

Checkliste für die erfolgreiche Konzeption, Umsetzung und Veröffentlichung von Studien

Konzeptionsphase

- Welche (operationalisierbaren) Ziele sind mit der Studie verbunden?
- Welche Zielgruppen sollen mit der Studie angesprochen werden?
- Welche Bedeutung und Aktualität hat das gewählte Studienthema für welche Zielgruppe?
- Von welchen Medien ist eine mögliche Berichterstattung zu erwarten? Welche Medien interessieren sich für welche Ergebnisse?
- Welche Daten und Studien zum Thema liegen bereits vor? Wie alt sind diese? Welche Medienresonanz haben diese erzeugt? Auf welche Weise?
- Welche Ergebnisse sind zu erwarten? Was tun, wenn die Ergebnisse nicht zustande kommen?
- Welches Timing ist realistisch? Wann stehen die Ergebnisse zur Verfügung? Wann ist ein geeigneter Zeitpunkt für die Veröffentlichung?
- Welches Budget steht zur Verfügung?
- Welches Untersuchungsdesign ist zielführend (z.B. Online-Umfrage, repräsentative Befragung, wissenschaftliche Studie)?
- Wird ein Marktforschungsinstitut beauftragt?
- Welche Kommunikationsmaßnahmen werden wann und mit welchen Inhalten eingesetzt?
- Wer / welche Abteilung ist für die weitere Planung und Umsetzung der Studie verantwortlich?

Umsetzungsphase

- Welches Marktforschungsinstitut soll ausgewählt werden? Was muss das Institut konkret leisten? Welche Anforderungen bestehen an das betreuende Team?
- Wie eng soll / muss die Steuerung des Marktforschungsinstituts sein? Deckt das Budget regelmäßige Projektsitzungen und -besprechungen ab?
- Welche Mitarbeiter sind in das Projekt einzubeziehen? Welche Rollen übernehmen sie? Wer ist inhaltlich freigabeberechtigt?
- Welche Projekt-Meilensteine werden gesetzt?
- Welches konkrete Untersuchungsdesign wird festgelegt?
- Welche Untersuchungshypothesen liegen den Fragestellungen zugrunde?
- Welchen wissenschaftlichen Ansprüchen muss die Studie genügen? Reichen die ausgewählten Grundgesamtheiten für die Berechnung von statistisch signifikanten Ergebnissen auch kleinerer Teilgruppen, z.B. die Aufbereitung nach Regionen / Bundesländern?
- Wie sieht der genaue Fragebogen aus?
- In welchem Umfang sollen Pre-Tests gemacht werden?
- Sollen Zwischenberichte vereinbart werden, um frühzeitig über die zu erwartenden Ergebnisse informiert zu sein? Wenn ja, zu welchen Zeitpunkten und mit welchem Umfang?
- Wie können die Ergebnisse graphisch aufbereitet werden?

Veröffentlichungsphase

- Wird die Studie in ihrer Gesamtheit oder werden nur Teile von ihr veröffentlicht?

- Ist es sinnvoll, die Studienergebnisse zu portionieren und mit zeitlichen Abständen zu veröffentlichen?
- Welche Studienergebnisse decken welche Zielgruppen-/Medienbedürfnisse ab?
- Wie lassen sich die Studienergebnisse aufmerksamkeitsstark und originell visualisieren?
- In welcher Reihenfolge sollen die Studienergebnisse dargestellt werden? Welche Argumentation liegt der Präsentation der Ergebnisse zugrunde?
- Welche Kommunikationsmittel werden für die Veröffentlichung verwendet?
- Wer präsentiert die Ergebnisse? Ist es sinnvoll, die Ergebnispräsentation dem Marktforschungsinstitut zu übertragen?
- Sorgt das Marktforschungsinstitut ebenfalls für eine Veröffentlichung?
- Sind Lang- und Kurzberichte notwendig? Ist ein Management Summary nötig?
- Inwieweit finden die Studienergebnisse Eingang in anderen Unternehmensmedien (z.B. Unternehmenspräsentation, Vorträge, Website, Kundenmagazine)
- Wie werden die Mitarbeiter über die Studienergebnisse informiert?