Anregungen für das weitere Vorgehen zu generieren bzw. Maßstäbe festzustellen, die beispielsweise eine Nährwertkennzeichnung für die interessierende Zielgruppe und zum gegenwärtigen Zeitpunkt erfüllen muss, um den spezifischen Erwartungen hinsichtlich der Information im gegebenen Nutzungskontext gerecht zu werden.

Fokusgruppendiskussionen können allerdings keinerlei quantifizierbare Aussagen generieren, so dass eine Quantifizierung der Befunde nur im Rahmen einer quantitativ orientierten Befragung möglich ist.

Zusammengefasst bieten Gruppendiskussionen bzw. qualitative Studienansätze insbesondere folgende Vorteile:

- Detailanalyse von Kausalzusammenhängen gemäß der Wahrnehmungs- und Erwartungsschwerpunkte der Zielgruppe
- Anregung für den Auftraggeber durch unmittelbares Erleben der Zielgruppe
- Unterstützung der Entwicklung eines standardisierten Fragebogens im Falle einer anschließenden quantitativen Erhebung
- Unterstützung von Verständnis und Interpretation statistischen Datenmaterials

Für den Auftraggeber ist es möglich und meist höchst inspirierend, die Gruppendiskussionen live zu beobachten und gegebenenfalls den Teilnehmern zusätzliche Fragen via Moderator zu stellen.

### 3.2 Untersuchungsinhalte

Im Rahmen des qualitativen Untersuchungsteils sollen vor allem die folgenden Themenfelder untersucht werden:

- **Einstieg ins Thema**
  - Kriterien bei der Auswahl von konkreten Lebensmitteln
  - Definition einer „gesunden“ Ernährung, Meinungen zu „ungesunden“ Inhaltsstoffen
  - individuelle Bedeutung einer gesunden Ernährung
  - Schwierigkeiten bei der Einstufung von Lebensmitteln als „gesund“ oder „ungesund“.
- **bisherige Nährwertkennzeichnung**
  - grundsätzliche Bedeutung einer Kennzeichnung der Nährwerte von Lebensmitteln
  - Nutzung der vorhandenen Nährwerttabellen auf Lebensmitteln
  - Bedeutung einer solchen Kennzeichnung für das eigene Auswahlverhalten
  - Diskussion der Inhalte und Verständlichkeit der bisherigen Nährwerttabellen insbesondere im Hinblick auf deren Verständlichkeit, die Möglichkeiten der Einordnung, der Hilfestellung beim Vergleich unterschiedlicher Lebensmittel und ihre Akzeptanz
- **grundsätzliche Anforderungen an ein neues Nährwertkennzeichnungssystem**
  - Bedeutung von belegbaren wissenschaftlichen Grundlagen
  - Eignung für unterschiedliche Produkte
  - absolute oder relative Anteile verschiedener Nährstoffe
  - portionsweise Angaben oder Angaben für eine bestimmte Menge
  - Positiv- oder Negativkennzeichnung
  - Ausweisung günstiger und/oder ungünstiger Nährstoffe
  - reine Auflistung oder Bewertung der „Gesamtbilanz“
  - Vergleichbarkeit von Produkten innerhalb einer Produktgruppe

- optische Darstellung/Gestaltung, gewünschte Abstufungen
- Anforderungen an die Verständlichkeit, notwendige Begleitinformationen und Informationsmedien
- Bewertung der zu untersuchenden Nährwertkennzeichnungssysteme (in rotierender Reihenfolge)
  - spontane Assoziationen
  - Likes und Dislikes
  - Welche Botschaft wird transportiert?
  - Vermutete Eignung für verschiedene Zielgruppen
  - Werden die geplanten Botschaften/Kernaussagen transportiert? Sind die Systeme eindeutig und verständlich?
  - Wie werden Art und Umfang der Angaben bewertet?
  - Enthalten die Systeme offenkundige Mängel, gibt es abstoßende oder irreführende Elemente?
  - Akzeptanz der optischen Darstellung/Gestaltung
  - Eignung für unterschiedliche Produkte, Beitrag zur Vergleichbarkeit von Produkten
  - Relevanz für die eigene Kaufentscheidung
- Vergleichende Gesamtbewertung aller zu testenden Konzepte

Die detaillierten Fragestellungen werden nach Auftragsvergabe und Festlegung der zu testenden Systeme mit dem Auftraggeber abgestimmt und in Form von unterschiedlichen Aufgabenstellungen operationalisiert.

Durch die Abwechslung von Brainstorming, Diskussionen sowie individuell zu bearbeitenden Aufgaben wird für eine ausgeglichene Atmosphäre während der Diskussionsrunden gesorgt. Häufig setzen wir auch kreative Methoden und projektive Verfahren ein, um die Emotionen der Teilnehmer anzuregen und die Diskussion um weniger kontrollierte Äußerungen, abseits von der rein-rationalen Ebene zu anzureichern. Auch spielerische Elemente, die den Forschungsgegenstand aus einer anderen Perspektive beleuchten, werden häufig eingesetzt.

### 3.3 Untersuchungsdesign

Da Gruppendiskussionen einer Gruppendynamik unterliegen, die nicht vollständig vom Moderator kontrolliert werden kann, kann eine einzige Diskussionsrunde unter Umständen zu verzerrten Ergebnissen führen. Vor dem Hintergrund empfehlen wir die Durchführung von insgesamt zehn Gruppendiskussionen in fünf Städten.

Da sich ein unterschiedlicher sozialer Status, verbunden mit unterschiedlichen Ernährungsgewohnheiten und unterschiedlichem Auswahlverhalten bei Lebensmitteln, bei diesem Thema auf die Dynamik der Gruppen und den Diskussionsverlauf auswirken dürfte, würden wir jeweils zwei (alternativ vier) Diskussionsrunden mit Personen mit geringerem bzw. mittlerem sozialen Status und zwei (alternativ vier) Gruppendiskussionen mit höherem sozialen Status durchführen. Für die Einstufung des sozialen Status sollte nur der Bildungsgrad zugrunde gelegt werden, um Personen mit höherer Bildung aber (zeitweise) geringem Einkommen nicht von den Diskussionsrunden auszuschließen.

Da die Prävalenz von Personen mit ernährungsmitbedingten Erkrankungen ca. 50 Prozent beträgt, empfehlen wir zusätzlich dieses Merkmal bei der Rekrutierung der Teilnehmer/innen zu berücksichtigen (jeweils 50% mit vs. ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen). Um jedoch auch Insights von solchen Personen zu erhalten, die keinen Bezug zu ernährungsmitbedingten Erkrankungen haben, empfehlen wir insgesamt zwei Diskussionsrunden ausschließlich mit „gesunden“ Personen zu besetzen.

Um gleichzeitig auch regionale Unterschiede berücksichtigen zu können, raten wir dazu, die Diskussionsrunden an unterschiedlichen Standorten zu realisieren.

Der Moderationsleitfaden wird in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber erarbeitet. Darüber hinaus sollte es dem Moderator ermöglicht werden, weitere/angepasste Fragen zu stellen, die sich im Laufe der Diskussionsrunde ergeben. Denn gerade eine solche halbstandardisierte Befragungsmethode, die sich an Themen anpassen kann, welche für die Zielgruppe relevant sind, stellt ja einen Benefit qualitativer Studienansätze dar.

Wir empfehlen pro Diskussionsrunde ca. 8 bis 10 Teilnehmer/innen, die den zu definierenden Zielgruppenkriterien entsprechen. Die Dauer kalkulieren wir mit ca. 2 Stunden.

Innerhalb dieses Zeitraumes besteht die Möglichkeit, eine kurze Pause einzulegen, in welcher der Moderator sich zu den Beobachtern begibt, um evtl. im Vorfeld noch nicht bedachte Aspekte in die laufende Diskussion einfließen zu lassen.

Geleitet werden die Diskussionsrunden von erfahrenen Moderator/innen unseres Institutes.

Wir schlagen Ihnen für die durchzuführenden Gruppendiskussionen die folgenden Quotierungsmerkmale für die Rekrutierung der unterschiedlichen Gruppen vor.



- insgesamt 4 GDs geringer/mittlerer Status (50/50 mit/ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen):
  - 50% Stadt, 50% Umland
  - Geschlecht: gut gemischte Verteilung: Männer, Frauen, divers
  - Alter ab 18 Jahren
  - max. n=3 Rentner
  - mind. n = 1 Schüler/in Ausbildung
  - (erweiterter) Hauptschulabschluss oder mittlere Reife, ohne Schulabschluss
  - n=1 bis 2 mit ALGI-/ALGII-Bezug
  - falls selbstständig: max. 3 Mitarbeiter
  - mind. n=3 Personen mit minderjährigen Kindern im Haushalt
  - alle Teilnehmer kaufen regelmäßig selbst verpackte Lebensmittel
  - gute Mischung verschiedener Ernährungstypen
  - je 50 / 50 mit vs. ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen
  - kein Teilnehmer ist im Bereich Politik, Marktforschung, Marketing, Presse, PR, Lebensmittelhandel oder -herstellung, Verbraucherschutz tätig
  
- insgesamt 4 GD höherer Status (50/50 mit/ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen):
  - 50% Stadt, 50% Umland
  - Geschlecht: gut gemischte Verteilung: Männer, Frauen, divers
  - Alter ab 18 Jahren
  - max. n=3 Rentner
  - Abitur oder (Fach-)Hochschulabschluss
  - mind. n=3 Personen mit minderjährigen Kindern im Haushalt
  - alle Teilnehmer kaufen regelmäßig selbst verpackte Lebensmittel
  - gute Mischung verschiedener Ernährungstypen
  - je 50%50 mit vs. ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen
  - kein Teilnehmer ist im Bereich Politik, Marktforschung, Marketing, Presse, PR, Lebensmittelhandel oder -herstellung, Verbraucherschutz tätig

- insgesamt 1 GD geringer/mittlerer Status (100% ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen):
  - 50% Stadt, 50% Umland
  - Geschlecht: gut gemischte Verteilung: Männer, Frauen, divers
  - Alter ab 18 Jahren
  - max. n=3 Rentner
  - mind. n = 1 Schüler/in Ausbildung
  - (erweiterter) Hauptschulabschluss oder mittlere Reife, ohne Schulabschluss
  - n=1 bis 2 mit ALGI-/ALGII-Bezug
  - falls selbstständig: max. 3 Mitarbeiter
  - mind. n=3 Personen mit minderjährigen Kindern im Haushalt
  - alle Teilnehmer kaufen regelmäßig selbst verpackte Lebensmittel
  - gute Mischung verschiedener Ernährungstypen
  - 100% ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen
  - kein Teilnehmer ist im Bereich Politik, Marktforschung, Marketing, Presse, PR, Lebensmittelhandel oder -herstellung, Verbraucherschutz tätig
- insgesamt 1 GD höherer Status (100% ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen):
  - 50% Stadt, 50% Umland
  - Geschlecht: gut gemischte Verteilung: Männer, Frauen, divers
  - Alter ab 18 Jahren
  - max. n=3 Rentner
  - Abitur oder (Fach-)Hochschulabschluss
  - mind. n=3 Personen mit minderjährigen Kindern im Haushalt
  - alle Teilnehmer kaufen regelmäßig selbst verpackte Lebensmittel
  - gute Mischung verschiedener Ernährungstypen
  - 100% ohne ernährungsmitbedingte Erkrankungen
  - kein Teilnehmer ist im Bereich Politik, Marktforschung, Marketing, Presse, PR, Lebensmittelhandel oder -herstellung, Verbraucherschutz tätig

Wir empfehlen, die Gruppendiskussionen in den neuen und alten Bundesländern durchzuführen. Festgelegt wurden bereits die Standorte Greifswald, Erfurt, München, Essen und Frankfurt/Main. Wir empfehlen die folgende Zuordnung der Diskussionsrunden:

- Greifswald:  
1 Gruppe niedriger Status (gemischt), 1 Gruppe niedrigerer Status (nur Gesunde)
- Erfurt:  
1 Gruppe höherer Status (gemischt), 1 Gruppe niedrigerer Status (gemischt)
- München:  
1 Gruppe höherer Status (gemischt), 1 Gruppe höherer Status (nur Gesunde)
- Essen:  
1 Gruppe höherer Status (gemischt), 1 Gruppe niedrigerer Status (gemischt)
- Frankfurt am Main:  
1 Gruppe höherer Status (gemischt), 1 Gruppe niedrigerer Status (gemischt)

Die Gruppendiskussionen werden in Räumlichkeiten durchgeführt, die mit einem Einwegspiegel sowie Video- und Audio-Aufzeichnungstechnik ausgestattet sind und über einen Kundenraum verfügen. Die entsprechenden Räumlichkeiten werden wir anmieten. Da in Greifswald kein Teststudio vorhanden ist, werden wir dort auf mobile Aufzeichnungstechnik und eine Liveübertragung in einen benachbarten Raum zurückgreifen.

Für die Rekrutierung der adäquaten Teilnehmer/innen wird ein Screening-Fragebogen in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber entwickelt, um einerseits die Quotierung pro Gruppe einzuhalten, und andererseits eine Selbstselektion durch die potenziellen Proband/innen auszuschließen. Im Rahmen des Rekrutierungsinterviews wird somit ausgeschlossen, dass für die Proband/innen erkennbar ist, nach welchen Kriterien gesucht wird. Die Rekrutierung erfolgt telefonisch als Kaltakquise.

Die Teilnehmer/innen erhalten eine angemessene Aufwandsentschädigung. Falls erforderlich besteht nach Durchführung der ersten Diskussionsrunde die Möglichkeit, noch einmal Anpassungen am Moderationsleitfaden vorzunehmen.

Unmittelbar im Anschluss an die Durchführung werden die Diskussionsrunden teilnehmerbezogen transkribiert und mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet und verdichtet und die Ergebnisse in veröffentlichungsfähiger Form zur Verfügung gestellt. In die Analyse werden zusätzlich zu den Transkripten auch die Videos sowie alle erstellten Materialien und die Selbstausfüller einbezogen.

## 4. Repräsentative Bevölkerungsbefragung (Mixed-Mode)

### 4.1 Diskussion der Erhebungsmethodik

Für die quantitative Repräsentativerhebung kommt grundsätzlich die Durchführung einer computergestützten telefonischen Befragung (CATI) in Betracht. Um auch Mobile-Onlies befragen zu können, die in reinen Festnetzstichproben deutlich unterrepräsentiert sind, erfolgt die Erhebung im bei nationalen Erhebungen standardmäßig im Dual Frame-Ansatz bei, dem auch Mobilfunknummern in die Befragung einbezogen werden.

Vor dem Hintergrund der zunehmend schlechten telefonischen Erreichbarkeit vor allem jüngerer Zielgruppen bieten wir Ihnen die Durchführung sowohl computergestützter telefonischer Interviews (CATI), Online-Interviews (CAWI) und face-to-face-Interviews (CAPI) in einem **Mixed-Mode-Design** vor. Zwar können mit Online-Interviews aus aktiv rekrutierten Access-Panels keine bevölkerungsrepräsentativen Ergebnisse produziert werden. Allerdings können durch den ergänzenden Einsatz dieser Erhebung die Nachteile der telefonischen und persönlichen Befragungsdurchführung und dabei v.a. die schlechte Erreichbarkeit sehr junger und mobiler Zielgruppen ausgeglichen werden.

Im Rahmen einer **telefonischen Befragung** könnten zwar grundsätzlich keine Bildvorlagen genutzt werden. Dieser Nachteil könnte jedoch dadurch ausgeglichen werden, dass wir im Anschluss an den ersten Teil des Interviews, in dem alle Fragen bearbeitet werden, die keiner Vorlage bedürfen, zusätzlich die notwendigen Motiv-Vorlagen der Nährwertkennzeichnungssysteme den mitwirkenden Auskunftspersonen per Link (durch die Interviewer direkt aus dem CATI-Programm heraus als PDF-Datei) zuschicken.

Alternativ hätten die Probanden, die parallel zum Telefon auch das Internet nutzen können, außerdem die Möglichkeit, die Vorlagen unmittelbar während des Interviews auf unserer Website zu betrachten.

Bei CAWI-Befragungen werden die entsprechenden Vorlagen unmittelbar in den Onlinefragebogen eingebunden, bei CAPI-Interviews (unter Nutzung von Tablet-Computern) werden die Vorlagen sowohl innerhalb des Fragebogens angezeigt als auch in ausgedruckter Form vorgelegt.

## 4.2 Befragungsinhalte

In der bevölkerungsrepräsentativen Befragung sollen in erster Linie Aussagen zur Eignung der verschiedenen zu testenden Nährwertkennzeichnungsmodelle und zu den Präferenzen der Verbraucher/innen gewonnen werden. Im Einzelnen sollten dies die folgenden Themenfelder bzw. Fragestellungen sein, die jedoch erst auf der Grundlage der Ergebnisse der vorgeschalteten Gruppendiskussionen final festgelegt und angepasst werden sollen:

- **Einstieg ins Thema**
  - Gestützte Abfrage von Kriterien bei der Auswahl von konkreten Lebensmitteln
  - Einstellung zu „günstigen“ und „ungünstigen Nährstoffzusammensetzung
  - eigene Ernährungsgewohnheiten
  - individuelle Bedeutung einer gesunden Ernährung
  - Einkaufsverhalten bei vorverpackten Lebensmitteln
  - Schwierigkeiten bei der Einstufung von Lebensmitteln als „gesund“ / „ungesund“.
- **bisherige Nährwertkennzeichnung**
  - grundsätzliche Bedeutung einer Kennzeichnung der Inhaltsstoffe und Nährwerte von Lebensmitteln
  - Nutzung der vorhandenen Nährwerttabellen auf Lebensmitteln
  - Bedeutung einer solchen Kennzeichnung für das eigene Auswahlverhalten
- **Skalierte Abfrage der Wichtigkeit verschiedener Eigenschaften eines (neuen) Nährwertkennzeichnungssystems, wie z.B.**
  - belegbare wissenschaftliche Grundlagen
  - Eignung für unterschiedliche Produkte
  - absolute oder relative Anteile verschiedener Nährstoffe
  - portionsweise Angaben bzw. Angaben für eine bestimmte Menge
  - Positiv- oder Negativkennzeichnung
  - Ausweisung günstiger und/oder ungünstiger Nährstoffe
  - reine Auflistung oder Bewertung der „Gesamtbilanz“
  - Vergleichbarkeit von Produkten innerhalb einer Produktgruppe

- skalierte Bewertung der zu untersuchenden Nährwertkennzeichnungssystem (in rotierender Reihenfolge)
  - Wird die Botschaft / Kernaussage transportiert?
  - Fühlt man sich von der Kennzeichnung angesprochen?
  - Sind die Systeme eindeutig und verständlich?
  - Wie werden Art und Umfang der Angaben bewertet?
  - Akzeptanz der optischen Darstellung/Gestaltung
  - Eignung für unterschiedliche Produkte
  - Beitrag zur Vergleichbarkeit von Produkten
  - Relevanz für die eigene Auswahl
- Vergleichende Gesamtbewertung aller zu testenden Konzepte
- soziodemographische Angaben

Die Finalisierung des Fragebogens erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der Gruppendiskussionen und in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber.

Die Interviewdauer kalkulieren wir auf dieser Grundlage auf ca. 20 bis 25 Minuten. Wir empfehlen, in dieser Befragung weitestgehend auf offene Fragen zu verzichten.

### **4.3 Untersuchungsanlage und Stichprobe**

#### **4.3.1 Grundgesamtheit und Stichprobenumfang**

Grundgesamtheit ist die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 16 Jahren.

Um möglichst detaillierte und verlässliche Ergebnisse zu gewinnen (auch in kleineren Zielgruppen), empfehlen wir Ihnen einen Stichprobenumfang von mindestens n=1.600 Interviews.

Für die Erhebung im Mixed-Mode-Design werden jeweils ca. n = 533 Interviews online nach telefonischer Rekrutierung (CATI/CAWI), online aus einem Online-Accesspanel (CAWI) und face-to-face (CAPI) realisiert. Da CAWI-Interviews aus Access-Panels am besten quotiert werden können, würden diese erst zum Ende der Gesamterhebung durchgeführt, so dass damit die im Rahmen der CATI/CAWI- und CAPI-Befragung aufgetretenen „Stichprobenlücken“ gezielt geschlossen werden können.

#### 4.3.2 CATI-Vorrekrutierung mit anschließender CAWI-Befragung

Die Ziehung der Telefonstichprobe erfolgt aus dem ADM-Mastersample. Diese Stichprobenbasis enthält ausschließlich zufallsgenerierte Telefonnummern nach dem Gabler/Häder-Verfahren, so dass auch solche Haushalte in die Stichprobenbildung einbezogen werden können, die keinen Eintrag in öffentlichen Telefonverzeichnissen haben.

Durch die Beteiligung am ADM-Mastersample haben wir auch Zugriff auf die ADM-Sperrdatei, so dass wir verhindern können, dass Personen und Unternehmen aufgerufen werden, die schon früher eine Teilnahme an Marktforschungsbefragungen abgelehnt haben. Unsere Stichproben werden mehrmals täglich mit der ADM-Sperrdatei abgeglichen. Dadurch wird die Wahrscheinlichkeit von Klagen im Zusammenhang mit der Befragungsdurchführung weitgehend minimiert.

Seit Jahren nimmt der Anteil der Haushalte beständig zu, die nur noch über das Mobilfunknetz telefonisch zu erreichen sind. Jüngste Untersuchungen haben einen Anteil von mehr als 10% der Haushalte ergeben, wobei Haushalte in den neuen Bundesländern deutlich überrepräsentiert sind. In bestimmten Regionen im Nordosten Deutschlands beträgt der Anteil der "Mobile only"-Haushalte inzwischen fast 30%. Zugleich unterscheiden sich Nur-Mobilfunknutzer auch in weiteren soziodemographischen Merkmalen von den Festnetznutzern. So sind die ausschließlichen Mobilfunknutzer eher jüngere Erwachsene, eher männlich und überdurchschnittlich häufig in Einpersonenhaushalten lebend. In bestimmten soziodemographischen Teilgruppen erreicht der Anteil der Haushalte ohne Festnetzanschluss mittlerweile 35% und mehr.

Eine Beschränkung der Auswahlgesamtheit auf Festnetznummern würde durch die zunehmende exklusive Mobilfunknutzung zu systematischen Verzerrungen führen.

Aufgrund der aktuellen Mobilfunk- und Festnetzmarktanteile empfehlen wir, über die gesamte Feldzeit gleichmäßig gestreut ca. 50% der Interviews über Mobilfunk durchzuführen.

Bei der vorliegenden Befragung werden wir das ADM-Mastersample als Grundlage für die Festnetzstichprobe nutzen. Die Bruttostichprobe wird als geschichtete Zufallsauswahl aus dem ADM-Mastersample gezogen. Die Mobilfunkstichprobe wird aus der entsprechenden ADM-Auswahlgrundlage gezogen.

In über das Telefon-Festnetz erreichten Mehrpersonenhaushalten mit mehreren Zielpersonen wird die zu befragende Person nach einem Zufallsschlüssel (Next-Birthday-Verfahren) ausgewählt. Bei Interviews über einen Mobilfunkanschluss ist jeweils die erreichte Person auch die Zielperson.

Nach der erfolgreichen Rekrutierung erhalten die Probanden vom Interviewer direkt aus dem CATI-System heraus einen individualisierten Link zur anschließenden Onlinebefragung.

Für die Durchführung der Rekrutierung werden ausschließlich geschulte und erfahrene Interviewer eingesetzt. Vor Projektstart werden alle Interviewer nochmals umfassend projektbezogen geschult.

Auf Wunsch erhalten Sie in der Feldphase einen Live-Reportlink zu den aktuellen Ergebnissen der Befragung, mit dem sie die aktuell erreichten Fallzahlen und die ungewichteten Antwortverteilungen jederzeit verfolgen können.

#### **4.3.3 Onlinebefragung (CAWI)**

Die Teilnehmer für die Onlinebefragung werden aus aktiv rekrutierten Online-Access-Panels gewonnen. Da wir kein eigenes Online-Panel unterhalten, greifen wir je nach Aufgabenstellung auf unterschiedliche namhafte Panel-Anbieter mit umfangreichen Panels zurück. Das hat für uns und unsere Kunden den Vorteil, aus unterschiedlichen Angeboten jeweils den für die Aufgabenstellung geeignetsten Anbieter auswählen zu können.

Wiederholt gute Erfahrungen haben wir dabei seit einigen Jahren mit gemacht, einem renommierten Panelanbieter, der insgesamt aktive Panelisten verfügt und mit dem uns eine mehrjährige Kooperation verbindet.

Im Zuge der Panelrekrutierung werden z.B. folgende Maßnahmen zur Qualitätssicherung durchgesetzt:

Die Rekrutierung/Ansprache der Probanden für die Teilnahme an der Befragung erfolgt durch selbst auf Basis der dort vorhandenen E-Mail-Adressen. In diesem Falle



kommuniziert der Adressbesitzer die URL des Fragebogens selbst und übermittelt dabei jedem Probanden eine individuelle Zugriffskennung (Link), mit der diese den Fragebogen erreichen können.

Die Zugriffskennungen bzw. Links zum Fragebogen werden zufällig generiert und erlauben eine einmalige Befragungsteilnahme bei beliebig häufigen Unterbrechungen und Wiederaufnahmen an der abgebrochenen Stelle. Doppel-Teilnahmen sind damit generell ausgeschlossen. Die entsprechenden Links werden von uns produziert und elektronisch bereitgestellt. Damit ist zugleich ein Höchstmaß an Anonymität sichergestellt, da einerseits wir in diesem Falle nicht wissen, wer konkret welche Kennung erhalten hat und von uns andererseits keine Informationen zurückgegeben werden, mit welcher Kennung welcher konkrete Fragebogen ausgefüllt wurde.

Um zu verhindern, dass die besonders aktiven Internetnutzer in der Stichprobe deutlich überrepräsentiert sind, würden wir zunächst eine vergleichsweise kleine Ausgangsstichprobe einsetzen und für die Feldzeit einen Zeitraum von mindestens zwei Wochen vorsehen. Zur Gewährleistung einer möglichst hohen Ausschöpfung wird zusätzlich eine Erinnerungs-/Mailaktionen ca. ein bis zwei Wochen nach Feldstart unternommen. Sollte absehbar sein, dass der anvisierte Stichprobenumfang mit der Ausgangsstichprobe nicht realisierbar ist, werden nach Ablauf der ersten Feldphase weitere Panelmitglieder für die Teilnahme an der Befragung eingeladen.

Üblicherweise erfolgt im Anschluss an die Befragung eine Incentivierung der Teilnehmer, die vom Panelanbieter vorgenommen wird.

Während der gesamten Feldzeit erfolgt durch uns selbst eine durchgehende Feldkontrolle. Zur Prüfung der Datensätze gehört dabei regelmäßig auch die Prüfung auf Vollständigkeit, die Einhaltung der Stichprobenvorgaben, die Kontrolle der Schlüssigkeit der Antworten und ein Vergleich der Antworten mit Normdaten, z.B. aus verfügbaren CATI-Befragungen. Die Prüfungen werden teils manuell, großenteils jedoch auch computergestützt durchgeführt.

Fehlende oder falsche Angaben werden erforderlichenfalls nacherhoben oder aus dem Datenbestand ausgeschlossen. Ausgeschlossen werden ebenfalls Datensätze mit unrealistisch geringen Interviewzeiten („Durchklicker“).

Während der gesamten Feldzeit erfolgt kontinuierlich eine Kontrolle der Verteilung der Strukturen z.B. hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildungsniveau und Region. Für jeden Split werden entsprechende vollautomatische Quotierungen in der Befragungssoftware programmiert. Auf diese Weise können potenzielle Teilnehmer von vornherein von der Befragung ausgeschlossen werden, wenn die jeweiligen Quoten bereits erfüllt sind. Falls notwendig, können andererseits auch Teilnehmer mit bestimmten Merkmalen gezielt auf die

Befragungen hingewiesen werden.

Auf den für die Onlinebefragung genutzten Rechnern werden keinerlei Daten gespeichert (z.B. Cookies etc.). Auf diesen PCs muss auch keine Zusatzsoftware installiert werden. Voraussetzung ist lediglich ein Internet-Browser mit Internet-Zugriff. Der Fragebogen kann alternativ auch mit Tablet-Computern oder Smartphones bearbeitet werden.

Wir gewährleisten, dass der Datensatz keine Angaben darüber enthalten wird, die eine Identifikation der Befragungshaushalte ermöglichen. Die Befragungsdaten werden ausschließlich anonym erfasst und entsprechend ausgewertet.

#### **4.3.4 Face-to-face-Interviews (CAPI)**

Die Interviews werden ausschließlich computergestützt als CAPI-Interviews mit unserer Software „keyingress“ realisiert.

Für die Stichprobengewinnung nutzen wir das Quota-Sampling. Dafür erhält jeder Interviewer konkrete Vorgaben zur Struktur der von ihm zu befragenden Zielpersonen (z.B. 6 Männer/4 Frauen, 3 Personen mit Abitur, 6 Personen mit Haupt-/Realschulabschluss, 1 Person mit Volksschulabschluss, 5 Personen in Stadtteil A/5 Personen in B, 5 Personen mit ernährungsmitbedingten Krankheiten usw.).

Nach diesen Quotenvorgaben werden die Zielpersonen vom Interviewer in seinem persönlichen Umfeld rekrutiert und befragt. In die Befragung dürfen nur Personen einbezogen werden, die dem Interviewer nicht bekannt sind. Dies wird zum Beispiel durch eine Befragung auf einem zentralen Ort der ausgewählten Zielregion erreicht.

Die Festlegung der Befragungsorte erfolgt analog zur Stichprobenziehung

#### **4.4 Gewichtung**

Im Zuge der Datenaufbereitung erfolgt eine mehrstufige Gewichtung. Im ersten Schritt werden beim Auswahlrahmen mit einer kombinierten Festnetz-, Mobilfunk-, Online- und Quotastichprobe im Zuge der Gewichtung die unterschiedlichen Auswahlchancen aufgrund der unterschiedlichen Anzahl von aktiven Festnetz- und Mobilfunknummern, über die der Befragte theoretisch erreichbar ist, ausgeglichen. CAPI- und Onlineinterviews werden dabei weitgehend analog zu Mobilfunk-Interviews behandelt und in der Designgewichtung berücksichtigt (angepasste Dual-Frame-Designgewichtung).

Nur bei einem Teil der von den Interviewern im Zuge der Erhebungen erreichten Haushalte

bzw. Personen kommt tatsächlich ein Interview zustande. Diese Ausfälle können sich proportional oder disproportional zur Grundgesamtheit verteilen, eine disproportionale Verteilung kann zu Verzerrungen der Stichprobe und damit der Ergebnisse führen und muss durch geeignete Gewichtungsverfahren (a posteriori Schichtung) ausgeglichen werden. Insbesondere sind solche Verzerrungen aufgrund der Untersuchungsthematik im Hinblick auf die unterschiedliche Teilnahmebereitschaft in verschiedenen Altersgruppen zu erwarten.

Im Rahmen der CATI-Rekrutierung über Festnetzrufnummern wird zunächst eine haushaltsrepräsentative Stichprobe gewonnen, wobei im Ergebnis jeder Haushalt mathematisch die gleiche Chance hat, ausgewählt zu werden.

Daneben haben auch die Zielpersonen in den ausgewählten Haushalten unterschiedlich große Auswahlchancen. In einem Haushalt mit einer Zielperson ist die Auswahlchance 1, in einem Haushalt mit zwei Zielpersonen  $\frac{1}{2}$  usw. Um letztlich eine repräsentative Personenstichprobe zu gewinnen, wird die realisierte Stichprobe mathematisch im Nachhinein so gewichtet, dass jede Person der Grundgesamtheit stichprobentheoretisch die gleiche Auswahlchance erhält.

Bei face-to-face-Quota-Stichproben handelt es sich wie bei Online-Stichproben aufgrund der Quotenvorgaben von vornherein um Personenstichproben.

Um weitere mögliche Verzerrungen auszugleichen, wird die Gesamtstichprobe zusätzlich in den Merkmalen Alter, Geschlecht, Region (Wohnort/Landkreis) und höchster Schulabschluss an die aus der amtlichen Statistik bekannten Sollstrukturen der genannten Merkmale angepasst. Als Datenbasis dienen dafür jeweils die aktuellsten Angaben des Statistischen Bundesamtes (Mikrozensus).

Die beschriebenen komplexen Gewichtungen erfolgen iterativ, so dass auch evtl. durch nachfolgende Gewichtungsschritte erfolgende Verzerrungen jeweils wieder ausgeglichen werden.

Für die Gesamtstichprobe wird ein Hochrechnungsfaktor ( $=N/n$ ) berechnet, mit dem eine Hochrechnung aller Teilergebnisse auf die relevante Gesamtbevölkerung sehr einfach möglich ist. Da in den Tabellen alle Ergebnisse sowohl absolut als auch prozentual mit sehr vielen Nachkommastellen hinterlegt sind, kann die Hochrechnung für jedes beliebige Auswertungsergebnis berechnet werden.

Alle Gewichtungsschritte werden eng mit dem Auftraggeber abgestimmt.

## **5. Auswertung und Berichtslegung**

Unter Berücksichtigung der Diskussionsergebnisse wird sowohl für die Gruppendiskussionen als auch für die Bevölkerungsbefragung ein ausführlicher Chartbericht in deutscher Sprache incl. einer 2-seitigen Executive Summary in Deutsch und Englisch erarbeitet. Die Präsentationscharts werden dem Auftraggeber als PowerPoint-Datei übergeben.

Darüber hinaus erhalten Sie für die Bevölkerungserhebung einen umfangreichen Tabellenband im Excel-Format mit den (gewichteten und ungewichteten) Ergebnissen der statistischen Auswertungen.

Alle Ergebnisse erhalten Sie zusätzlich auf Wunsch in der gewünschten Auflage als Hardcopy in den jeweiligen Datenformaten (PowerPoint, Word, Excel, auf Wunsch zusätzlich als PDF).

Die bereinigten, gelabelten und gewichteten Rohdaten der Bevölkerungserhebung stellen wir Ihnen auf Wunsch im SPSS-Format zur Verfügung.

Nach der Übergabe der Daten (Tabellenband, Datensatz, Ergebnisbericht) gehen diese in das Eigentum des Auftraggebers über, der damit über das Verfügungsrecht der Daten verfügt.

Vor der Kommunikation von Ergebnissen durch den Auftraggeber prüft die INFO GmbH inhaltliche Aussagen im Hinblick darauf, dass aus Auswertungen abgeleitete Aussagen korrekt sind und Daten richtig interpretiert wurden.

## **6. Leistungsumfang**

Vom Auftragnehmer werden die folgenden Leistungen erbracht:

- Erarbeitung Rekrutierungsfragen und Gesprächsleitfaden
- Rekrutierung und Incentivierung der Teilnehmer/innen
- Bereitstellung Studioräumlichkeiten und Catering
- Moderation und Video-/Audioaufzeichnung
- Erarbeitung eines CATI-/CAWI-/CAPI-Fragebogens
- Stichprobenziehung
- Programmierung und Test des Fragebogens, Übergabe eines Testlinks an den Auftraggeber
- Durchführung der Feldarbeit inkl. Supervision
- Datenaufbereitung, -vercodung, -gewichtung und -analyse

- Erstellen eines Tabellenbandes
- Erarbeitung von zwei Ergebnisberichten (Gruppendiskussionen und Bevölkerungserhebung) incl. Executive Summary

## 7. Zeitplan

Für die Durchführung der geplanten Untersuchung schlagen wir Ihnen den folgenden Zeitplan vor:

<u>Gemeinsamer Workshop:</u>	KW 24/2019
<u>Gruppendiskussionen:</u>	
Erarbeitung eines Rekrutierungsfragebogens:	bis KW 28/2019
Rekrutierung der Teilnehmer/innen für die Gruppendiskussionen:	KW 29/30/2019
Erarbeitung und Abstimmung Moderationsleitfaden:	bis KW 29/2019
Durchführung der Gruppendiskussionen:	KW 31/32/2019
Protokollierung:	KW 33/2019
Auswertung, Analyse und Berichtslegung:	KW 34/35/2019
<hr/>	
Berichtslegung:	bis 30.8.2019
<u>Bevölkerungsbefragung:</u>	
Erarbeitung des Fragebogens und Abstimmung:	KW 34/2019
Stichprobenziehung:	parallel
Durchführung der Feldarbeit:	KW 35/36/37/2019
Datenauswertung und -analyse:	KW 37/38/2019
Erstellen eines Tabellenbandes:	KW 38/39/2019
Erstellen eines Ergebnisberichts:	KW 39/40/2019
<hr/>	
Berichtslegung:	bis 30.9.2019

## 8. Kosten

## 9. Interviewerschulung, Supervision und Maßnahmen zur Sicherstellung der Datenqualität

Unser Institut arbeitet bei allen Befragungsmethoden nach den von allen deutschen Marktforschungsverbänden anerkannten "Standards zur Qualitätssicherung in der Markt- und Sozialforschung" und hält sich an die Bestimmungen der 2006 veröffentlichten DIN ISO 20252 "Markt- und Sozialforschungsdienstleistungen". Die vom ADM e.V. verabschiedeten Richtlinien (u.a. für telefonische Befragungen, zum Umgang mit Adressen) sind für unsere Arbeit selbstverständlich verbindlich.

Im Detail legen wir vor allem auf folgende Maßnahmen besonderen Wert:

Auswahl und Schulung der Interviewer wird besondere Bedeutung zugemessen. Sie erfolgen unter Zugrundelegung der GESIS- und ADM-Richtlinien zur Durchführung standardisierter Interviews. Nach einem grundsätzlichen Eignungstest und einer Ersts Schulung zu den grundsätzlichen Zielen, Methoden und Grundsätzen der Markt- und Sozialforschung und den einzuhaltenden Datenschutzbestimmungen werden die Telefoninterviewer ausführlich in den Umgang mit der CATI-Software eingewiesen. Im Anschluss daran führen die Bewerber mehrere Probeinterviews durch, bei denen sie unmittelbar von einem Supervisor betreut werden, der ihnen durchgängig mit Rat und Hinweisen zur Verfügung steht. Nur die Interviewer, die im direkten Kontakt ihre Eignung nachweisen und eine entsprechend hohe Ausschöpfung bei der Interviewdurchführung erzielen, werden in den Interviewerstab übernommen.

Alle für dieses Projekt einzusetzenden Interviewer werden vor Feldstart neben der üblichen Schulung einer zusätzlichen projektbezogenen Interviewerschulung unterzogen. Bei den Schulungen wird den Interviewern zunächst der gesamte Fragebogen in seinem Ablauf vorgestellt. Danach werden alle Fragen und Antworten soweit erläutert, dass die Interviewer nicht nur deren unmittelbaren Sinn, sondern auch die dahinterstehenden Forschungsfragen verstehen. Besonderer Wert wird auf die Art und Weise der Ansprache und die Motivation der Probanden zur Befragungsteilnahme gelegt, um zum einen eine möglichst hohe Stichprobenausschöpfung und zum anderen möglichst unverfälschte Antworten zu generieren. Daneben wird spezifisch auf mögliche Schwierigkeiten im Befragungsverlauf und auf entsprechende Strategien zu deren Lösung hingewiesen. Auf Wunsch kann der Auftraggeber an den Schulungen persönlich teilnehmen. Die projektbezogenen Intervieweranweisungen werden in einem Interviewerhandbuch, das mit dem Auftraggeber abgestimmt wird, dokumentiert. Die entsprechenden Schulungsunterlagen werden dem Auftraggeber auf Wunsch vorab zur Verfügung gestellt.

Während der Projektbearbeitung sind im Telefonstudio laufend mehrere Supervisoren im

Einsatz, die die Interviews mithören und unmittelbar am Bildschirm verfolgen. Zugleich stehen die Supervisoren den Interviewern jederzeit als Ansprechpartner zur Verfügung. Bei Bedarf kann auf diese Weise bei auftretenden Problemen sofort eingegriffen werden. Alle CATI-Interviewer werden regelmäßig von den Supervisoren beurteilt und erhalten eine Qualitäts- und Leistungsnote. Zur Sicherstellung der Datenqualität werden darüber hinaus die jeweils ersten beiden Interviews eines jeden Interviewers von der Projektleitung bzw. der Studioleitung auf Auffälligkeiten kontrolliert. Dabei wird besonderer Wert auf das vollständige Vorlesen von Fragetexten und Antwortkategorien, die Beachtung von Interviewerhinweisen, die Vermeidung von rhetorischen Fragen, die Verschriftlichung der offenen Frage im Wortlaut sowie die korrekte Erfassung der unterschiedlichen Kategorien für Antwortausfälle gelegt.

Erforderlichenfalls werden weitere Nachschulungen mit den Interviewern durchgeführt. Interviewer, die die Qualitätsanforderungen trotz Nachschulung nicht erfüllen, werden von der weiteren Zusammenarbeit ausgeschlossen.

Grundsätzlich werden alle Interviewer-Monitore parallel auf den Überwachungsmonitoren der Supervisoren angezeigt, so dass ein lückenloser Überblick über die aktuellen Aktivitäten aller Interviewer gegeben ist. Parallel sind im Telefonstudio mehrere Überwachungskameras angebracht, auf denen im Überblick auch zu sehen ist, was die einzelnen Interviewer gerade tun und ob sie sprechen oder nicht. Die Supervisoren wählen sich durchgängig in die laufenden Interviews live ein. Im Durchschnitt werden mindestens 15-20% der Interviews kontrolliert und die Kontrollen entsprechend dokumentiert.

Im Feldverlauf werden regelmäßig entsprechende Rebriefings der Interviewer durchgeführt, in denen die bisherige Arbeit kritisch besprochen und Hinweise gegeben werden, die sich aus den bis dato durchgeführten Interviews ergeben haben. Dadurch wird sichergestellt, dass jederzeit zeitnah auf mögliche Probleme und Schwierigkeiten reagiert werden kann. Fehler, die besonders häufig auftreten, werden gesondert auf einem "Merkzettel" vermerkt und allen beteiligten Interviewern schriftlich ausgehändigt.

Bei Antwortausfällen werden die Interviewer durch gezielte Nachfragen ermitteln, ob es sich um eine Antwortverweigerung handelt oder die Zielperson u.U. nicht in der Lage ist, die Fragen zu beantworten (Unterscheidung der Antworten "weiß nicht", "keine Angabe" und ggf. "nicht zutreffend"). Zusätzliche Einschätzungen bzw. Bemerkungen der Interviewer zum Antwortverhalten der Befragten werden im Interviewprotokoll vermerkt.

Bei inhaltlichen Problemen bzw. Fragen wird sofort der Projektleiter bzw. sein Stellvertreter hinzugezogen. Die Projektleitung ist während der gesamten Projektlaufzeit für die Supervisoren jederzeit ansprechbar und steht mit diesen in engem Kontakt. Mit



Projektbeginn wird durch die Projektleitung bzw. durch hinzugezogene Projektmitarbeiter mehrmals wöchentlich der Zwischenstand kontrolliert und der Datensatz kontrolliert. Bei Qualitätsmängeln insgesamt bzw. Auffälligkeiten hinsichtlich der Interviewdurchführung durch einzelne Interviewer werden sofort die Supervisoren informiert und das weitere Vorgehen gemeinsam besprochen.

Der Auftraggeber kann in unserem Institut selbst einige Interviews live verfolgen und sich von der Qualität der Feldarbeit überzeugen.

## **10. Weitere Maßnahmen zur Qualitätssicherung**

In unserem Institut haben wir schon vor längerer Zeit ein Qualitätsmanagementsystem eingerichtet, in dessen Rahmen der Forschungsprozess bei jedem Projekt eingehend analysiert wird und vorhandene Schwächen aufgedeckt werden, um sie bei weiteren Projekten zu vermeiden.

In regelmäßigen Abständen werden interne Prüfungen durchgeführt, um die Funktionstüchtigkeit des Qualitätsmanagementsystems zu bestätigen.

Ursachen von evtl. Problemen oder Unstimmigkeiten werden analysiert und sofort entsprechende Korrektur- und Präventionsmaßnahmen durchgesetzt.

Die Forschungsprozesse werden durchgängig daraufhin überwacht und geprüft, dass sie gemäß den vereinbarten Leistungsvorgaben durchgeführt werden. Zu den wichtigsten Prozessen zählen die Ziehung der Stichprobe, die Entwicklung des Fragebogens, die Datenerhebung, die Datenverarbeitung, die Auswertung und die Herstellung der zu liefernden Berichte und Dokumentationen.

Alle vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Dokumente, Materialien, Produkte und Datenbanken vertraulicher oder sensibler Natur werden stets vertraulich behandelt und sind nur den unmittelbar Projektbeteiligten zugänglich.

### *Schulungen der Mitarbeiter*

Für die Projektleitung und die Projektmitarbeit werden i.d.R. nur Mitarbeiter eingesetzt, die über eine einschlägige berufliche Ausbildung verfügen. Voraussetzung für die Projektleitung ist darüber hinaus eine mehrjährige Berufserfahrung auf dem Gebiet der Markt- und Meinungsforschung.

Bei Bedarf werden Mitarbeiter extern geschult. Dazu werden in erster Linie die Seminarangebote und Fachtagungen des Berufsverbandes Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM e.V.) genutzt.

Intern werden vor allem Projektbesprechungen dazu genutzt, die jeweiligen Projekte nicht nur inhaltlich zu erörtern, sondern auch eventuell auftretende Probleme in den verschiedenen Phasen der Projektdurchführung zu diskutieren und Wissen untereinander auszutauschen.

#### *Validierung und Schutz der erhobenen Daten*

Die erhobenen Daten werden ständig auf Vollständigkeit, Plausibilität und Konsistenz geprüft, erforderlichenfalls werden fehlende oder falsche Angaben nacherhoben oder aus dem Datenbestand ausgeschlossen.

Zur Prüfung der Datensätze gehört regelmäßig die Prüfung auf Vollständigkeit, die Einhaltung der Stichprobenvorgaben, die Kontrolle der Schlüssigkeit der Antworten und ein Vergleich der Antworten mit Normdaten bzw. zwischen unterschiedlichen Feldmitarbeitern. Die Prüfungen werden teils manuell, größtenteils jedoch computergestützt durchgeführt.

Alle Daten werden auf eine Weise gelagert, die gewährleistet, dass sie weder verloren gehen noch geändert werden können und dass gleichzeitig ihre Vertraulichkeit gewahrt bleibt. In elektronischer Form vorliegende Projektaufzeichnungen werden durch mindestens eine zweite Kopie der elektronischen Dateien gesichert, die nicht in den Institutsräumen aufbewahrt wird.

Alle Schritte der Datenverarbeitung werden durchgängig dokumentiert, es werden jeweils mehrere Sicherheitskopien vorgehalten (RAID-Technologie, mehrere Backup-Systeme). Alle Daten bleiben stets im Original erhalten, so dass auch alle Schritte der Datenbearbeitung und Datenbereinigung stets detailliert nachvollzogen werden können.

Von allen Änderungen, die an den Originaldaten vorgenommen werden, sind auf diese Weise genaue Aufzeichnungen vorhanden.

Alle Datenbereinigungsvorgaben sowie die eingesetzten Gewichtungsverfahren und -programme werden dokumentiert und aufbewahrt.

Beim Umgang mit Dateien wird u.a. sichergestellt, dass Dateien oder Datensätze innerhalb einer Datei nicht doppelt vorkommen, jeweils die aktuelle Dateiversion verwendet wird und stets ein Vergleich zu den Originaldaten möglich ist.

Alle Computerdateien der Datenverarbeitung werden eindeutig gekennzeichnet und sind damit dem jeweiligen Arbeits-/Auswertungsschritt zuzuordnen.

Im Rahmen der statistischen Auswertung wird jeweils die gewichtete und ungewichtete Basis separat ausgewiesen.

Alle Datenbearbeitungs- und Auswertungsschritte werden nachträglich nochmals kontrolliert.

Auf diese Weise wird sichergestellt, dass Daten weder verlorengehen noch verfälscht werden können.

## **11. Datensicherungskonzept**

## **Anlage 1: Vertraulichkeitserklärung**

Wir verpflichten uns, über alle aus dieser Ausschreibung entstandenen und noch entstehenden Erkenntnisse, Unterlagen oder Daten, deren Ablauf und Ergebnisse strengstes Stillschweigen gegenüber Dritten, einschließlich anderen Vertragspartnern, zu bewahren. Dieser Verpflichtung entsprechen wir auch nach Beendigung der Ausschreibung.

Werden im Zusammenhang mit dem Auftrag vom Auftraggeber an die INFO GmbH Daten übergeben, verpflichtet sich die INFO GmbH mit der Abgabe dieses Angebotes, diese Daten vertraulich zu behandeln.

Die INFO GmbH wird diese Daten nicht für andere Projekte verwenden und auch nicht an Dritte weder insgesamt noch in Teilen weitergeben.

Dies gilt auch für solche Daten, die die INFO GmbH bei der Bearbeitung des Auftrages erstellt. Diese Daten gehen nach Abschluss des Auftrages in das Eigentum des Auftraggebers über.

Für Rückfragen zu diesem Angebot stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung.

Berlin, 29.7.2019

INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung



Dr. Holger Liljeberg  
Geschäftsführer