

Portrait



gfs.bern

Effingerstrasse 14, 3011 Bern
+41 31 311 08 06, info@gfsbern.ch, www.gfsbern.ch

Gründungsjahr

1959 Gesellschaft für praktische Sozialforschung
1986 GfS-Forschungsinstitut AG
1992 GfS-Forschungsinstitut, Bern
2004 gfs.bern AG

Geschäftsleitung

Urs Bieri (Vorsitz, Verwaltungsrat)
Lukas Golder (Verwaltungsratspräsident)
Cloé Jans

gfs-befragungsdienst: Salvatore Petrone (Geschäftsführer)

Festangestellte

18 Personen (10 Projektleitung, 5 Data Science, 3 Projektmitarbeitende)

Projektleiter:innen

- Urs Bieri
- Marco Bürgi
- Lukas Golder
- Cloé Jans
- Dr. Tobias Keller
- Jonas Ph. Kocher
- Martina Mousson

Befragungsinfrastruktur

- rund 65 Befragere:innen
- rund 75 CATI-Stationen
- rund 65 CAPI-Stationen

Mitgliedschaften

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- ESOMAR

Institutphilosophie

gfs.bern wurde von über 60 Jahren gegründet und zählt zu den bedeutendsten und meistzitierten Meinungsforschungsinstituten in der Schweiz. Bauen Sie auf unsere 60 Jahre Expertise und Innovation, um Antworten auf Ihre Fragen zu erhalten. Für die Beantwortung Ihrer Fragen treten wir im Auftrag von Unternehmen, Verbänden, Parteien und Medien in Dialog mit Menschen, die in der Schweiz zu Hause sind. Wir erkennen mit Hilfe unserer erprobten, systematischen und empirischen Methoden Bedürfnisse, Wahrnehmungen, Meinungen, Motive und Werte.

Dienstleistungsangebot

Politik

- Analysen zu Campaigning, Lobbying
- Eidgenössische, kantonale und lokale Abstimmungen
- VOX-Analysen
- Politische Entscheidungen
- Voralysen
- Hochrechnungen
- Gemeindebefragungen
- Wahlen sowie Wahl- und Abstimmungskommunikation

Issues

- Gesundheit, Ärzte, Spitäler, e-Health
- Digitalisierung
- Inhaltsanalysen sozialer Medien
- Medienanalysen
- Technologiewandel
- Energie, Energiedienstleistungen
- Issue-Analysen
- Jugend- und Trendforschung sowie Familienpolitik
- Sorgenbarometer
- Migration

Kommunikation

- Image- und Reputationsforschung
- Kampagnenplanung, -analysen und -evaluationen
- Krisenkommunikation
- CEO-Kommunikation
- Verbandskommunikation

Methoden

Quantitativ

- Dual-Frame als Kombination aus Festnetz- und Mobilfunkbefragung
- Befragungen bei internen und externen Zielgruppen: CATI, Face-to-face, Schriftlich, Online-Panel (politrends.ch), Online-Opt-In
- Prognosemodelle und Hochrechnungen
- Datenbankanalysen
- Medienanalysen

Qualitativ

- Ausgangslagen in komplexen Kommunikationsumfeldern
- Grossgruppen-Moderation
- Medienanalysen
- Fokusgruppen
- Stakeholdergespräche
- Medienanalysen

Data Science

- Modelle zur Optimierung von Microtargeting
- Online-Medienanalysen und Topic Models
- Social Media Analysen
- Künstliche Intelligenz
- Sekundärdatenanalysen
- Modellierungen

Digitales Campaigning

Abstimmungskampagnen in der direkten Demokratie sind intensive Meinungsbildungsprozesse: Die meisten Menschen konsultieren mehr als fünf Medien, um sich eine Meinung zu bilden. Digitale Mitmachkampagnen und die individuellere Ansprache über bezahlte Kanäle verändern die Rolle der Kommunikation und Interaktion grundlegend. Mit Interesse untersuchen und begleiten wir die Folgen der Digitalisierung auf die digitale Demokratie aus allen Perspektiven der empirischen Forschung. Gerne teilen wir die Erkenntnisse, um sämtliche Kampagnen emotional, inhaltlich und kreativ im Dialog mit Menschen zu entwickeln und zu begleiten.