



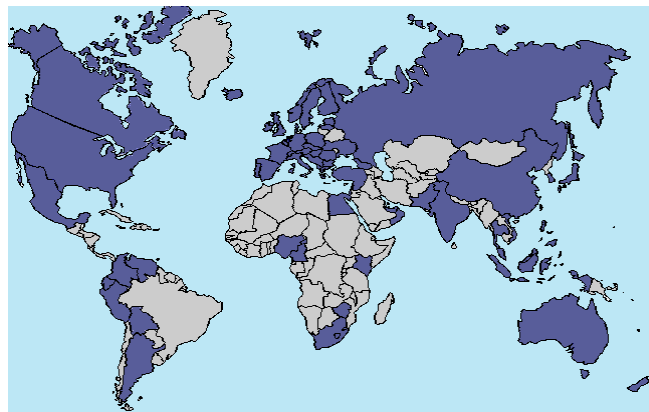
GALLUP INTERNATIONAL

Diese enge Kooperation von selbständigen Instituten (noch heute sind zahlreiche Familienbetriebe darunter), wurde 1947 von Dr. George H. Gallup gegründet, der Sitz ist in Zürich. 2005 wurde Matthias Kappeler in den Vorstand gewählt.



(Gründung 1947, Quelle: Gallup International)

Derzeit umfasst dieses Netz 64 Mitgliedsinstitute in allen Kontinenten, GALLUP INTERNATIONAL führt Markt- und Meinungsforschung in nahezu 100 Ländern durch.



(Abdeckung durch GALLUP INTERNATIONAL)

ISOPUBLIC Institut für
Markt- und Meinungsforschung AG
Ringstrasse 7, CH-8603 Schwerzenbach
Tel. 044 806 66 66, Fax 044 806 66 60
mail@isopublic.ch www.isopublic.ch



Einige Studien von GALLUP INTERNATIONAL

- End of Year Survey mit ausgewählten Indikatoren zu Wirtschaft, Arbeitsleben und Optimismus
- Voice of the People
Seit 2002 wird die Bevölkerung in mehr als 50 Ländern aus 7 Regionen zu Themen wie Umwelt, Politik, Demokratie, Menschenrechte, Terrorismus etc. befragt
- Global Corruption Report (erhoben seit 2001) – „Korruptions-Barometer“ von Transparency International (Berlin)
- GALLUP-Millennium-Survey, 2000
Die grösste jemals durchgeführte Meinungsforschung stammt ebenfalls von GALLUP INTERNATIONAL. Die „Millennium Studie“ befragte 50.000 Personen in 60 Ländern – sie stehen für insgesamt 1.25 Milliarden Menschen. Die Themen reichten von den Wertvorstellungen bis hin zu Demokratie, Umweltschutz, Menschenrechte, Religion, Kriminalität und "worauf es im Leben ankommt".
- Beispiel für ad-hoc-Studien: Unmittelbar nach dem Sturz von Saddam Hussein am 9. April 2003 wurde von GALLUP INTERNATIONAL eine Untersuchung in 45 Ländern durchgeführt (Interviews: 16. April – 8. Mai) und fünf Tage später publiziert.

Link

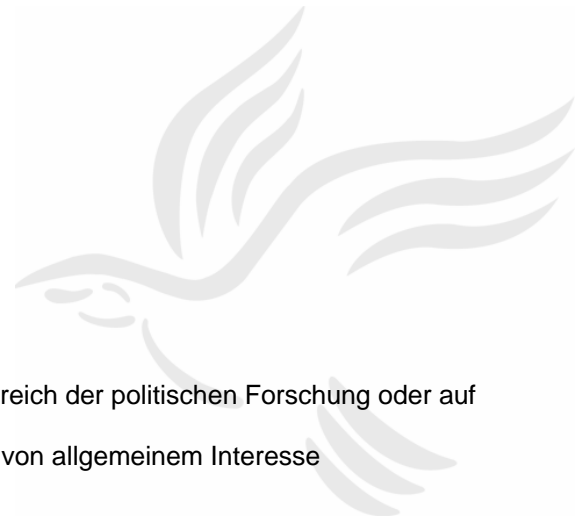
www.gallup-international.com
www.voice-of-the-people.net

Warum mit GALLUP INTERNATIONAL?

Globale Ebene

- Bewährte Projektpartnerschaften, existierende Teams
- Meetings (mindestens einmal jährlich)
- Wissenstransfer durch gemeinsame Trainings, Seminare, Mitarbeiteraustausch, auch durch gemeinsame internationale Non-Profit-Forschungsprojekte des Marktforscher-Nachwuchses
- Global standardisierte Qualitätsansprüche
- Standardisierte Definition von Methoden, Begriffen
- Optimierte Abläufe (z.B. Software, Datenlieferungen)
- Vorhandene Standardprodukte (tw. in Lizenz), mit der Bereitschaft zur Adaption

ISOPUBLIC Institut für
Markt- und Meinungsforschung AG
Ringstrasse 7, CH-8603 Schwerzenbach
Tel. 044 806 66 66, Fax 044 806 66 60
mail@isopublic.ch www.isopublic.ch



- Netzwerk mit international anerkannten Experten – sei es im Bereich der politischen Forschung oder auf dem Gebiet der Marktforschung i. e. S.
- Regelmässig weltumspannenden pro bono-Studien zu Themen von allgemeinem Interesse

Lokale Ebene

- Eigenständigkeit, keine "Befehlsempfänger" sondern unternehmerisch denkend
- Lokale Marktkennnisse (Input für das Research Design und die Interpretation: Sprache, Kultur, Verhaltensmustern, aber auch statistischen Quellen)
- Lokale Empfehlung von Methoden (Sampling, Datenerhebung), lokale Übersetzung durch Marktforscher (also durch jemanden, der die Methoden und den Markt kennt)
- Umsetzung entsprechend dem jeweiligen Kulturkreis
- Häufig unter den Marktführern, die Marke GALLUP schafft Vertrauen bei den Befragten

Operative Ebene

- Ein Kontakt, in der Nähe, in der eigenen Sprache (bequem, effizient)
- Zentrale Koordination (Auswahl der konkreten Partner, Entwicklung des Design, einheitliches – häufig persönliches – Briefing vor Ort, einheitliches Vorgehen bei der Analyse)
- Klare Abklärung der Kompetenzen, Projektmanagement
- Vorgabe und Durchsetzung der Qualitätsansprüche des koordinierenden Instituts

Vorgehen bei internationalen Studien

Die wichtigsten Schritte für zuverlässige, vergleichbare internationale Marktforschung sind:

1. Der Auftraggeber informiert ISOPUBLIC im Briefing über seine Informationsbedürfnisse oder das Untersuchungskonzept wird gemeinsam durch den Auftraggeber und ISOPUBLIC erarbeitet.
2. ISOPUBLIC beschafft mit dem für die Marktforschungsinstitute ausgearbeiteten, vollständigen Untersuchungskonzept die Offerten für die Befragung in den einzelnen Ländern, und zwar beim Mitgliedsinstitut von GALLUP INTERNATIONAL und mindestens zwei Konkurrenzinstituten.
3. Nach dem Entscheid des Auftraggebers arbeitet ISOPUBLIC die Grundlagen für den detaillierten Auftrag in den ausgewählten Ländern aus, normalerweise in englischer Sprache und übergibt sie, nach Abstimmung mit dem Auftraggeber, den ausgewählten Partnerinstituten.
4. Die Partnerinstitute übersetzen den Fragebogen lokal. ISOPUBLIC prüft die Übersetzung und übermittelt sie wunschgemäss ebenfalls dem Auftraggeber (eventuell zur Überprüfung durch seine Tochter- oder Partnergesellschaften), vor allem, wenn eine bestimmte Fachterminologie zu beachten ist.

ISOPUBLIC Institut für
Markt- und Meinungsforschung AG
Ringstrasse 7, CH-8603 Schwerzenbach
Tel. 044 806 66 66, Fax 044 806 66 60
mail@isopublic.ch www.isopublic.ch



5. Die beauftragten Partnerinstitute führen die Untersuchung in ihrem Land durch und berichten ISOPUBLIC wöchentlich über die Fortschritte und eventuell auftretende Probleme.

6. ISOPUBLIC erhält von den Partnerinstituten die Ergebnisse in der vereinbarten Form (meist Datenfiles) und wertet diese in der vom Auftraggeber gewünschten Form aus, z.B. als vergleichbare Gesamtpräsentation beim Auftraggeber.

ISOPUBLIC Institut für
Markt- und Meinungsforschung AG
Ringstrasse 7, CH-8603 Schwerzenbach
Tel. 044 806 66 66, Fax 044 806 66 60
mail@isopublic.ch www.isopublic.ch