

Anforderungen an die Veröffentlichung von Studienresultaten (Methodensteckbrief)

Anhang VIII zum Reglement über den Gebrauch des Labels Market and Social Research by SWISS INSIGHTS

Gemäss Art.3 d) Verpflichtungen gegenüber der Öffentlichkeit Abs. 4) Information in Publikumsmedien, sind die Institute, welche das Label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS tragen dazu verpflichtet, bei Studien oder Teilen davon, die zur Veröffentlichung in Publikumsmedien vorgesehen sind, die Auftraggebenden ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass ein Methodensteckbrief gemäss dieser Vorlage öffentlich zugänglich gemacht werden muss. Die Veröffentlichung kann z.B. auf der Website des Instituts oder der Auftraggebenden erfolgen. Für Studien der öffentlichen Hand gelten die gesetzlichen Bestimmungen.

Folgende Elemente müssen im Methodensteckbrief enthalten sein:

- Definition der Grundgesamtheit (z.B. Bevölkerung, Kunden Firma xy, etc.)
- Stichprobengrösse (Anzahl der Interviews)
- Art der Stichprobenziehung (z.B. random-quota, random-random, etc.)
- Forschungsmethode (z.B. Online, Telefonisch etc.)
- Befragungszeit (Start und Ende der Feldarbeit)
- Institut / Projektleitung
- Vertrauensintervall für Gesamtstichprobe (optional: α -Niveau)
- Herkunft der Adressen (z.B. Adressbroker, Telefonbuch, etc.)
- Quotenmerkmale (z.B. Alter und Geschlecht interlocked, etc.)
- Gewichtete Merkmale

SWISS INSIGHTS empfiehlt seinen Mitgliedern, zusätzlich (fakultativ) den Methodensteckbrief mit einem Ausschöpfungsbericht zu ergänzen.

Der Ausschöpfungsbericht sollte mindestens folgende Elemente enthalten:

- Ausgangs-Stichprobe
- Nicht zur Grundgesamtheit gehörende
- Subtotal zur Grundgesamtheit gehörende
- Verweigerungen
- Übrige Ausfälle (Alle übrigen Ausfälle mit HH bzw. Person, die zur Grundgesamtheit gehören, oder deren Zugehörigkeit zur Grundgesamtheit unbekannt ist)
- Vollständige Interviews (gültige Interviews, die in die Auswertung einbezogen werden)

Die Definition der Ausgangsstichprobe hängt von der Befragungsmethode und der Art der Stichprobenziehung ab. Prozentanteile können, müssen aber nicht ausgewiesen werden.

| Minimalvariante | Beispiel | Detaillierte Variante | Beispiel | |
|--|----------|---|----------|------|
| Ausgangs-Stichprobe | 2'000 | Ausgangs-Stichprobe | 2'000 | |
| ./ Nicht zur Grundgesamtheit/ Zielgruppe gehörend | 800 | ./ Nicht zur Grundgesamtheit/ Zielgruppe gehörend | 800 | |
| Subtotal zur Grundgesamtheit gehörend (inkl. unbekannt) | 1200 | Subtotal zur Grundgesamtheit gehörend (inkl. unbekannt) | 1200 | 100% |
| ./ verweigert | 200 | ./ verweigert | 200 | 17% |
| | | ./ unerreichbar | 100 | 8% |
| | | ./ andere Ausfälle (z.B. Sprachproblem, Abbruch, unvollständig) | 200 | 17% |
| | | ./ Quota-Overflow | 100 | 8% |
| ./ übrige Ausfälle | 400 | | | |
| Vollständige Interviews | 600 | Vollständige Interviews | 600 | 50% |