

Wichtige Studieninformationen für die Dateninterpretation



Swiss Data Insights
Association

"Muss" Informationen: **Fiktives Beispiel 1** **Fiktives Beispiel 2** **Fiktives Beispiel 3** **Fiktives Beispiel 4** **Fiktives Beispiel 4** **Fiktives Beispiel 6**

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|---------------------------|
| Titel der Studie: | Abstimmungsverhalten | Kundenzufriedenheit | Einkaufsentscheidungen | Spendenverhalten | Image | Kundenberaterbewertung |
| Auftraggeber: | NGO XY | Versicherungsverband XY | Uni XY | NGO XY | Unternehmen XY | Bank XY |
| Durchführendes Institut: | Institutsname | Institutsname | Institutsname | Institutsname | Institutsname | Institutsname |
| Erhebungsmethodik: | Onlinepanel | Telefoninterview (CATI) nach brieflicher Vorinformation | Face-to-Face-Interview (CAPI) | Telefonischer Omnibus | Kombination Online- und Telefoninterview nach einer brieflichen Vorinformation | Mystery Shopper |
| Grundgesamtheit: (Im Minimum Alter und Sprachregionen) | Stimmberechtigte (18+) Deutschschweiz und Westschweiz | (Mit-) Entscheider bei Versicherungsfragen in der Deutschschweiz | Haushaltsverantwortliche für Einkauf des täglichen Bedarfes in einem Haushalt Deutschschweiz und Westschweiz | Erwachsene Bevölkerung (18-70) ganze Schweiz | HR-Verantwortliche von KMU der Dienstleistungsbranche in der ganze Schweiz | Kundenberater der Bank XY |
| Stichprobe: | 2000 | 700 | 1000 | 1000 | 300 | 100 |
| Vertrauensintervall: | +/-2.2% | +/-3.8% | +/-3.2% | +/-3.2% | +/-5.8% | |
| Befragungszeitraum | 17.1.-30.1.2017 | 17.1.-17.3.2017 | 21.1.-21.2.2017 | 17.1.-24.1.2017 | 17.2.-30.3.2017 | 2.2.-14.2.2017 |

"Optionale" Informationen:

| | | | | | | |
|--|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---|--------------|--------------------------------|
| Ausschöpfung: <i>ACHTUNG: Ausschöpfung wird sehr unterschiedlich berechnet</i> | 25% | 33% | | 26% | 22% | |
| Zusatzinformationen | Gewichtung: nach Bildung | Gewichtung: nach Marktanteilen | Sample Point nach Berner Methode | | | |
| Adressquelle: | Onlinepanel (offline rekrutiert) | Computergenerierte Adressen | | Telefonbuch mit Mobilnummern aus eigenem Panel angereichert | Adressdealer | Kundenberaterliste der Bank XY |