ERSTINFORMATIONEN

Für zukünftige Interviewer

Stand: November 2026



FOERSTER & THELEN MARKTFORSCHUNG FELDSERVICE GMBH

foerster&thelen
MARKTFORSCHUNG FELDSERVICE GMBH

Stühmeyerstraße 16
44787 Bochum
www.werde-feldmeister.de

INHALTSVERZEICHNIS



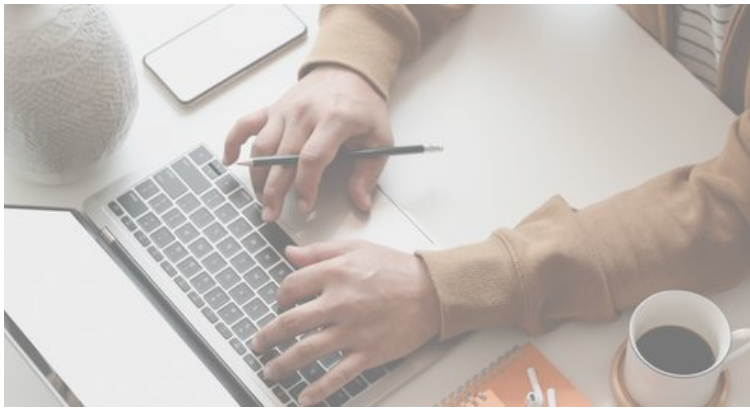
I. Einführende Informationen für Interviewer	3
II. Aufgaben als freiberuflicher Interviewer	7
III. Von der Bewerbung bis zum Einsatz	6
IV. Institutsorganisation	10
V. Honorarstruktur	12
VI. Abschließende Anmerkungen	13

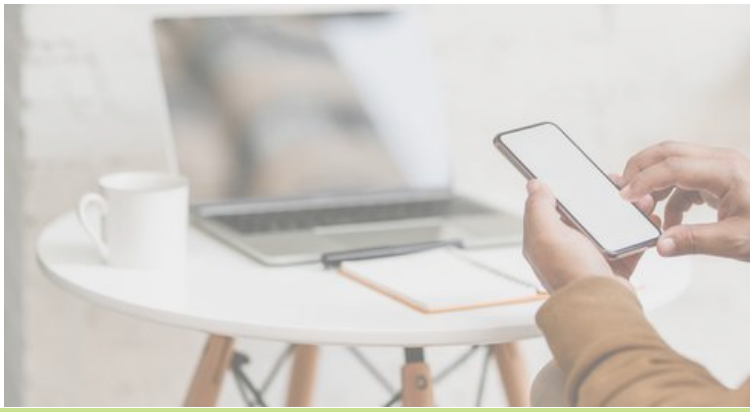
Telefonnummer: *0234 - 5074 - 0*
Email: *schulung@ftmafo.de*

Bürozeiten:
MO. - DO. von 09:00 bis 17:00 Uhr
FR. von 09:00 bis 15:30 Uhr

I. EINFÜHRENDE INFORMATIONEN FÜR NEUE INTERVIEWER







Liebe Bewerberin, lieber Bewerber

wir freuen uns über Ihr Interesse an unserem Unternehmen bzw. über Ihre Bewerbung für die Tätigkeit als Interviewer.

Im Folgenden möchten wir Sie näher mit unserem Institut, der Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH, vertraut machen sowie Ihnen die ersten Informationen über den Interviewerbereich vermitteln.



Anprechpartner Schulung & Recruiting

Alicja Mariano, Nadja Pawelka, Martina Ferretti
Telefon: 0234 - 5074 - 211/ 210/ 212
E-Mail: schulung@ftmafo.de

I.I Bewerbungsunterlagen

Online ausfüllen



ONLINEFOMULAR AUSFÜLLEN



FOTO UND IDENTITÄTS-NACHWEIS HOCHLADEN

E-Mail erhalten

Button “Jetzt bewerben” anklicken und ein Kurzformular ausfüllen. In einer separaten Email erhalten Sie von uns einen Link zu unserem Online-Bewerbungsbogen.

Inhalt

Die Angaben in diesem Bewerbungsbogen sollen uns über Ihre Einsatzmöglichkeiten in der Markt- und Meinungsforschung Aufschluss geben.

Foto

Bitte laden Sie im Formular ein aktuelles Foto hoch.

Identitätsnachweis

Bitte laden Sie im Formular eine Kopie Ihres Personalausweises (nur Vorderseite) hoch. Schwärzen Sie bitte alle nicht benötigten Angaben. Sichtbar bleiben müssen lediglich Vor- und Nachname sowie Ihr Foto.

Tätigkeitsbereiche

Bitte klicken Sie an, für welche Tätigkeitsbereiche Sie sich im Bereich der Markt- und Meinungsforschung interessieren.

Absenden

Sobald Sie auf “senden” klicken, erhalten Sie eine Bestätigung, dass wir Ihren Online-Bogen erhalten haben. Wir prüfen den Bogen nach Vollständigkeit, legen Sie in unserem System an und melden uns anschließend bei Ihnen, um weitere Schritte zu besprechen.

I.II Unser Unternehmen

Foerster & Thelen Marktforschung Feldervice GmbH







TÄTIGKEITSFELD
Felddienstleitung

Wir bieten unseren Auftraggebern einen unabhängigen, zertifizierten Feldservice an und unterstützen sie bei der Umsetzung ihrer Projekte.

GRÜNDUNG 1977
Standort Bochum

Die Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH wurde 1977 gegründet.

GESCHÄFTSLEITUNG
Ina & Uwe Förster

Unser Feldinstitut führt mit über 100 Angestellten und 1500 freiberuflichen Mitarbeitern, Feldarbeit im Rahmen der Marktforschung und Meinungsforschung durch.

Das Hauptaufgabengebiet unseres Unternehmens liegt in der Durchführung von Befragungen. Wir arbeiten im Auftrag von namhaften Unternehmen und Konzernen aus den Bereichen Lebensmittel-, Textil-, Möbel-, Automobil-, Kosmetik- oder Waschmittelindustrie. Zu unseren Kunden gehören des Weiteren Markt- und Meinungsforschungsinstitute, Werbeagenturen, Unternehmensberatungen, Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen sowie öffentliche Institutionen.

Wir führen Interviews mit allen Bevölkerungsgruppen zu den unterschiedlichsten Themenbereichen durch, z. B. in Form von Kundenzufriedenheits- und Quotenstudien, Produkttests, Umfragen zu gesellschaftsrelevanten Themen etc. In der Abteilung Mobile Datenerfassung werden zudem wöchentlich Daten zu bestimmten Produkten im Einzelhandel erhoben.

I.III Öffnungszeiten und Erreichbarkeit

Foerster & Thelen Marktforschung Feldervice GmbH



Unser Institut ist Montag bis Donnerstag in der Zeit von 09.00 Uhr bis 17.00 Uhr durchgehend geöffnet. Freitags können Sie uns von 09.00 Uhr bis 15.30 Uhr erreichen. Zu diesen angegebenen Öffnungszeiten können Sie uns immer direkt telefonisch unter den Rufnummern **0234-5074-212/ 210/ 211** kontaktieren. Außerhalb der Geschäftszeiten steht Ihnen unser Anrufbeantworter unter der Rufnummer **0234-5074-0** zur Verfügung.

Übersicht Bürozeiten:
Buchhaltung: Montag bis Freitag 09:00 – 13:00 Uhr
Telefonstudio: Montag bis Freitag 09:00 – 20:00 Uhr, Samstag 13:00 – 18:30 Uhr
Restliche Abteilungen: Montag bis Donnerstag 09:00 – 17:00 Uhr, Freitag 09:00 – 15:30 Uhr

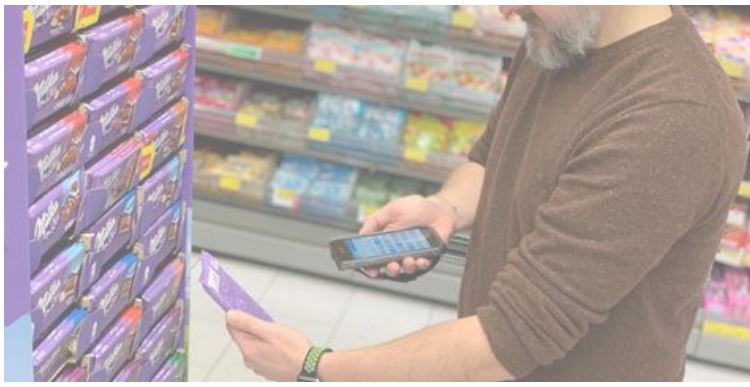
Zu allen Zeiten können Sie uns eine E-Mail senden: **info@ftmafo.de** oder **schulung@ftmafo.de**.

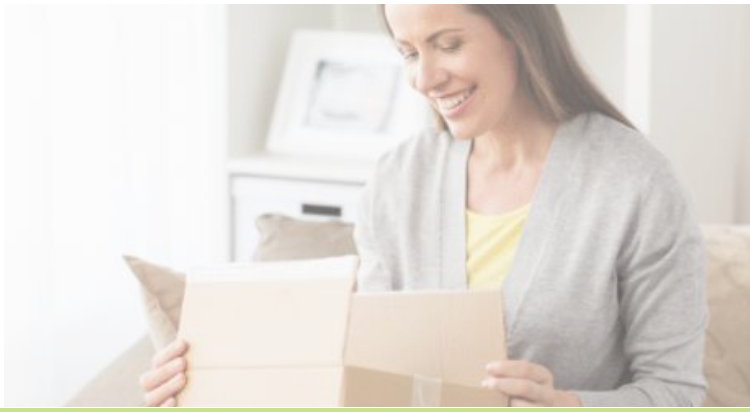
Schauen Sie doch auch mal auf unserer Website vorbei unter **www.werde-feldmeister.de** oder besuchen Sie uns bei Facebook!

II. Aufgaben als freiberuflicher Interviewer

Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH







Was sind die Aufgaben eines Interviewers?

Die Marktforschung ist eines der wichtigsten Werkzeuge des Marketings. Wie jede andere Forschung muss auch die Marktforschung gewisse Kriterien erfüllen, die eng mit der wissenschaftlichen Methode verknüpft sind: Unabhängigkeit, formale Genauigkeit, konzeptionelle Richtigkeit und Aussagekraft. Die Rolle des Interviewers ist demnach entscheidend in Bezug auf die Qualität der gesammelten Daten.

Ein Interviewer ist stets ein neutraler Beobachter und Sprachrohr des Befragten. Er darf ihn in keiner Weise beeinflussen und seine persönliche Meinung nicht mit in die Befragung einfließen lassen. Er lässt sich auf keine kritischen Gespräche ein, bleibt stets objektiv, diskret und sorgt für eine einwandfreie Abwicklung der Untersuchung. Dies kann er nur dann gewährleisten, wenn er sich laufend mit den Inhalten der beauftragten Studien vertraut macht, die ihm von unserem Institut zur Verfügung gestellt werden.

II.I Voraussetzungen und Status

Foerster & Thelen Marktforschung Feldervice GmbH







GEPFLEGTE ERSCHEINING **FREUNDLICHKEIT** **KOMMUNIKATIONSFREUDE**

Als Interviewer haben Sie mit vielen verschiedenen Menschen zu tun. Ein sicheres und freundliches Auftreten, gepflegte und adrette Erscheinung und Kontakt- und Kommunikationsfreude sind bei dieser Tätigkeit deshalb von großer Bedeutung.

Sie fungieren gegenüber der Öffentlichkeit als Botschafter unseres Unternehmens und unserer Auftraggeber und sollten sich deshalb stets höflich und professionell verhalten. Außerdem sollten Sie über sehr gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift und ein allgemeines Verständnis für Technik verfügen, da unsere Projekte mit Hilfe von Tablets, Smartphones oder Laptops durchgeführt werden.

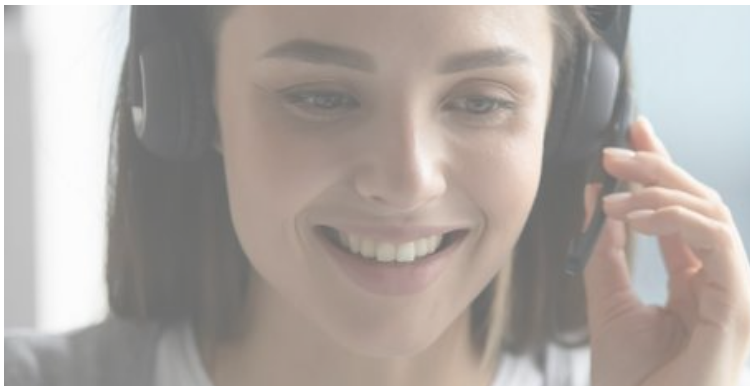
Ihr Status als Interviewer

Die Beschäftigung als Interviewer in unserem Institut ist als freiberufliche Nebentätigkeit auf Honorarbasis konzipiert. Alle Honorare müssen von Ihnen versteuert werden. Als freiberuflicher Mitarbeiter sind Sie über die Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH weder sozial- noch krankenversichert. Die von uns erteilten Aufträge können Sie entsprechend Ihrer Möglichkeiten annehmen bzw. ablehnen. Die Arbeitszeiten sind innerhalb des vorgegebenen Terminrahmens von Ihnen flexibel zu bestimmen. Erst mit der Übernahme eines Auftrages verpflichten Sie sich, diesen gemäß unserer methodischen Vorgaben termingerecht und vollständig durchzuführen.

Auskünfte über individuelle Hinzuverdienstgrenzen (z. B. bei Bezug von Renten, Arbeitslosengeld, etc.) dürfen von uns nicht erteilt werden, sondern müssen bei den entsprechenden Ämtern erfragt werden.

III. VON DER BEWERBUNG BIS ZUM EINSATZ







Erhalt des Links zum Online-Bewerbungsbogen

Sobald Sie unseren Online-Bewerbungsbogen ausgefüllt und abgesendet haben, prüfen wir ihn auf Vollständigkeit. Sie werden anschließend in unserem System angelegt und erhalten eine vierstellige Interviewernummer. Somit können alle Abteilungen, für die Sie im Onlinebogen Interesse bekundet haben, auf Ihre Interviewerdaten zurückgreifen und die ersten Aufträge werden folgen.

Nachfolgend erhalten Sie einen Interviewerausweis, der Sie dazu berechtigt, im Auftrag von Foerster & Thelen Befragungen durchzuführen. Außerdem stellen wir Ihnen ein Interviewerhandbuch zum Download zur Verfügung, das wichtige Informationen für die Zusammenarbeit mit unserem Institut beinhaltet.

IV. Institutsorganisation

Unsere Einsatz-Abteilungen im Überblick

Wir haben insgesamt vier Einsatzabteilungen, die nach Studienformen aufgeteilt sind. Sie erhalten die meisten Anfragen von den Abteilungen **POS, SOWI** und **Produkttest.** In der Abteilung **Mobile Datenerfassung** bearbeiten wir ca. 1.000 Standorte bundesweit im Einzelhandel (Drogerie- und Lebensmittelbereich). Die Vergabe der Aufträge in diesem Bereich hängt von Ihrem Wohnort ab. Anschließend teilen Sie den Abteilungen mit, ob Sie an den anstehenden Projekten teilnehmen möchten oder nicht.

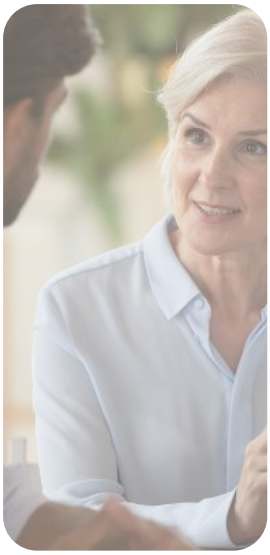
Es wird stets bekannt gegeben, wie lange die Projekte laufen (Feldzeit), um welche Art des Projekts es sich handelt (z. B. Produkttest, Kundenbefragung, Testbesuch etc.), wie zeitaufwendig der Fragebogen ist, wie die Honorar-Struktur aussieht, was das genaue Thema des anstehenden Projekts ist, welche Schulungen wann angeboten werden etc.



Projektformen im Bereich POS (Point of Sale) & B2B

Kundenzufriedenheitsstudien, z. B. in Lebensmittelmärkten, Einkaufshäusern, Schnellrestaurants, Autohäusern, Zügen, an Bahnhöfen, auf Messen etc., die in der Regel als ganztägige Einsätze konzipiert werden (8-10 Befragungsstunden in den Hauptöffnungszeiten der Standorte)

- Die Zielgruppe variiert je nach Einsatzort, z. B. Kunden eines Einzelhandelsgeschäftes, Bahnreisende, Besucher einer Messe etc.
- Befragungsort: Direkt am Verkaufspunkt, eine Befragungs-genehmigung liegt stets vor
- Methodik: In der Regel mit Hilfe von Tablets oder Laptops – das nötige Equipment wird für die Laufzeit des Projekts von uns zur Verfügung gestellt



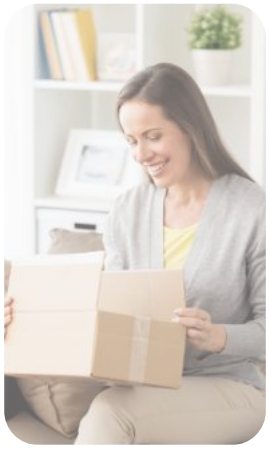
Projektformen im Bereich SOWI & RANDOM

Sozialwissenschaftliche Studien aus den Bereichen Arbeit, Bildung, Finanzen, Familie und Gesundheit

- Befragt werden einzelne Zielpersonen oder ganze Haushalte in fremder Umgebung - dabei unterscheiden wir bei dieser Projektform zwischen zwei methodischen Vorgehensweisen: Panel & Aufstockung
- Nach der Ziehung der Stichprobe werden grundsätzlich alle Zielpersonen umfangreich und kostenaufwendig angeschrieben
- Die Zielpersonen sind also vorinformiert, die Aufstockungsadressen haben aber ihre Teilnahme zur aktuellen Studie nicht konkret zugesagt, die Panel-Adressen dagegen schon

IV. INSTITUTSORGANISATION

Unsere Einsatz-Abteilungen im Überblick



Projektformen im Bereich PRODUKTTEST & QUOTA

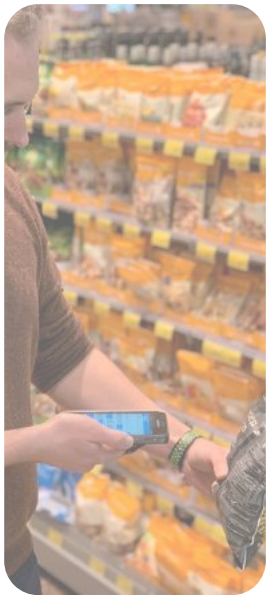
Home-Use-Tests (Produkttests)

- Unsere Interviewer rekrutieren passende Kandidaten, in der Regel aus ihrem Freundes- und/oder Bekanntenkreis, die den Quotenvorgaben entsprechen und testen die Produkte niemals selbst
- Bei der Erhebung entscheiden unsere Auftraggeber ob per Laptop, Smartphone oder Tablet-PC befragt wird. Im Zuge der von uns durchgeführten Feldarbeit versenden wir, unterstützt durch unsere leistungsstarke Logistik, etwa 10.000 Pakete mit Testprodukten an unsere Interviewer bzw. die betreffenden Probanden



Quotabefragungen

- Bei Projekten, die nach vorgegebenen Quotenmerkmalen durchgeführt werden, erfolgt die Rekrutierung der Zielpersonen in der Regel aus dem Umfeld der Interviewer
- Für jedes Projekt entsteht somit ein individuell rekrutierter Pool von potentiellen Befragungsteilnehmern, aus dem anschließend nach Quotenvorgaben der Auftraggeber die Testpersonen ausgewählt werden, die an der Befragung teilnehmen
- Typische Quotenvorgaben betreffen Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bundesland und Ortsgröße, sowie auch Einkommens- und Bildungsniveau, persönliche Interessen oder bestimmtes Konsumverhalten



Projektformen im Bereich MOBILE DATENERFASSUNG

- Aktionsorte: Bundesweit an über 1000 Standorten
- Aktionstage: Montag bis Donnerstag
- Thema: Mit Hilfe eines Barcodescanners werden Produkte in Verbraucher-, Lebensmittel-, Supermärkten oder Drogerien gescannt, Platzierungen, Displays oder einzelne Produkte fotografiert und/oder gezählt
- Methode: Bluebird gestützte Datenerhebung
- Zeitlicher Aufwand: Je nach Geschäftsgröße dauert eine Erhebung zwischen 20 Minuten und 5 Stunden
- Honorar: pro eingescannten Artikel
- Verdienstmöglichkeiten: zwischen 10 und 80 Euro pro Standort

V. Honorarstruktur

Variable Vergütung



Die Honorierung erfolgt pro Interview, je nach Aufwand zwischen 1 - 30 Euro, abhängig von Interviewlänge, Quotenvorgaben (z. B. Alter, Geschlecht, Bildung etc.), Personengruppen (z. B. Supermarktkunden, Freunde und Bekannte, Ärzte etc.), Adressvorgaben, zeitlichen Aufwand (einzelne Interviews oder ganztägige Einsätze) etc.

Bei Kundenzufriedenheitsstudien (POS) können Sie somit mit einem Honorar von ca. 120 Euro pro Einsatztag, bei sozialwissenschaftlichen Studien nach Festadressen von ca. 30 Euro für ein 60 minutiges Interview und im Bereich Produkttest von ca. 15 Euro pro Produkttest bei einem Zeitaufwand von durchschnittlich 30 Minuten rechnen.

In der Mobilen Datenerfassung erfolgt die Honorierung pro eingescannten Artikel. Die Verdienstmöglichkeiten liegen zwischen 10 und 80 Euro pro Standort und hängen von der Größe des Standortes ab.

Unsere Buchhaltung ist für die Weiterleitung der Interviewerhonorare zuständig. Sobald Sie in unserer Interviewerdatenbank angelegt wurden, wird ein Interviewerkonto in unserer Buchhaltung für Sie eingerichtet, auf das alle Honorare der von Ihnen bearbeiteten Projekte einfließen. Die einzelnen Projekte werden von dem jeweiligen Projektleiter zum Studienende, in der Regel in einem Zeitintervall von vier bis sechs Wochen abgerechnet und an die Buchhaltung weitergeleitet. Unsere Interviewer rufen den Stand ihres Interviewerkontos in regelmäßigen Abständen eigenständig ab, in dem sie sich mit unserer Buchhaltung in Verbindung setzen. Anschließend werden die ausstehenden Honorare überweisen.

VI. Abschließende Anmerkungen







Liebe Bewerberin, lieber Bewerber

Einmal im Jahr erhalten Sie als Interviewerin bzw. Interviewer unseres Institutes ein aktuelles Betriebsorganigramm, dem Sie die Namen und Durchwahlen unserer Mitarbeiter sowie deren Abteilungszugehörigkeit entnehmen können.

Unser Betriebsorganigramm steht Ihnen zum Download auf unserer Website www.ftmafo.de/download/ zur Verfügung. Das dort aufgeführte Institutsschema gibt Ihnen einen ersten Eindruck über die verschiedenen Abteilungen unseres Hauses.

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Informationsbroschüre einen ersten Einblick in unsere bzw. in Ihre zukünftige Arbeit als Interviewer bzw. Interviewerin in unserem Hause gegeben zu haben.

© 2026 by Foerster & Thelen
Herausgeber: Foerster & Thelen Marktforschung Feldservice GmbH
Text und Inhalt: Alicja Mariano

foerster&thelen
MARKTFORSCHUNG FELDSERVICE GMBH