

ZA3683

Flash Eurobarometer 128

(Special Target: Cross-Border Commerce)

Questionnaire

Germany

FRAGEBOGEN
FLASH Business Survey EB 128
ODIN_DOKUMENT_V05
Studienleitung: Buntz / Lutz
170127206

S1

Guten Tag, mein Name ist ... vom EMNID-Institut für Markt- und Meinungsforschung in Bielefeld.

Im Auftrag der Europäischen Kommission führen wir derzeit eine bundesweite Befragung bei Unternehmen zum Thema “Bewertung von Verkauf und Werbung in Firmen innerhalb der EU” durch.

Könnte ich bitte mit
*? cNAME
sprechen?

- 1: Verbindung kommt zustande ** weiter mit S2
- 2: Verbindung kommt nicht zustande, Termin vereinbaren *NONRESP "A"
- 3: Befragter verweigert *NONRESP "I"
- 4: Zielperson existiert nicht / Wechsel der Zielperson

Progr.: Wenn Zielperson nicht existiert, bitte Frage S11 einblenden (IF S1,4)

S11

Könnte ich bitte mit dem Geschäftsführer / Generaldirektor / Inhaber oder dem Leiter des Bereiches Marketing/Absatz/Werbung sprechen?

- 1: Verbindung kommt zustande ** weiter mit S2
- 2: Verbindung kommt nicht zustande, Termin vereinbaren *NONRESP "A"
- 3: Befragter verweigert *NONRESP "I"

****S2**

Guten Tag, mein Name ist ... vom EMNID-Institut für Markt- und Meinungsforschung in Bielefeld. Im Auftrag der Europäischen Kommission führen wir derzeit eine bundesweite Befragung bei Unternehmen zum Thema “Bewertung von Verkauf und Werbung in Firmen innerhalb der EU” durch.

INT.: NUR BEI NACHFRAGEN VORLESEN !!!
HILFE mit F1 oder <ALT>-<H>!

Verantwortlicher Studienleiter des EMNID-Instituts ist Herr
Johannes Buntz. (Tel. 0521 / 9257 342)

Darf ich Ihnen dazu einige Fragen stellen?

Die Befragung dauert ca. 10 Minuten.

- 1: Befragter erklärt sich zum sofortigen Interview bereit ** weiter mit Frage 1
- 2: Befragter erklärt sich zum späteren Interview bereit *NONRESP "A"
- 3: Befragter verweigert *NONRESP "I"

F1

Zielt Ihr Unternehmen bei Absatz oder Werbung oder bei beidem auf die Endverbraucher, d.h. die Allgemeinheit, ab?

Int.: bitte nicht vorlesen

1: JA

2: Nein

=> Interview beenden “ENDST 40” kein Absatz
bzw. Absatz unbekannt

3: Weiß nicht / Keine Angabe

=> Interview beenden “ENDST 40” kein Absatz
bzw. Absatz unbekannt

F2

Was genau ist Ihre Position in Ihrem Unternehmen:?

*open

F2b

Sie haben gerade gesagt, dass Sie.....sind

Progr.: bitte in F2 genannte Position noch einmal einblenden

In welche der folgenden Kategorien, die ich Ihnen gleich vorlese, würden Sie sich dann einordnen?

INT.: Falls der Befragte ganz offensichtlich nicht einer der Kategorien zugeordnet werden kann, z.B. "Sekretärin", dann bitte sofort Code 4 eingeben.

INT.: Ansonsten bitte vorlesen !

INT.: Die Zuordnung zu Codes 1 bis 3 darf ausschließlich nur von der Zielperson vorgenommen werden. Falls die Zielperson sich nicht einordnen kann, geben Sie bitte Code 4 ein.

1: Geschäftsleitung : Vorsitzender, Generaldirektor, Inhaber, Chef, Geschäftsführer

oder

2: Leiter / Hauptverantwortlicher für Marketing, Absatz, Werbung

INT.: nicht vorlesen!

3: andere Position

=> Interview beenden “ENDST 41”

4: weiß nicht \ keine Angabe

=> Interview beenden “ENDST 41”

Programm.: 9996 > ENDST “41” > Non-managerial function, DK/NA

Teil D:

D1

Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen angestellt, die in Deutschland als Vollzeitbeschäftigte gelten?

INT.: Bitte 9999 eingeben für 'weiß nicht \ keine Angabe'

=> **9994 > Interview beenden “ENDST 42” Weniger als 10 Mitarbeiter / WN/KA**

bei keinem Mitarbeiter (z.B. Ein-Mann-Unternehmen) bitte 1 eingeben

Anzahl: *NUMBER *MIN 1

** Mitarbeiterzahl

Progr.: MOVE

Progr.: **ACHTUNG: D&B Info NICHT überschreiben !!**

1-9 Mitarbeiter > Mitarbeiterzahl Code 1 in t-file

=> **9994 > Interview beenden “ENDST 42” Weniger als 10 Mitarbeiter / WN/KA**

10-49 Mitarbeiter > Mitarbeiterzahl Code 2 in t-file

50-249 Mitarbeiter > Mitarbeiterzahl Code 3 in t-file

>249 Mitarbeiter > Mitarbeiterzahl Code 4 in t-file

D2

In wievielen Ländern der Europäischen Union haben Sie Niederlassungen oder Verkaufsstellen?

In [] Ländern *MAX 15

Int.: Bitte genau notieren. Bitte 99 eingeben für 'weiß nicht \ keine Angabe'

Int.: Bitte 0 eingeben, wenn keine Niederlassungen oder Verkaufsstellen in der EU

D3

Ist Ihr Unternehmen...

Int.: Bitte vorlesen. Nur eine Antwort möglich

1: Ein eigenständiges Einzelunternehmen, oder

2: Die Zentrale eines multinationalen Konzerns, oder

3: Mitglied eines multinationalen Konzerns, dem die Zentrale erlaubt hat, Verkauf und Werbung bei in anderen EU – Ländern lebenden Verbrauchern durchzuführen

oder ist Ihr Unternehmen....

4: Mitglied eines multinationalen Konzerns, dem die Zentrale nicht erlaubt hat, Verkauf und Werbung bei in anderen EU – Ländern lebenden Verbrauchern durchzuführen

Progr.: Code 4 => **Interview beenden “ENDST 44” Keine Erlaubnis, in EU –Ländern zu verkaufen/werben**

D3b => Progr.: Filter - If (D2=0)

Wir möchten in dieser Studie Ihre grenzüberschreitenden Verkäufe und/oder Werbung betrachten. Hierbei geht es um Verkäufe oder Werbung, die an Endverbraucher gerichtet ist, die in anderen EU-Ländern leben.

D3c => Progr.: Filter - If (D2>0)

Wir möchten in dieser Studie die grenzüberschreitenden Verkäufe und Werbung aller Mitglieder Ihres Konzerns betrachten. Grenzüberschreitender Verkauf bedeutet hierbei, dass der Endverbraucher in einem anderen EU - Land lebt als dem, von dem aus eines Ihrer Unternehmen die Waren vertreibt. Mit grenzüberschreitende Werbung ist hier solche Werbung gemeint, die diesen Verkauf unterstützt.

Int.: Bitte beachten!!! Es geht hierbei immer um das Gesamtunternehmen des Befragten, d.h. er soll (soweit möglich) die folgenden Fragen aus der Sicht der Zentrale oder der Tochtergesellschaften, sofern vorhanden beantworten

AN ALLE:

Ich möchte Sie nun über Schwierigkeiten - die bei Ihren aktuellen Verkäufen bzw. Ihrer Werbung innerhalb der EU auftreten können - und über Ihre zukünftigen Geschäfte befragen.

Q 1

Würden Sie sagen, dass Ihr Unternehmen stärker an der Förderung grenzüberschreitender Verkäufe interessiert ist...

- a) seit sich Internet und E-Commerce in der EU etabliert haben? 1 2 3
- b) seit die Euro-Scheine und -Münzen in 12 EU-Ländern eingeführt wurden? 1 2 3

- 1: Ja oder
- 2: Nein

Int.: Bitte nicht vorlesen
3: Weiß nicht / Keine Angabe

Q 2

Nach wie vor können bestimmte Faktoren besondere Probleme bei der Entwicklung Ihrer Verkäufe und Ihrer Werbung innerhalb der EU verursachen.

Würden Sie beispielsweise sagen, dass sich...

(Progr. : Bitte Items rotierend einblenden)

- a) die Problematik bestehender **Sprachunterschiede** (Progr.: bitte bei allen Items die fett eingblendeten Wörter auch fett darstellen!!!) 1 2 3 4 5
- b) die Problematik **verschiedener Währungen**, die außerhalb der Eurozone in Dänemark, Schweden und Großbritannien im Umlauf sind 1 2 3 4 5
- c) die Problematik der Einhaltung **unterschiedlicher nationaler Vorschriften** bezüglich Geschäftspraktiken, Werbung sowie anderer Verbraucherschutzvorschriften 1 2 3 4 5
- d) die Problematik der Einhaltung **unterschiedlicher nationaler steuerlicher Vorschriften**, wie z.B. MwSt. und weitere 1 2 3 4 5
- e) die Problematik des **Höheren Betrugs- und Außenländerisikos** bei grenzüberschreitenden Verkäufen 1 2 3 4 5
- f) größere Abwicklungsprobleme bei grenzüberschreitenden **Beschwerden und Streitigkeiten** 1 2 3 4 5
- g) größere Probleme bei der Gewährleistung eines effizienten grenzüberschreitenden **Kundendienstes** 1 2 3 4 5

- 1: sehr gravierend
 2: ziemlich gravierend
 3: eher unerheblich oder
 4: überhaupt nicht.

Int.: Bitte nicht vorlesen
 5: Weiß nicht / Keine Angabe

...auf die Entwicklung Ihrer grenzüberschreitenden Verkäufe und Werbung auswirkt/auswirken ?

Q 3

Bestimmte Maßnahmen könnten die Entwicklung Ihrer Verkäufe und/oder Ihrer Werbung innerhalb der Europäischen Union vereinfachen.

(Progr. : Bitte Items rotierend einblenden)

Würden Sie beispielsweise sagen, dass sich...

- | | |
|--|-----------|
| a) eine bessere Informationsbereitstellung bezüglich aller Verbraucherschutzvorschriften in den anderen EU-Ländern. | 1 2 3 4 5 |
| b) die Umstellung der noch geltenden nationalen Währung in Dänemark, Schweden und Großbritannien auf den Euro | 1 2 3 4 5 |
| c) die Einrichtung unabhängiger Schieds- und Vermittlungsdienste zur Abwicklung grenzüberschreitender Beschwerden und Streitigkeiten | 1 2 3 4 5 |
| d) die Einhaltung eines europäischen Verhaltenskodex unter der Berücksichtigung unterschiedlicher nationaler Verbraucherschutzvorschriften | 1 2 3 4 5 |
| e) die Harmonisierung nationaler Vorschriften in Bezug auf Werbung, Geschäftspraktiken sowie sonstige Verbraucherschutzvorschriften | 1 2 3 4 5 |

...auf die Vereinfachung Ihrer grenzüberschreitenden Verkäufe bzw. Ihrer Werbung in der Europäischen Union...

- 1: sehr effizient
 2: ziemlich effizient
 3: eher nicht effizient oder
 4: überhaupt nicht effizient

Int.: bitte nicht vorlesen
 5: Weiß nicht / Keine Angabe

...auswirkt?

D3d => Progr.: Filter - If (D2=0)

Wir beschäftigen uns nun mit Ihren grenzüberschreitenden Verkäufen innerhalb der letzten 12 Monate an Endverbraucher, die in anderen Ländern der Europäischen Union leben.

D3e => Progr.: Filter - If (D2>0)

Wir beschäftigen uns nun mit Ihren grenzüberschreitenden Verkäufen innerhalb der letzten 12 Monate an Endverbraucher, die in einem anderen EU - Land leben als dem, von dem aus eines Ihrer Unternehmen Waren vertreibt

Q4

Wie hoch schätzen Sie den Prozentsatz Ihrer grenzüberschreitenden Internet - Verkäufe an Endverbraucher innerhalb Ihrer INTERNET-VERKÄUFE in der Europäischen Union ?

INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

[Progr. „%“ MAX 100] % der Verkäufe über das Internet an EU-Verbraucher innerhalb der letzten zwölf Monate.

Int.: Bitte 888 eingeben, wenn überhaupt kein Verkauf per Internet getätigt wurde

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q5

Wie hoch schätzen Sie den Prozentsatz Ihrer grenzüberschreitenden VERSAND- oder TELEVERKÄUFE an -Endverbraucher innerhalb der EU?

INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

INT.: Bei Nachfragen: Televerkäufe sind per Telefon getätigte Verkäufe

[Progr. „%“ MAX 100] % der Versand- oder Televerkäufe in den letzten 12 Monaten.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

Int.: Bitte 888 eingeben, wenn überhaupt kein VERSAND- oder TELEVERKAUF getätigt wurde

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q6

Und wie hoch schätzen Sie den Prozentsatz der grenzüberschreitenden Verkäufe Ihrer VERTRETER direkt bei den Endkunden innerhalb der EU?

[INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

[Progr. „%“ MAX 100] % der Verkäufe Ihrer Vertreter direkt beim Kunden in den letzten 12 Monaten.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

Int.: Bitte 888 eingeben, wenn überhaupt keine Verkäufe des Vertreters direkt beim Kunden getätigt wurden

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q7

Wie hoch schätzen Sie den Prozentsatz der grenzüberschreitenden Verkäufe in Ihren EINZELHANDELSGESCHÄFTEN innerhalb der EU?

[INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

[Progr. „%“ MAX 100] % der Verkäufe in Ihren Einzelhandelsgeschäften in den letzten 12 Monaten.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

Int.: Bitte 888 eingeben, wenn überhaupt keine Verkäufe in den EINZELHANDELSGESCHÄFTEN getätigt wurden

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q8

Nun möchte ich Sie fragen, wie hoch Sie den Anteil Ihrer gesamten grenzüberschreitenden Verkäufe an Endverbraucher innerhalb der EU schätzen?

[INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

[Progr. „%“ MAX 100] % der gesamten grenzüberschreitenden Verkäufe an Verbraucher in den letzten 12 Monaten.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q9

=> Sprechen wir nun über Ihre MARKETING- UND WERBEMASSNAHMEN innerhalb der letzten 12 Monate.

Wieviel Prozent Ihres Marketing- und Werbebudgets verwenden Sie für die Förderung grenzüberschreitender Verkäufe innerhalb der EU?

[INT.: Bitte vorlesen, um dem Befragten eine annähernde Schätzung des Prozentsatzes zu ermöglichen und dann diesen Prozentsatz eingeben.

[Progr. „%“ MAX 100] % des “verbraucherbezogenen” Marketing- und Werbebudgets.

Ist das etwa 1, 2, 3 oder 5% oder 10,15,20, 25,50% oder mehr oder überhaupt nichts?

Int.: Bitte 999 eingeben bei Weiß nicht / Keine Angabe

Q10

Stellen Sie sich nun abschließend vor, dass alle Vorschriften bezüglich Werbung, Geschäftspraktiken und alle anderen Verbraucherschutzvorschriften in den 15 Ländern der Europäischen Union vollständig harmonisiert wären.

Was würde unter dieser Voraussetzung Ihrer Meinung nach mit dem Anteil Ihres Marketing- und Werbebudgets (Progr. Bitte Fett darstellen) für die Förderung grenzüberschreitender Verkäufe innerhalb der EU geschehen ? Er würde sich...

(INT.: Bitte vorlesen)

- a) wesentlich erhöhen
- b) etwas erhöhen
- c) sich überhaupt nicht verändern
- d) etwas verringern
- e) wesentlich verringern

Int.: Bitte nicht vorlesen

f) Weiß nicht / Keine Angabe

Q11

Und wenn die Verbraucherschutzvorschriften in den 15 Ländern der EU vollständig harmonisiert wären, würde sich dann der Anteil Ihrer grenzüberschreitenden Verkäufe innerhalb der EU...

(INT.: Bitte vorlesen)

- a. wesentlich erhöhen
- b. etwas erhöhen
- c. überhaupt nicht verändern
- d. etwas verringern
- e. wesentlich verringern

Int.: Bitte nicht vorlesen

f) Weiß nicht / Keine Angabe

Damit sind wir am Ende des Interviews angelangt. Wir möchten uns bei Ihnen ganz herzlich für Ihre Teilnahme bedanken und wünschen Ihnen noch einen angenehmen Tag.

ENDE