

Hintergrund

Aussagekräftige Repräsentativdaten über die Situation von MigrantInnen in Österreich stellen eine deutliche Forschungslücke dar, die von Wissenschaft, Politik und Wirtschaft gleichermaßen, und zu Recht, beklagt wird.

Personen mit Migrationshintergrund stellen in Österreich mit 17 % der Bevölkerung (ca. 1,4 Mio.) einen nicht zu unterschätzenden Wirtschaftsfaktor dar.

Die geplante Studie

Um diese Forschungslücke laufend und zunehmend zu schließen, führt die **GfK Austria Sozialforschung**, heuer im dritten Jahr, wieder einen

„MigrantInnenbus“, also eine Mehrthemenumfrage unter MigrantInnen

durch, um Antworten auf Fragen zu erhalten, die das Verständnis und den Zugang zu dieser Zielgruppe empirisch fundiert ermöglichen und erleichtern.

Soziales und MigrantInnen

Erhoben werden Basisdaten über das soziale und persönliche Leben von MigrantInnen

- Was charakterisiert ihre Lebenssituation?
- Welche Werthaltungen haben sie?
- Wie sieht ihre Freizeitgestaltung aus?
- Wie viel Geld steht ihnen zur freien Verfügung?

Finanzen und MigrantInnen

MigrantInnen werden eine immer bedeutsamere Zielgruppe auch für heimische Banken und Finanzdienstleister. Folgende Fragestellungen sollen mit der Studie zu diesem Thema abgedeckt werden:

- Welche Anforderungen haben sie an Banken?
- Können sie in der Zukunft Geld sparen?
- Was sind ihre Sparmotive?
- Mit welchen Banken arbeiten MigrantInnen zusammen?

Medien und MigrantInnen

Aussagekräftige Repräsentativdaten, die für die Medien- und Werbebrancherelevant sind, fehlen noch fast gänzlich. Die MigrantInnenstudie gibt Antworten auf die zentralen Fragen

- Welche Medien werden von unseren MigrantInnen grundsätzlich genutzt?
- In welcher Sprache werden diese genutzt?
- Wie viele und welche MigrantInnen erreichen bestimmte österreichische Medienmarken?

Die Zielgruppe konkret

Zielpersonen der Studie sind entweder Personen der 1. Generation (=selbst noch im Ursprungsland geboren) oder Personen der 2. Generation (bereits in Österreich geboren).

Die Bevölkerungsgruppe der MigrantInnen umfasst Menschen aus über 100 Ländern, wobei die folgenden 6 Ursprungsländer bereits 57 % der MigrantInnen ausmachen, die daher in der Befragung – für die RespondentInnen wahlweise auf deutsch oder in den Ursprungssprachen – abgedeckt werden:

- Jugoslawien (Serbien & Montenegro)
- Türkei
- Bosnien & Herzegowina
- Polen
- Rumänien
- Kroatien

(Eine weitere große MigrantInnengruppe kommt aus Deutschland, 9 %, die aber nicht in diese Untersuchung miteinbezogen wird.)

Methode

Die Studie wird wie folgt durchgeführt:

- Befragung von **n=1.500** der angeführten MigrantInnen in Österreich
- durch CATI-Interviews*
- mit geschulten zweisprachigen InterviewerInnen (native speakers)
- basierend auf Fragebögen in den jeweiligen Sprachen
- mit ausschließlich geschlossenen Fragen (um durch die Mehrsprachigkeit keine weiteren Kosten zu verursachen)
- repräsentativ quotiert nach (ehemaligen) Herkunftsländern, Alter und Geschlecht.

* Methode CATI: Die telefonische Befragung bietet gegenüber einer face-to-face Befragung einen erheblichen Kosten- und Zeitvorteil.

Kosten für Exklusivfragen (Daten erhält nur der/die AuftraggeberIn)

pro Frage für 1.500 Interviews:

- Geschlossene Frage bis 5 Antwortmöglichkeiten € 3.380,-
- Geschlossene Frage bis 6-10 Antwortmöglichkeiten € 5.380,-
- Skalen pro Item (min. 4 Items) € 1.500,-

Kosten für die 3 Bände Soziales/Medien/Finanzen (im freien Verkauf erhältlich)

- Band „Soziale Lebenssituation von MigrantInnen“ € 6.500,-
- Band „Medien“ € 5.500,-
- Band „Geld und Finanzen“ € 5.500,-

Preis für alle 3 Bände: € 16.900,-

Leistungsumfang (in den Kosten inkludiert)

- ✓ Erstellung des Fragebogens in Zusammenarbeit mit dem/der AuftraggeberIn
- ✓ Übersetzung des Fragebogens in alle Sprachen (Herkunftsländer und deutsch)
- ✓ Programmierung / Test des Fragebogens
- ✓ Stichprobenziehung
- ✓ Durchführung der Interviews durch jeweils zweisprachige InterviewerInnen
- ✓ Datenanalyse nach soziodemografischen und anderen Merkmalen nach Absprache mit dem/der AuftraggeberIn
- ✓ Lieferung der Ergebnisse in Tabellenform (Kreuztabellierung nach ausgewählten Merkmalen) im .pdf-Format

Leistungsumfang optional (Kosten auf Anfrage und nach Aufwand)

- ✓ die wichtigsten Ergebnisse in Grafiken
- ✓ analytischer illustrierter Textbericht
- ✓ Ergebnispräsentation

Timing

Die Durchführung der Studie erfolgt bei ausreichendem Interesse. Vorgesehen ist der Feldstart Ende Februar 2010, Feldzeit ca. 6 Wochen, Ergebnisse ab Ende April.

Kontakt

Inhaltliche Ansprechpartnerin

Dr. Doris Kostera

Tel.: 01/717 10/421

Doris.Kostera@gfk.com



Projektleiterin

Mag. Angelika Ortner

Tel.: 01/717 10/219

Angelika.Ortner@gfk.com

