

Nutzung von Rückrufnummern bei Meinungsumfragen

Stiegler, Angelika

Veröffentlichungsversion / Published Version
Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Stiegler, A. (2015). *Nutzung von Rückrufnummern bei Meinungsumfragen*. (GESIS Papers, 2015/13). Köln: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.21241/ssoar.44012>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

Nutzung von Rückrufnummern bei Meinungsumfragen

Angelika Stiegler

GESIS Papers 2015|13

Nutzung von Rückrufnummern bei Meinungsumfragen

Angelika Stiegler

GESIS Papers

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Postfach 12 21 55

68072 Mannheim

Telefon: (0621) 1246 - 208

Telefax: (0621) 1246 - 100

E-Mail: angelika.stiegler@gesis.org

ISSN: 2364-3773 (Print)

ISSN: 2364-3781 (Online)

Herausgeber,

Druck und Vertrieb: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Unter Sachsenhausen 6-8, 50667 Köln

Abstract

Seit 2009 werden bei telefonisch durchgeführten wissenschaftlichen Markt- und Meinungsumfragen die Anrufe nicht mehr anonym durchgeführt, sondern die Rufnummer wird sichtbar übertragen. Diese Rückrufnummer kann von potentiellen Befragungspersonen angerufen werden, um Informationen über Sinn und Zweck des Anrufs, das Institut und die geplante Umfrage zu erhalten. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit sich mit einem Ansprechpartner des Projektes verbinden zu lassen. Inwieweit diese Möglichkeit zur vorhergehenden oder auch nachträglichen Informationsgewinnung oder Recherche überhaupt genutzt wird, wird in diesem Beitrag auf der Datenbasis durchgeführter Telefonumfragen analysiert; mit dem Ergebnis, dass die überwiegende Mehrheit der Kontaktierten keine Veranlassung sah auf den eingegangenen Anruf mit einem Rückruf zu reagieren. Wenn Personen reagierten, legten sie mehrheitlich nach den ersten Sätzen des Ansagetextes den Hörer auf. Nur ein geringer Teil hörte sich den Ansagetext länger als 40 Sekunden an und nutzte per Tastendruck die Möglichkeit sich näher zu informieren oder sich mit einem Mitarbeiter verbinden zu lassen.

Since 2009, in survey research telephone calls are no longer made anonymously, but the phone number is transmitted visibly. This callback number can be dialed by potential interview respondents to receive information about the purpose of the call, the calling organization and the planned study. Additionally, it is possible to talk to a contact person of the respective project. This paper describes and analyzes to what extent these available options are used for information gathering or enquiry before or after the interview; the results indicate that the vast majority of the contacted respondents did not consider it as necessary to react on the received phone call with a recall. If persons reacted, most of them replaced the handset after hearing the first sentences of the announcement. Only a small group of them were listening to the announcement longer than 40 seconds and used the possibility to push the phone key for more detailed information or to be connected to an employee.

Einleitung

Ab Mitte der 90er Jahre wurden bei Meinungsumfragen in Deutschland vermehrt telefonische Interviews durchgeführt. Im Vergleich zu persönlichen Interviews waren (und sind) Telefonumfragen kostengünstiger und schneller zu realisieren, da die Befragungen aus einem Telefonlabor geführt werden, die erhobenen Daten sofort verarbeitet werden können und keine Interviewer auswärts tätig sein müssen.

Obwohl die Bereitschaft zur telefonischen Interview-Teilnahme mittlerweile gesunken ist, ist diese Methode der Datenerhebung, wenn man sich neuere Daten ansieht, wie z.B. in den jeweiligen Jahresberichten des ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.) die veröffentlichten Zahlen zu den durchgeführten Interviews aller Mitgliedsinstitute, immer noch von zentraler Bedeutung. So sind im Jahr 2012 38% der 21 Millionen Interviews in Deutschland telefonisch geführt worden.

Anfangs war die Bereitschaft potentieller Zielpersonen sich telefonisch befragen zu lassen noch sehr hoch, nahm aber über die Jahre stetig ab. Einer der Gründe dafür liegt in dem Problemfeld der unerwünschten Telefon- oder Werbeanrufe, die gerne unter dem Vorwand, eine wichtige wissenschaftliche Markt- und Meinungsumfrage durchzuführen, übergangslos in einem Verkaufsgespräch münden, so dass bei jedem eingehenden unbekanntem Telefonanruf ein Werbeanruf zu vermuten ist.¹

Im November 2008 beschloss deshalb der ADM, dass spätestens ab dem 30. Juni 2009 bei Telefonumfragen nicht mehr mit unterdrückter Telefonnummer, also in anonymisierter Form angerufen wird, sondern eine Rückrufnummer übermittelt werden muss.

Über diese Rückrufnummer kann der Zielhaushalt bzw. die potentielle Zielperson die Identität der Forschungseinrichtung feststellen und den Kontakt mit dem Befragungsinstitut aufnehmen, um nähere Informationen zu erhalten, wie z.B. dem Zweck des Anrufs, und sich bei Bedarf gleichfalls mit einem Mitarbeiter des Instituts verbinden zu lassen.²

Im Telefonlabor von GESIS³, das Wissenschaftlern die Durchführung von telefonischen Umfragen und Pretests anbot, wurde diese Vorgehensweise, d.h. die Übertragung einer im Display des Telefons sichtbaren Rückrufnummer bei Befragungen, ebenfalls praktiziert.

Auf der Grundlage der letzten beiden im GESIS-Telefonlabor durchgeführten Befragungen (Februar/März und Juni/Juli 2011) bzw. deren resultierenden Kontaktdaten soll in diesem Beitrag der Gebrauch der Rückrufnummer durch potentielle Teilnehmer näher analysiert werden, um der Frage nachzugehen, wie stark eine solche Möglichkeit der Vorabinformation überhaupt genutzt wird und in welcher Weise. Bei den im Rahmen von DFG-Projekten durchgeführten Befragungen wurden insgesamt 1485 Zielpersonen zu verschiedenen Themen, wie Politik, Freizeit und Beruf befragt.

¹ So wurden im Jahre 2005 etwa 231 Mil. sogenannter Cold-Calls oder Kaltanrufe durchgeführt, oft unter dem Vorwand eine wichtige wissenschaftliche Markt- und Meinungsumfrage durchführen zu müssen. Im gleichen Jahr wurden demgegenüber ‚nur‘ 6 Mill. Telefoninterviews zu Forschungszwecken realisiert. Siehe dazu auch: Michael Schneid & Angelika Stiegler, Einfach aufgelegt! Einfluss von Werbeanrufen auf Teilnahmebereitschaft bei Telefonumfragen, Planung & Analyse 5/2007, 18- 20

² ADM, Ergänzung der Richtlinie für telefonische Befragungen zum Anzeigen der Telefonnummer (http://www.adm-ev.de/fileadmin/user_upload/PDFS/R04_Teil2_D_08.pdf). November 2008.

³ Das Telefonlabor wurde zum Jahresende 2011 geschlossen.

1 Das Rückrufsystem

1.1 Übermittlung der Rückrufnummer

Das Telefonlabor von der GESIS hatte zehn Interviewer-Arbeitsplätze mit jeweils einem eigenen Nebenstellen-Anschluss. Bei einem Anruf nach außen wurde die vollständige Rufnummer des Arbeitsplatzes übertragen und beim Empfänger angezeigt. Gleichzeitig war an jedem Interviewer-Arbeitsplatz eine Rufumleitung zu dem Nebenstellenanschluss 255 eingerichtet, auf den ankommende externe Anrufe automatisch umgeleitet wurden. Damit war sichergestellt, dass die Interviewer keine ankommenden Anrufe entgegen nehmen mussten und somit ihre Interviews oder auch ihre Kontaktversuche ungestört durchführen konnten.

Auf der Telefonanlage von der GESIS war zuvor die Software Talkmaster⁴ installiert worden, die nur unter dem Nebenstellen-Anschluss 255 erreichbar war. Bei dem Talkmaster-„Anrufbeantworter“ handelt es sich um eine spezielle Software, die im Gegensatz zu privat genutzten Anrufbeantwortern eine Vielzahl von Funktionen besitzt. Sie kann nicht nur Ansagen abspielen, Anrufe entgegennehmen und gegebenenfalls Nachrichten aufzeichnen. Mit dieser Software ist es auch möglich, sich mit einer ganz bestimmten Person oder Abteilung in einem Unternehmen verbinden zu lassen.

Rufen Personen außerhalb der Arbeitszeiten an, werden sie durch die Software über diesen Sachverhalt informiert. Ist der gewünschte Gesprächspartner nicht erreichbar, wird der Anrufer mit einem entsprechenden Hinweis wieder zum Hauptmenü zurückgeführt.

Alle Anrufe (Rufnummer, Datum, Uhrzeit etc.) werden von der Software protokolliert und in zwei Datensätzen abgelegt, auf die später noch genauer eingegangen werden soll.

1.2 Der Ansagetext

Der nachfolgend aufgeführte Ansagetext wurde durch die Firma FPS Telekommunikation, die die TK-Anlage von der GESIS betreut, besprochen und dann in das System eingespielt.

Wenn die Talkmaster-Software aktiviert wurde, d.h. ein Ruf von außen vorbei an einem Interviewer-Arbeitsplatz auf die Nebenstelle 255 erfolgte, ertönte für den Anrufer zunächst kurz dezente Musik mit anschließender Eingangsansage. Nach 11 Sekunden konnte der Anrufer durch Drücken der Taste 1 nähere Informationen zum Forschungsinstitut GESIS erhalten, nach 18 Sekunden Informationen zur laufenden Telefonstudie. Durch Drücken der Taste 3 war es möglich sich persönlich mit einem Projektmitarbeiter verbinden zu lassen. Drücken der Taste 4 führte zu einer Verbindung zum Telefon des Datenschutzbeauftragten von GESIS (Tab. 1 und 2).

Bei den grau unterlegten Flächen des Ablaufschemas (Tab. 1) war ein Tastendruck möglich. Der Text wurde zwei Mal vorgelesen und nahm insgesamt etwa eine Minute Zeit in Anspruch. Automatisch getrennt wurde die Verbindung, wenn ein Anrufer nach dieser Zeit keine Taste drückte. (Der Anrufer musste natürlich nicht warten, bis ein bestimmter Text vorgelesen wurde. Das Drücken von Tasten, um sich z.B. mit einem Gesprächspartner verbinden zu lassen, war jederzeit möglich.)

⁴ Weitere Informationen zu dieser Software: <http://www.talkmaster.de> (Stand November 2012)

Tabelle 1: Ablaufschema der automatischen Ansage

1. Durchlauf	2. Durchlauf	
		Dezente Musik
		„Willkommen bei der wissenschaftlichen Forschungseinrichtung GESIS in Mannheim.“
11 Sek	40 Sek	„Wenn Sie nähere Informationen zum Forschungsinstitut wünschen, wählen Sie bitte auf Ihrem Telefon die Ziffer 1.“
18 Sek	47 Sek	„Sollten Sie Informationen zur derzeit laufenden Telefonstudie wünschen, die Ziffer 2.“
25 Sek	53 Sek	„Wenn Sie mit dem Ansprechpartner zur Studie sprechen möchten, die Ziffer 3.“
30 Sek	58 Sek	„Um mit unserer Datenschutzbeauftragten zu sprechen, drücken Sie bitte die 4.“
	1:06 Min	„Vielen Dank für Ihren Anruf und Ihr Interesse an unserer Forschungsarbeit!“ „Nähere Informationen zur Forschungseinrichtung erhalten Sie auch auf unserer Homepage www.gesis.org . Auf Wiederhören!“
	1:21 Min	Textende/Abschaltung nach 2-maligem Durchlauf ohne Aktion des Anrufers

Tabelle 2: Ansagetexte der automatischen Anlage

Taste	Ansagetext
Ansage Taste 1	GESIS – das Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. Wir unterstützen wissenschaftliches Arbeiten durch Beratungen, Daten und Informationen. Aufbauend auf umfangreiche Forschungsarbeiten archivieren wir Daten und stellen sie für weitere Analysen zur Verfügung, wir beraten wissenschaftliche Umfrageprojekte bei ihrer Planung und Durchführung. Außerdem bereiten wir fachspezifische Informationen über wissenschaftliche Literatur und Forschungstätigkeiten auf und stellen diese in unseren Datenbanken zur Verfügung. GESIS wird dafür von Bund und Ländern gemeinsam gefördert. GESIS ist ferner Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft und an vielen europäischen und internationalen Projekten beschäftigt.
Ansage Taste 2	Wir führen zurzeit eine wissenschaftliche Umfrage zum Leben und Internetnutzung in Deutschland durch. Ziel ist es zu erfahren, was die Menschen über das Leben in Deutschland denken und auch etwas über die Internetnutzung in Erfahrung zu bringen. Dazu haben wir bei Ihnen angerufen. Leider konnten wir niemand erreichen. Deshalb rufen wir Sie in den nächsten Tagen an. Vorab vielen Dank für Ihren Rückruf und Ihr Interesse an unserer Forschungsarbeit.
Ansage Taste 3	Wir verbinden Sie nun mit dem Ansprechpartner zur XY-Studie.
Ansage Taste 4	Wir verbinden Sie nun mit der Datenschutzbeauftragten unseres Hauses.
Wochenendansage	Leider rufen Sie außerhalb unserer Arbeitszeiten an. Sie erreichen uns Montag bis Freitag zwischen 9 und 17 Uhr. Vielen Dank für Ihren Anruf und Ihr Interesse an unserer Forschungsarbeit. Nähere Informationen zur Forschungseinrichtung erhalten Sie auch auf unserer Homepage www.gesis.org . Auf Wiederhören.
Erfolgloser Vermittlungsversuch	Es tut uns leid, momentan steht leider kein Mitarbeiter zur Verfügung. Sie werden jetzt zum Hauptmenü zurückgeführt.

1.3 Daten der Rückrufnummern

Alle Anrufe zur Talkmaster-Software auf der Nebenstelle 255 wurden protokolliert und softwarebedingt in zwei fast identische Dateien erfasst. Sie enthalten Informationen darüber, wann der Anruf erfolgte (Datum und Uhrzeit), wie lange er dauerte und gleichzeitig die Rufnummer des Anrufers, sofern sie nicht unterdrückt, d.h. anonymisiert wurde.

Weiterhin Informationen darüber, welche Taste(n) bei dem Anruf gedrückt wurde(n), welchen Nebenstellenanschluss der Anrufer wählte, wie viele Sekunden es dauerte (maximal waren 30 Sekunden möglich), bis das Telefon abgenommen wurde und ob das Gespräch entgegen genommen wurde.

Neben Datum und Uhrzeit enthalten die Daten auch die jeweilige Rufnummer, allerdings aus Datenschutzgründen stark verkürzt. D.h. es gibt nur die ersten sieben bzw. acht Ziffern der Rufnummer einschließlich der Vorwahl. Durch die stark gekürzte Rufnummer ist es unmöglich festzustellen, ob ein Anruf ein oder mehrere Male von ein und demselben Anschluss erfolgte bzw. ob ein Anrufer an mehreren Tagen wiederholt angerufen hat. Durch die stark verkürzte Rufnummer kann auch nicht überprüft werden, wie viel Zeit zwischen einem erfolglosen Anruf durch einen Interviewer und dem Rückruf der angerufenen Person liegt. Was man generell nicht überprüfen kann (und da ist auch eine vollständige Rufnummer nutzlos) ist, ob und inwieweit eine Person, die auf ihrem Mobiltelefon kontaktiert wurde, über einen Festnetzanschluss das Institut kontaktierte oder umgekehrt.

Ausgehend von diesen Überlegungen wurden im vorliegenden Fall die Rufnummern nicht weiter analysiert, sondern nur die Tage des Rückrufs, die Uhrzeiten, die Dauer des Anrufs sowie die kontaktierten Mitarbeiter.

2 Ergebnisse

2.1 Generelle Nutzung der angezeigten Rückrufnummer

Die erste der beiden näher untersuchten Telefonumfragen wurde von Februar 2011 bis April 2011 durchgeführt, bei der 16993 Rufnummern eingesetzt und von den Interviewern kontaktiert wurden⁵. Ohne die ‚toten Anschlüsse‘ kommt man auf die Summe von 10551 Rufnummern, die kontaktiert wurden. Wirft man nun einen Blick auf die Datei der eingegangenen Anrufe auf die Rückrufnummer, dann wurde in diesem Zeitraum 1372 Mal die zum Empfänger übertragene Rückrufnummer zurückgerufen.

Die zweite Umfrage gab es in der Zeit von Juni 2011 bis Juli 2011. 13722 Rufnummern wurden hierbei eingesetzt und kontaktiert. Zieht man auch hier die ‚toten Abschlüsse‘ (n = 6922) ab, kommt man auf 6800 kontaktierte Rufnummern. Die Rückrufnummer wurde in der Feldzeit 1151 Mal von potentiellen Zielpersonen angerufen

2.2 Nutzung der Rückrufnummer nach Wochentagen und Uhrzeit

Die Anzahl der Rückrufe verlief wellenförmig in Anlehnung an die von den Interviewern vorgenommenen Kontaktversuche. Zu Zeiten, in denen viele Kontaktversuche, und auch Interviews durchgeführt wurden, war auch die Anzahl an Rückrufen sehr hoch. Vornehmlich handelte es sich dabei um die Werktage von Montag bis Freitag (Abb. 1). Überraschenderweise wurde am Wochenende und zwar am Samstag sowie Sonntag die Rückrufnummer so gut wie nie angerufen. Überraschend deshalb, weil man vermuten könnte, dass Personen, welche während der Woche nicht erreichbar waren und erst am Wochenende die angezeigte Rückrufnummer auf dem Telefondisplay sahen, an diesen Tagen zurückrufen würden.

Die Zeiträume, in denen die Rückrufnummern angewählt wurden, sind in beiden Umfragen ähnlich. Vor 10 Uhr vormittags wählten nur sehr wenige Personen die Rückrufnummer. Die Anzahl der Rückrufe nahm dann kontinuierlich zu, erreichte gegen 15 bis 19 Uhr ihren ‚Höhepunkt‘, um dann wieder merklich abzunehmen.

Eine geringe Verschiebung gibt es zwischen der 1. und 2. Umfrage: bei der ersten Umfrage, durchgeführt im Februar bis April, wird tendenziell etwas häufiger die Rückrufnummer von 11 bis 16 Uhr genutzt, wohingegen bei der zweiten Umfrage im Juni und Juli die Nutzung nach 18 Uhr etwas höher war. Eine mögliche Erklärung könnte darin gesehen werden, dass aufgrund der Jahreszeit eine zeitliche Verschiebung stattfindet, so dass Aktivitäten eher in die Abendstunden hineinreichten.

⁵ Angelika Stiegler, Rekrutierung von Panelteilnehmern für das Projekt „Online-Access-Panel“, GESIS-Projektbericht 2011/06

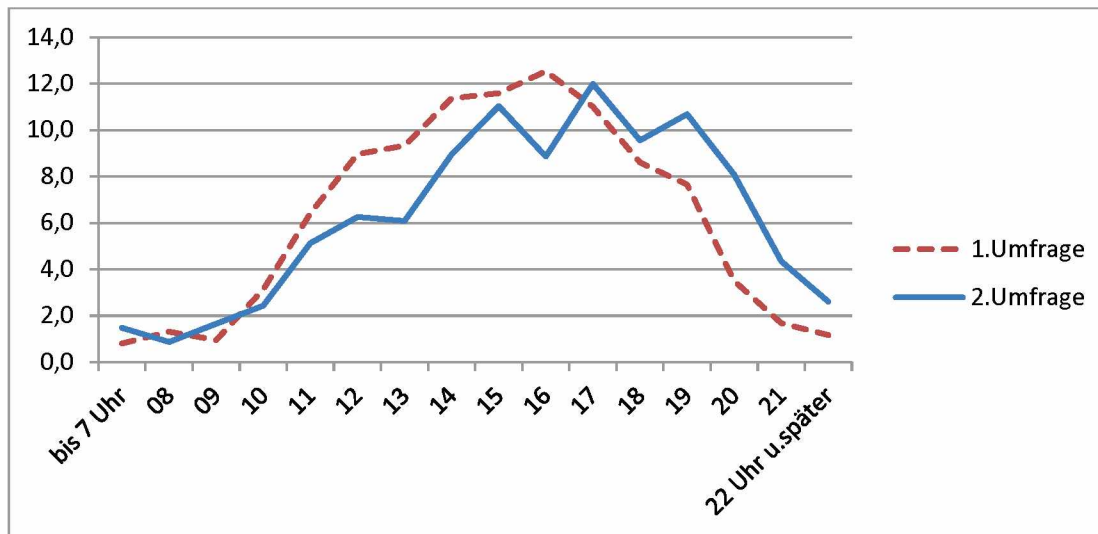


Abbildung 1: Rückruf nach Uhrzeit

2.3 Die Anrufdauer der Rückrufe

In Bezug auf die zeitliche Dauer der Rückrufe sind die Ergebnisse bemerkenswert. Wie aus Tabelle 3 ersichtlich, zeigt es sich, dass jeder zweite Rückruf 10 Sekunden lang oder kürzer dauerte, wobei etwa zwei Drittel der Anrufe 8 bis 10 Sekunden dauerten. Alle diese Anrufer haben sich somit die Ansage „Willkommen bei der wissenschaftlichen Forschungseinrichtung GESIS in Mannheim“ angehört und dann den Hörer aufgelegt. Ob und inwieweit dies ausreichte, dass bei einem späteren Kontaktversuch durch einen Interviewer ein Interview zustande kam, ist leider nicht überprüfbar.

Etwa jeder 4. Anrufer blieb 11 bis 17 Sekunden in der Leitung, hörte sich demnach noch die Ansage „Wenn Sie nähere Informationen zum Forschungsinstitut wünschen, wählen Sie bitte auf Ihrem Telefon die Ziffer 1“ an, bevor er auflegte. Nur noch bei 10 Prozent der Anrufe blieben die Personen 18 bis 24 Sekunden am Telefonhörer, hörten sich den weiteren Hinweistext an, wonach man durch Drücken der Taste 2 Informationen zur laufenden Studie bekommen konnte, und legte dann auf.

Generell kann festgehalten werden, dass ein geringer Anteil, bezogen auf die eingesetzten Rufnummern, sich die Ansagetexte länger als 40 Sekunden anhörte.

Tabelle 3: Anrufdauer des Rückrufs

Anrufdauer (in Sekunden)	Umfrage	Umfrage
Bis 10	43,7 %	41,4 %
11 - 17	26,2 %	30,4 %
18 - 24	10,4 %	8,9 %
25 - 29	4,1 %	3,6 %
30 - 39	4,7 %	5,0 %
40 - 63	5,5 %	4,5 %
64 und mehr	5,5 %	6,1 %
	N = 1372	N = 1151

2.4 Tastenwahl der Anrufer

Im Ansagetext gab es für den Anrufer die Möglichkeit durch Drücken einer Taste detailliertere Informationen zu erhalten: mit der Ziffer 1 erhielt man weitere Informationen über das Institut und mit der Ziffer 2 detailliertere Informationen zum Forschungsgegenstand. Diese Texte waren vorbesprochen. Durch Drücken der Taste 3 bzw. 4 konnte man sich demgegenüber mit einem Mitarbeiter im Institut verbinden lassen. Über die Taste 3 wurde man verbunden mit einem Ansprechpartner zur Studie, über die Taste 4 mit dem Datenschutzbeauftragten von GESIS. Wie aus den beiden nachfolgenden Grafiken erkennbar ist, wurden die Tasten von Anrufern, die nur kurze Zeit (bis 24 Sekunden) den Ansagetext anhörten, nicht genutzt. Bei jenen Personen, die sich 25 bis 39 Sekunden den Ansagetext anhörten, wurde vereinzelt die Taste 1 bzw. 2 gedrückt, um sich über das Institut oder den Forschungsgegenstand zu informieren.

Lediglich diejenigen Anrufer, die 40 Sekunden und noch länger den Anrufertext anhörten, drückten sehr häufig die Tasten 1 bis 4, um sich näher zu informieren oder sich mit einem Mitarbeiter bzw. dem Datenschutzbeauftragten im Institut verbinden zu lassen. Auffällig ist, dass Anrufer die 65 Sekunden und mehr am Apparat verweilten, schwerpunktmäßig Taste 3 drückten.

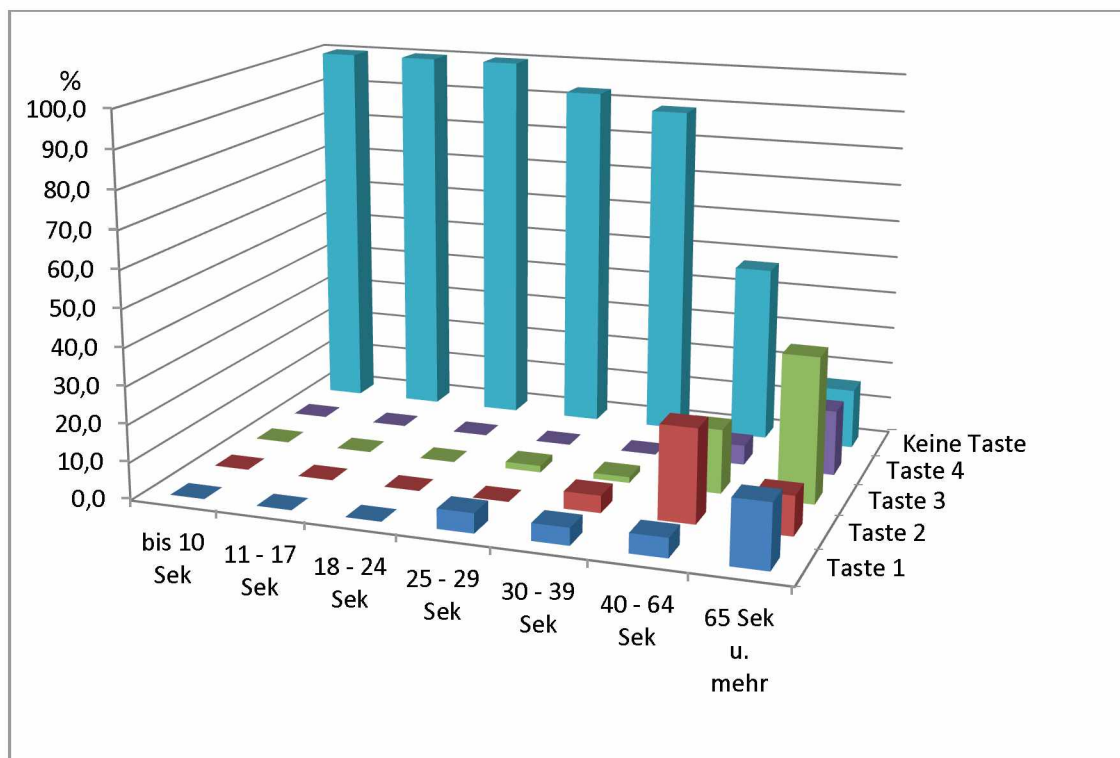


Abbildung 2: Tastenwahl und Verweildauer bei der 1. Umfrage

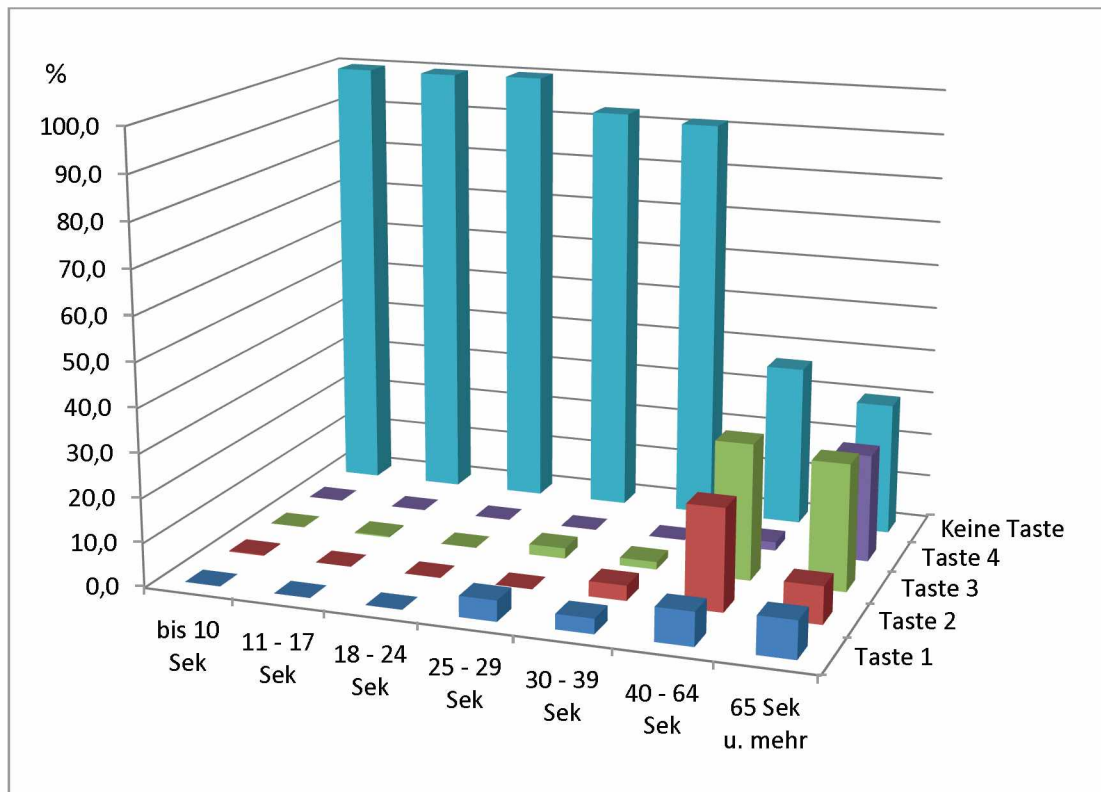


Abbildung 3: Tastenwahl und Verweildauer bei der 2. Umfrage

Eine Auswertung der Daten anhand der gedrückten Tasten ergab folgendes Bild bei der 1. Befragung: 23 der (einfach oder mehrfach) Anrufer⁶ hörten sich den Text über das Institut an (Taste 1), 30 Mal die Informationen über die Studie (Taste 2), in 48 Fällen wollte man persönlich einen Projektmitarbeiter sprechen (Taste 3) und in 17 Fällen den Datenschutzbeauftragten (Taste 4). Bei 1254 von den 1372 Anrufen wurde keinerlei Taste gedrückt.

Ein ähnliches Bild ergeben die Daten von der 2. Befragungswelle: 14 der (einfach oder mehrfach) Anrufer wollten den Text über das Institut (Taste 1), 21 über die Studie (Taste 2) hören. 39 Rückrufe verfolgten das Ziel einen Projektmitarbeiter (Taste 3) und 18 Rückrufe den Datenschutzbeauftragten (Taste 4) zu sprechen. In 1059 Fällen der insgesamt 1151 Anrufe wurde keine weitere Information durch Tastendruck abgerufen.

Somit wurde sowohl in der ersten wie auch der zweiten Befragung bei etwa jedem 10te Rückruf (1. Umfrage = 8,6 % von 1372 Anrufen, 2. Umfrage = 8 % von 1151 Anrufen) auf den eingegangenen unbekanntem Anruf mittels weiteren Tastendruck reagiert. Bleibt festzustellen, dass ein äußerst geringer Anteil davon das persönliche Gespräch suchte, wobei das Gespräch mit dem Datenschutzbeauftragten nicht so wichtig war, wie das mit dem Projektmitarbeiter.

⁶ Unklar ist, ob möglicherweise ein- und derselbe Anrufer zu unterschiedlichen Zeiten anrief, da dies aus den Daten nicht zu ersehen ist (s. S.6). Es wird einfach davon ausgegangen, dass es sich um unterschiedliche Anrufer handelt.

3 Erreichbarkeit von Mitarbeitern

Durch Drücken der Tasten 1 bzw. 2 wurde nur ein vorgesprochener Text abgespielt. Demgegenüber dienten die Tasten 3 und 4 dazu, sich als Anrufer mit einem Mitarbeiter bei GESIS persönlich verbinden zu lassen. Die Taste 3 stellte eine Verbindung zu einem Projektmitarbeiter her, die Taste 4 zum Datenschutzbeauftragten im Institut. Für die Verbindung zu dem gewünschten Mitarbeiter stellte das System jeweils 30 Sekunden Zeit zur Verfügung. Wurde innerhalb dieser Zeitspanne der Hörer nicht abgenommen, wurde der Anruftext wiederholt vorgespielt.

In der ersten Befragung wurden diese beiden Verbindungs-Funktionen zu einem Mitarbeiter insgesamt 65 Mal genutzt. Von den 48 Anrufen an einen Projektmitarbeiter, wurden in 18 Fällen beim ersten Verbindungsversuch ein Projektmitarbeiter erreicht. Bei den übrigen 30 Anrufen nahm beim Erstversuch kein Projektmitarbeiter das durchgestellte Telefonat an. Bei 26 von den 30 Anrufen wurde ein Zweitversuch unternommen, wobei in drei Fällen das Telefon abgenommen wurde. Einen dritten Versuch belegen lediglich zwei Anrufe, bei denen allerdings die Taste 4 gedrückt wurde, um sich mit dem Datenschutzbeauftragten verbinden zu lassen.

Beim Datenschutzbeauftragten sehen die Verbindungs-Zahlen folgendermassen aus: Dieser wurde zwecks persönlichem Gespräch 17 Mal angerufen. Einen Zweitversuch belegen weitere 13 Anrufe. 10 Mal blieb es bei den zwei Versuchen, ein weiterer dritter Versuch, jedoch mit einem Projektmitarbeiter zu sprechen kann bei drei Anrufen festgestellt werden.

Die Ergebnisse bei der zweiten Befragung sind nahezu identisch. In 68 Fällen, in denen persönlicher Kontakt gesucht wurde, wurde 18 Mal versucht den Datenschutzbeauftragten einmalig zu erreichen. 17 Mal wurde einen zweiter, 8 Mal ein dritter Versuch unternommen.

Und auch die Erreichbarkeit von einem Projektmitarbeiter im Vergleich zum Datenschutzbeauftragten war bei der zweiten Umfrage etwas besser. 40 Anrufe dokumentieren durch Drücken der Taste 3 das gewünschte Gespräch mit einem Projektmitarbeiter, das in 16 Fällen beim ersten Versuch erfolgreich zustande kam. In den verbliebenen 24 Fällen wurde bei 19 ein zweiter Versuch unternommen, wobei in zwei Fällen der Hörer abgenommen wurde. Zweimalig gibt es einen weiteren, dritten Versuch, jedoch mit dem Ziel sich mit dem Datenschutzbeauftragten verbinden lassen zu wollen.

Alles in allem gesehen kann festgestellt werden, obwohl nur wenige Anrufer mit einem persönlichen Gesprächspartner, - ob nun Projektmitarbeiter oder Datenschutzbeauftragter -, kommunizieren wollten, kam das Gespräch dennoch nicht in allen Fällen zustande. Somit wurde das eigentliche Ziel, bei Durchführung von Telefonumfragen potentiellen Befragten jederzeit Auskunft zu geben, nicht vollständig erreicht.

Zusammenfassung und Diskussion

In Anlehnung an die Vorgaben des ADM übertrug GESIS bei den Telefonumfragen eine Rückrufnummer, die auf den Telefondisplays der potentiellen Zielpersonen angezeigt wurde und über diese, wenn gewünscht, Kontakt mit dem Institut aufgenommen werden konnte.

Allerdings wurde die Rückrufnummer - zumindest bei unseren beiden untersuchten Befragungen - von der überwiegenden Mehrheit nicht genutzt. Und wenn die Rückrufnummer angerufen wurde, dann hörte sich die Mehrzahl der Anrufer nur die ersten Sätze des Ansagetextes an, um dann wieder aufzulegen. Die überwiegende Zahl der Rückrufe (jeweils über 90%) mündete somit nicht in dem Wunsch darüberhinaus gehende Informationen zu erhalten, die durch Tastendruck erfahrbar gewesen wären.

Damit hat möglicherweise die Mehrheit der Personen, die auf den eingegangenen Anruf mit einem Rückruf reagierten, erst gar nicht den Grund für den Anruf erfahren; bestenfalls jedoch aus der „Willkommens-Ansage“ erschliessen können. Aber auch die Möglichkeit mit einer Person im Hause über den Anruf bzw. die Umfrage sprechen zu können, blieb den meisten Anrufern somit verborgen.

Dies führt zur der Überlegung, ob nicht bei Einsatz eines automatischen Anrufbeantworters die Reihenfolge der Ansagetexte insofern verändert werden sollte, als dass z.B. der Text mit näheren Informationen zur Umfrage vorgezogen, d.h. auf Taste 1 positioniert wird. Zum anderen wären weitere Analysen zur Rückrufnummern-Nutzung von potentiellen Befragten bei Meinungsumfragen vorallem unter dem Aspekt des Einsatzes variierender Vorstellungs-/Ansagetexte auf Anrufbeantworter von Interesse, die sich beispielsweise in Länge, Aussagekraft usw. unterscheiden, wie z.B. schon in Form von Einstiegstexten im Kontext von Telefoninterviews untersucht.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse kann vorallem folgende Empfehlung bei einem Einsatz von Rückrufnummern genannt werden: Zur Optimierung der Hotline-Funktion muss die Anwesenheit des (wissenschaftlichen) Personals, das als Ansprechpartner fungieren soll, stets gewährleistet sein, wie auch der Gebrauch der Rufumleitung am Telefon. Ansonsten besteht das Risiko, dass potentielle Befragungspersonen aufgrund der Nichterreichbarkeit der Ansprechpartner den weiteren Kontaktversuchen der Interviewer ablehnender begegnen, wenn nicht sogar das erwünschte Interview verweigern. Außerdem wird die zusätzliche Chance verspielt, bei umfragekritischen Personen, die sich durch ihren Anruf z.B. von der Seriosität der Einrichtung vergewissern wollen, durch Informationen und Aufklärung den Non-Response zu minimieren.

Ob jedoch ein genereller Einsatz zusätzlicher Mitarbeiter als telefonische „Anlaufstelle“ anstelle eines Anrufbeantworters mehr Potenzial besitzt, Anrufer zu informieren und/oder zur Teilnahme an der Umfrage zu rekrutieren, kann nur vermutet werden. Auf alle Fälle ist dies organisatorisch deutlich aufwendiger und somit teurer.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass eine im Display angezeigte (Rück-) Rufnummer des durchführenden Instituts, wie sie als Verhaltensregel für Transparenz und zur Vertrauensbildung bei telefonischen Befragungen eingesetzt wird, bei den angerufenen Personen offensichtlich eher im begrenzten Rahmen dazu führt über den Anrufer durch Rückruf zu recherchieren. Trotzdem ist eine solche Kontakt- wie Informationsmöglichkeit unabdingbar. Die Einrichtung und Darbietung von Informationen zur jeweiligen Umfrage oder Studie sollte deshalb erprobt und den entsprechenden Anforderungen genau angepasst sein.

Literatur

Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute ADM (www.adm-ev.de/richtlinien/), „Ergänzung der Richtlinie für telefonische Befragungen zum Anzeigen der Rufnummer“ (http://www.adm-ev.de/fileadmin/user_upload/PDFS/R04_Teil2_D_08.pdf). November 2008

Informationen zur Software: <http://www.talkmaster.de> (Stand November 2012)

Gerd Meier, Michael Schneid, Yvonne Stegemann & Angelika Stiegler (2005): Steigerung der Ausschöpfungsquote von Telefonumfragen durch geschickte Einleitungstexte , ZUMA-Nachrichten Nr. 57, S. 37-55