

Zusatzangebot

Österreich unterwegs

Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur (BMIMI)

infas

TRI CONSULT

SPECTRA
MARKTFORSCHUNG

infas 360


MOTIONTAG

HERRY
Verkehrsanalyse - Beratung - Forschung

Angebot an

Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur
Radetzkystraße 2
1030 Wien

Projekt

7688
Bonn, Oktober 2025
Fr, Ha

Vorgelegt von

infas Institut für angewandte
Sozialwissenschaft GmbH
Kurt-Schumacher-Straße 24
D-53113 Bonn

infas

TRICONSULT
Lange Gasse 30
A-1080 Wien

TRI CONSULT

infas 360
Ollenhauerstraße 1
D-53113 Bonn

infas 360

HERRY
Argentinierstraße 21
A-1040 Wien

HERRY
Verkehrsanalyse - Beratung - Forschung

MOTIONTAG
Rudolf-Breitscheid-Straße 162
D-14482 Potsdam

MOTIONTAG

SPECTRA
Brucknerstraße 3-5
A-4020 Linz

SPECTRA
MARKTFORSCHUNG

Kontakt

Robert Follmer
Bereichsleiter



infas ist zertifiziert
nach ISO 20252 für die Markt-,
Meinungs- und Sozialforschung

ISO 20252



© infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH
Der Inhalt dieses Angebots darf ganz oder teilweise
nur mit unserer schriftlichen Genehmigung veröffentlicht,
vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und
Dokumentationssystemen (information storage and
retrieval systems) gespeichert, verarbeitet oder ausgegeben
werden.

infas ist Mitglied im
Arbeitskreis Deutscher Markt- und
Sozialforschungsinstitute e.V.
(ADM) und ESOMAR

ADM

ESOMAR
member

Inhaltsverzeichnis

1	Zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen	4
1.1	Infopaket für Kommunen Grundpaket	4
1.2	Infopaket für Kommunen Erweiterungspaket	4
1.3	Erklärvideo	5
1.4	Zusätzliche Übersetzungen	6
2	Zusätzliche Logger	7
3	Gegenüber der Rahmenvereinbarung geänderte Bedingungen für die Non-Response-Erhebung	10

1 Zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen

1.1 Infopaket für Kommunen Grundpaket

Die Auftragnehmer empfehlen ein Infopaket für Kommunen bereitzustellen. Die Erfahrungen der Pilotstudie zeigen, dass sich kontaktierte Bürgerinnen und Bürger oftmals bei ihrer Gemeindeverwaltung oder der örtlichen Polizei rückversichern. Diese sollte also über die Studie und die Ziehung ihrer Kommune informiert sein. Dies kann auch als Presse- und Infomappe aufbereitet werden und der regionalen wie überregionalen Presse zur Verfügung gestellt werden.

Für die Umsetzung werden die E-Mail-Adressen der Bürgermeister*innen (sofern möglich) sowie der allgemeinen Gemeindevertretungen (sofern möglich samt Ansprechperson) aller Gemeinden mit weniger als 100.000 Einwohner*innen recherchiert.

An diese Adressen soll im Herbst 2025 ein Infopaket versendet werden. Das Paket enthält eine sachliche Darstellung des Projekts und des Vorgehens, Mustervorlagen der Anschreiben, die an Haushalte verschickt werden, Angaben zur ungefähren Anzahl der in der jeweiligen Gemeinde angeschriebenen Haushalte, eine zentrale Kontaktadresse (E-Mail und Telefonnummer) für Rückfragen sowie den Hinweis auf die Projektwebsite. Die Musterunterlagen sind nur als Infopaket für die Gemeinden vorgesehen und nicht zur Veröffentlichung auf Gemeindewebsites. Selbstverständlich können die Gemeinden auf ihren eigenen Webseiten einen Link zur barrierefreien Webseite von „Österreich unterwegs“ zur Verfügung stellen.

Die Anschreiben und Infomaterialien werden durch das BMIMI distribuiert und durch Unterschriften von BMIMI, ÖBB und Asfinag offiziell gestützt, um Seriosität und Glaubwürdigkeit zu unterstreichen.

Leistungsspektrum und Preisrahmen (in Anlehnung an Option 8 „Unterstützungsleistungen“ à 136/h):

- Recherche und Aufbereitung der Adressdaten und Ansprechpartner: 22 Stunden à 136,00€ = **2.992,00€**
- Konzeption und Entwicklung des Infopakets (Unterlagen, Textvorschläge, Aufbereitung als Presse- und Infomappe): 26 Stunden à 136,00€ = **3.536,00€**
- Projektleitung: 15 Stunden à 136,00€ = **2.040,00€**

Dies ergibt einen Gesamtaufwand von **63 Stunden à 136,00€: 8.568,00€**.

1.2 Infopaket für Kommunen Erweiterungspaket

In einer erweiterten Version werden in Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohner*innen zusätzlich die E-Mail-Adressen der örtlich zuständigen Polizeidienststellen recherchiert. Die Polizeidienststellen erhalten ebenfalls das vollständige Informationspaket.

Darüber hinaus wird für die Gemeinden und Polizeidienststellen eine FAQ-Liste erstellt, die auf die Seriosität und Dauer der Studie eingeht und auf ÖU 13/14 verweist. Zusätzlich werden den Adressaten aller kontaktierten Gemeinden kurze Textbausteine zur Verfügung gestellt, die sie auf ihrer eigenen Website oder in der Gemeindezeitung veröffentlichen können.

Eine Woche vor dem jeweiligen postalischen Aussand an die Haushalte erhalten die Adressaten der Gemeinden nochmals eine Erinnerungsmail mit einer Kurzfassung der wichtigsten Informationen und den Kontaktadressen. Wenn der automatisierte E-Mail-Versand seitens BMIMI möglich ist, kann diese E-Mail ebenfalls durch das BMIMI verschickt werden. Andernfalls erfolgt die Distribution der Erinnerungsmails durch die Auftragnehmer.

Leistungsspektrum und Preisrahmen (in Anlehnung an Option 8 „Unterstützungsleistungen“ à 136/h):

- Recherche und Aufbereitung der Adressdaten und Ansprechpartner: 15 Stunden à 136,00€ = **2.040,00€**
- Konzeption und Entwicklung des Infopakets (Unterlagen, Textvorschläge, Aufbereitung als Presse- und Infomappe): 20 Stunden à 136,00€ = **2.720,00€**
- Projektleitung: 6 Stunden à 136,00€ = **816,00€**
- Dies ergibt einen Gesamtaufwand von **41 Stunden à 136,00€: 5.576,00€**.

1.3 Erklärvideo

Ein **Erklärvideo** kann dazu beitragen, ein niedrigschwelliges Informationsangebot zur Verfügung zu stellen, das flankierend mit den anderen Kontaktmaterialien die Teilnahmemotivation erhöht. Wir schlagen vor, das Erklärvideo als illustrierten Animationsfilm umzusetzen.¹ Der Erklärfilm sollte per QR-Code bereits auf dem Anschreiben und/oder dem Flyer sowie dem Kontaktgruß verlinkt und während der Projektlaufzeit dauerhaft auf der Webseite präsent sein.

Der Nutzen eines Animationsfilms im Rahmen eines Mobilitätsprojekts wie Österreich unterwegs lässt sich nicht quantifizieren, aber die Vorteile liegen auf der Hand:

- Die Umsetzung als Animation erregt das Interesse bestimmter Zielgruppen stärker als reine Textdokumente.
- Der komplexe Studienaufbau kann noch einmal in einfachen und klaren Botschaften kommuniziert werden. Dies kann zum Abbau von Hürden beitragen und die Motivation zur Teilnahme erhöhen.
- Durch Untertitel oder Gebärdensprache kann der Film zusätzlich die Barrierefreiheit der Erhebungsmaterialien erhöhen.

¹ Beispiel eines Animationsfilms bei der Studie „Mobilität in Deutschland“: <https://www.mobilitaet-in-deutschland.de/archive/ablauf.html>

- Der Film kann flexibel eingesetzt werden – sowohl auf der Internetseite als auch für das Interviewteam im direkten Kontakt mit den Zielpersonen.
- Bei weiteren Kommunikationsmaßnahmen seitens der Auftraggeber kann der Zugang zum Film ebenfalls als QR-Code aufgedruckt werden.

Erfahrungsgemäß sollte der Film die Dauer von einer Minute nicht überschreiten, um den Zweck des niedrigschwelligen Zugangs zu erfüllen. Aufgrund des kurzen Zeitraums bis zum geplanten Erhebungsstart im Januar muss die Konzeptionsphase direkt im Anschluss an die Beauftragung beginnen und eine schnelle Abstimmung zum Ziel haben.

Leistungsspektrum und Preisrahmen (in Anlehnung an Option 8 „Unterstützungsleistungen“ à 136/h):

- Inhaltliche Konzeption und visuell/technische Konzeption (Storyline, Illustrationsstil, Vertonung): 80 Stunden à 136,00€ = **10.880,00€**
- Projektleitung: 22 Stunden à 136,00€ = **2.992,00€**
- Technische Umsetzung des deutschsprachigen Animationsfilms durch externe Illustratoren: 100 Stunden à 136,00€ = **13.600,00€**
- Übersetzung in Textform (als Bauchbinde im Film) in 4 Sprachen, 8 Stunden à 136,00€ = **1.088,00€**

Dies ergibt einen Gesamtaufwand von **210 Stunden à 136,00€: 28.560,00€**

Wir gehen davon aus, dass das BMIMI einen Gebärdendolmetscher zur Verfügung stellt, falls der Film zusätzlich diese Anforderung erfüllen soll und es im zeitlichen Rahmen eingebunden werden kann. Der Erklärfilm wird so vorbereitet, dass eine Einbindung eines Gebärdendolmetschers problemlos möglich ist.

1.4 Zusätzliche Übersetzungen

Die Webseite zur Studie stellt das Eingangstor für die Befragten dar. Um hier umfassend zu informieren, wünschen die Auftraggeber, dass alle Inhalte der Webseite übersetzt werden. Die Übersetzung der zusätzlichen Inhalte mit ca. 2.500 Wörtern soll für vier Sprachen erfolgen, optional mit Lektorat.

Leistungsspektrum und Preisrahmen (in Anlehnung an Option 8 „Unterstützungsleistungen“ à 136/h):

- Übersetzung von zusätzlichen 2.500 Wörtern in Englisch: 4 Stunden à 136,00€ = **544,00€**
- Übersetzung von zusätzlichen 2.500 Wörtern in Rumänisch: 4 Stunden à 136,00€ = **544,00€**
- Übersetzung von zusätzlichen 2.500 Wörtern in Türkisch: 4 Stunden à 136,00€ = **544,00€**
- Übersetzung von zusätzlichen 2.500 Wörtern in Serbisch, Bosnisch (Latein) oder Kroatisch: 4 Stunden à 136,00€ = **544,00€**

- Optionales Lektorat für vier Sprachen (Englisch, Rumänisch, Türkisch oder einer Sprache des BSK) insgesamt: 6 Stunden à 136,00€ = **816,00€**

Dies ergibt einen Gesamtaufwand inkl. Lektorat für vier Sprachen von **22 Stunden à 136,00€: 2.992,00€**

Ein weiterer Wunsch war, eine Sprache abweichend zur Leistungsbeschreibung durch Arabisch zu ersetzen. Da Arabisch einen deutlich höheren Aufwand bei der Übersetzung darstellt, ergeben sich hierbei 50% höhere Kosten als bei den Sprachen gemäß Leistungsbeschreibung.

Leistungsspektrum und Preisrahmen (in Anlehnung an Option 8 „Unterstützungsleistungen“ à 136/h):

- Optional Übersetzung von zusätzlichen 2.500 Wörtern in Arabisch: 6 Stunden à 136,00€ = **816,00€**
- Optionales Lektorat für Arabisch: 2 Stunden à 136,00€ = **272,00€**

Wird eine Sprache zu Arabisch getauscht, ergeben sich durch den höheren Aufwand auch zusätzliche Kosten für die bereits kalkulierten Übersetzungen der weiteren Erhebungsunterlagen.

Dies ergibt einen Gesamtzusatzaufwand für Arabisch inkl. Lektorat für alle Erhebungsunterlagen von **33 Stunden à 136,00€: 4.488,00€**

2 Zusätzliche Logger

Im Pretest hat sich gezeigt, dass die Teilnahmebereitschaft insgesamt und die Affinität zum Datenlogger unsere Erwartungen bei weitem überstiegen haben. Mit den im Pretest eingesetzten Loggern (die bereits die Anzahl der kalkulierten Logger für den Pretest überstiegen²) konnten in vielen Fällen die Wünsche nach dem Logger nicht erfüllt werden, wodurch Personen auf das Mobilitätsblatt ausweichen mussten. Das führt im Umkehrschluss zu einem deutlich höheren Bedarf an Loggern für die Haupterhebung.

Da es bisher keine repräsentative Mobilitätsstudie mit der bei Österreich unterwegs gewählten Methodenkombination (GPS-Tracking über projekteigene Geräte und Ausgabe bzw. Rückholung im Rahmen von Face-to-Face-Interviews) in dem Zeithorizont und der Größenordnung an realisierten Interviews gibt, wurde die Teilnahmebereitschaft zum GPS-Tracking im Vorfeld geschätzt.

Hierbei wurde von einer Teilnahmebereitschaft mit Datenlogger von 70% ausgegangen. Im Pretest zeigte sich, dass diese Einschätzung zu defensiv war und eine Loggerquote von 88,8% aller mobilen Personen erreicht wurde. Darüber hinaus wurde in der Ursprungskalkulation eine relativ kurze Geräte-Verweildauer von 1,5 Wochen in den Haushalten veranschlagt. Dies stellte sich aber in der Feldkoordination als nicht praktikabel heraus. Die Dauer je Durchlauf bei den

² Für den Pretest wurden knapp die doppelte Menge an Loggern als vorab kalkuliert eingerichtet und eingesetzt. Die nicht eingesetzten Logger konnten aufgrund der Dauer des Pretests nicht rechtzeitig aufgesetzt und distribuiert werden.

Respondent*innen wird auch in der Hauptuntersuchung kaum zu optimieren sein, da die Interviews auch in den kleinen Samplepoints auf die gesamte Felddauer aufgeteilt werden müssen, jede Gemeinde einmal pro Monat besucht werden muss und damit eine hocheffiziente Verweildauer nicht zu realisieren ist.

Bei voraussichtlich 19.800 Interviews ergibt sich vom Pretest auf die Hauptuntersuchung für die Interviews pro Woche im Schnitt ein Steigerungsfaktor von 2,8 auf eine Nachkommastelle gerundet. Wenn die im Pretest eingesetzten Logger mit dem Steigerungsfaktor multipliziert werden und die bereits gekauften Logger abgezogen werden, benötigen wir knapp kalkuliert 651 weitere Logger, um den Bedarf abzudecken.

Unter der Annahme, dass die Kosten für die Logger unverändert sind, bedeutet das zusätzliche Kosten für die Hardware von **124.408,00,- Euro netto**.

Über die Hardwarekosten hinaus bedeutet das (durch die AN zu tragende) Mehrkosten von 33.000,- Euro für zusätzliche, nicht kalkulierte Incentivekosten und erhöhte Lizenzkosten in Höhe von 14.800,- Euro.

Nach einem klärenden Gespräch mit den Auftraggebern schlagen die Auftragnehmer die folgende Kostenteilung vor:

Die Loggerbereitschaft war im Pretest um 26,9% (auf eine Nachkommastelle gerundet) höher als in der ursprünglichen Kalkulation. Somit stimmen die Auftraggeber einer Erhöhung der Logger von 26,9% zu, das entspricht kaufmännisch gerundet einer Anzahl von 137 Loggern, was einem Gesamtbetrag von **26.180,70 Euro netto** entspricht, der von den Auftraggebern übernommen wird. Die restlichen Logger, die laut unten aufgeführter Detailrechnung für die Haupterhebung benötigt werden (514 Logger), werden von den Auftragnehmern getragen.

Vor dem Pretest wurden 97.462,49 Euro netto des Loggerbudgets (insgesamt 107.815 Euro netto) fakturiert. Somit ergibt sich für die Auftraggeber ein zusätzlicher Betrag, der das Loggerbudget aus dem Preisblatt übersteigt, von **15.828,19 Euro netto**.

Die neu gekauften Logger sowie, entsprechend der Rahmenvereinbarung 3.2.3., die bereits für den Pretest angeschafften Logger liegen nach deren Kauf vollständig im Besitz der Auftragnehmer und können nach Beendigung der Studie beliebig genutzt oder verkauft werden. Die Rückzahlung bei Verkauf der Logger an die Auftraggeber wäre nur zum Tragen gekommen, wenn die vorab gekauften Logger nicht in der Haupterhebung genutzt worden wären.

Nach Ankauf der Logger stellen die Auftragnehmer den Auftraggebern den vereinbarten Betrag (26.180,70 Euro netto) in Rechnung. Sofern die Teilzahlung der Konzeption der Hauptuntersuchung (Pos. 1B lt. Preisblatt) zum Zeitpunkt des Ankaufs der Logger bereits erfolgt ist, benötigen die Auftragnehmer keine Liquiditätssicherung seitens der Auftraggeber. Andernfalls ersuchen die Auftragnehmer darum, den Auftraggebern nach Bezahlung die vollen Loggerkosten in Rechnung stellen zu können, die mit der Schlusszahlung der Pos. 1B gegengerechnet werden können.

Aufstellung Kosten im Detail:

Logger Budget für bis 25.000 Interviews lt. Preisblatt	€ 107 815,00
Kosten gekaufter Logger gesamt	€ 97 462,49
Restbudget lt. Preisblatt	€ 10 352,51
Anzahl angekaufte Logger vor Pretest	510
davon Mitarbeiter Handys	70
verfügbare Datenlogger für Hauptuntersuchung	440
Steigerungsfaktor Preis/Logger	1
Kosten pro Logger	€ 191,10
Loggerquote im Pretest nach Verfügbarkeit	83%
Anteil nicht verfügbarer Logger im Pretest	5,8%
eigentliche Loggerquote im Pretest	88,8%
Vorgabe Anzahl Interviews Pretest	1000
Anzahl Wochen Pretest	8
Logger Interviews/Woche im Pretest	111
Vorgabe Anzahl Interviews Hauptuntersuchung	19 800
Anzahl Wochen Hauptuntersuchung	56
Logger Interviews/Woche in der Hauptuntersuchung	314,0
Steigerungsfaktor der Loggerinterviews/Woche	2,8
eingesetzte Logger im Pretest	367
lineare Hochrechnung auf Hauptphase	1039
plus 5% Sicherheit	1091
zusätzlich benötigte Logger	651
Zusätzliche Kosten für die Hardware	€ 124 408,00
Zusätzliche Kosten Lizenzen	€ 14 800,00
Zusätzliche Kosten Incentives	€ 33 000,00

3 Gegenüber der Rahmenvereinbarung geänderte Bedingungen für die Non-Response-Erhebung

Eine Non-Response-Erhebung wird üblicherweise durchgeführt, um systematische inhaltliche Verzerrungen durch eine spezifische Zusammensetzung der Nicht-Teilnehmenden erkennen und in der Datenaufbereitung korrigieren zu können. Dies setzt ein stabiles Ergebnis der Non-Response-Erhebung voraus. Die beste Voraussetzung dafür ist ein möglichst hoher Rücklauf in der Non-Response-Studie, wobei eine vollständige Ausschöpfung aller Verweigerer kein realistisches Szenario darstellt. Dennoch ist auch eine Non-Response-Erhebung mit einer geringeren Ausschöpfung sinnvoll, wenn systematische Verzerrungen in der Stichprobe erkannt werden. Ziel ist es, von den Personen, die eine Verweigerung für die Hauptstudie aussprechen, noch einige wenige, aber relevante Informationen abzufragen. Diese Teilpopulation kann dann mit den Teilnehmenden verglichen werden und auf effiziente Weise helfen, mögliche Verzerrungen in den zentralen Kennwerten zu erkennen und nach Möglichkeit im Hochrechnungsmodell auszugleichen.

Da bei einer langen und von der Hauptbefragung abgekoppelten Non-Response-Befragung keine ausreichende Ausschöpfung zu erwarten wäre, empfehlen wir, wie im Detailkonzept zum Hauptangebot beschrieben, eine andere Vorgehensweise, welche eine kurze Befragung im Rahmen des erstens Face-to-Face-Kontaktes beinhaltet. Dabei ist es sinnvoll, zentrale Kennwerte der Befragung zu überprüfen, die gleichzeitig niedrigschwellig beantwortbar sind. CAPI-Interviews bilden die beste Voraussetzung für den Erfolg der Non-Response-Befragung, da die Interviewenden bereits im persönlichen Kontakt zu den Teilnehmenden stehen, vorab argumentativ für die Situation geschult werden und die Anonymität fehlt, die eine Studienabsage für Zielpersonen besonders einfach macht. Zusätzlich wird der Non-Response-Fragebogen auch bei der Opt-Out-Variante über die Internetseite integriert. Die Beantwortung von wenigen einfachen Fragen stellt somit auch eine kleine Teilnahmemöglichkeit für Personen dar, die eine gewisse Kooperationsbereitschaft aufweisen, aber z.B. aus zeitlichen Gründen nicht an der Hauptuntersuchung teilnehmen möchten.

Beim Pretest von Österreich unterwegs zeigt sich eine hohe Mobilitätsquote, die höher ausfällt als bei anderen Mobilitätserhebungen. Wir gehen davon aus, dass vor allem nicht-mobile Personen in der Stichprobe unterrepräsentiert sind. Im Pretest wurde bereits der Verweigerungsgrund für die Haupterhebung erfasst. Diese Antwortcodes können in Absprache mit dem AG für die Haupterhebung erweitert werden. Die kurze Non-Response Erhebung soll zusätzlich folgende Fragen beantworten, um eine mögliche Verzerrung aufzudecken:

- War die Person gestern unterwegs, also außer Haus?
- Welche Verkehrsmittel wurden von ihr an diesem Tag genutzt?

Die Auftraggeber wünschen sich eine Opt-Out Möglichkeiten für die Non-Response-Befragung, die nach dem ersten Quartal 2026 im vierten Erhebungsmonat erfolgen kann. Die Ergebnisse der Non-Response-Befragung werden nach drei vollen Erhebungsmonaten aufbereitet und anschließend im vierten Erhebungsmonat vorgestellt. Sollten sich die Auftraggeber dann für einen Abbruch der Non-

Response-Befragung entscheiden, werden keine weiteren Non-Response-Interviews mehr durchgeführt. In der Aufbereitungs- und Entscheidungsphase werden die Non-Response-Interviews weitergeführt, aber bei Abbruch nicht berechnet. Bei Abbruch werden nur jene Interviews verrechnet, die die Grundlage für die Auswertung darstellen.

Die Bruttostichprobe wird rund 147.000 Haushalte ausmachen, wobei die erste Ziehung etwa 73.300 Haushalte (zzgl. 14.700 Puffer) umfassen wird. Wenn – wie im Pretest – von einer Verweigerungsquote von etwa 70 Prozent ausgegangen werden kann, umfasst die erste Tranche gut 50.000 potenzielle Verweigerer. Wir gehen von einer Teilnahmebereitschaft von maximal 10 Prozent aus. Um bereits im ersten Quartal eine aussagekräftige Anzahl an Interviews zu erzielen, planen wir in der ersten Tranche **30.000 Adressen** mit einem Marker zu versehen, der das Non-Response-Interview bei Verweigerung einleitet. So sollten bereits nach drei Monaten eine ausreichende Anzahl an Interviews, mindestens jedoch 500 Interviews, für die Beurteilung zur Verfügung stehen. Neben der inhaltlichen Bewertung kann in der Beurteilungsphase auch der genaue Rücklauf für die Non-Response-Erhebung ermittelt werden, sodass die Anzahl der Flags in der zweiten Tranche flexibel nach oben oder unten angepasst werden kann.

Wir planen in der Haupterhebung mindestens 4.000 Non-Response-Interviews durchzuführen, um ein valides Ergebnis zu erzielen. Die maximale Obergrenze beträgt 6.000 Non-Response-Interviews.

Die Kosten betragen laut letztgültigem Preisblatt 21,14 pro Interview bei bis zu 4.000 Interviews und 12,13 € bei >4.000 bis 6.000 Interviews.

Zahlungsplan:

04/2026: tatsächliche Anzahl der Interviews bis zum Ende des dritten Erhebungsmonats x 21,14 €

Bei Opt-Out: keine weiteren Kosten

Bei Fortführung: Abrechnung zum Ende jedes Trimesters (siehe Zahlungsplan Hauptinterviews)