

Agenda Panel-Workshop

Grundsätzliches, Rahmenbedingungen

- Zielsetzungen des Panels
 - Was wollen wir mit dem Panel erreichen?
 - Welche Art von Befragungen wollen wir durchführen?
 - Welche sind (grob) unsere Zielgruppen? Über wen wollen wir etwas aussagen?
 - Welche Themen sollen abgefragt werden? Welche Ergebnisse wollen wir erzielen?
 - Wie häufig sollen Umfragen stattfinden?
- Panelbezeichnung
 - Hat das Panel ein Eigenleben, einen Markennamen? Oder ist es nur eine technische Funktion?
 - Welches soll die Bezeichnung, der Name sein? Ist der gewünschte Name verfügbar/geschützt?
 - Gibt es eine eigene Website/ Domain für das Panel?
 - Was ist deren Funktion?
 - Welche Elemente/ Themen soll sie beinhalten?
 - Welche Zugriffsmöglichkeiten auf die Panelverwaltungs-Software soll der Panelist bekommen (Punktstand, Stammdaten, Historie etc.)?
- Panelbetreiber
 - Wer betreibt das Panel rein operativ?
 - Gibt es einen Unterschied zwischen Innen- und Außenperspektive?
 - Wer sind wo die relevanten Ansprechpartner für welche Aufgaben und Themen?

Panelstruktur

- Welches sind die benötigten Stammdaten (Name, Adresse etc.)?
- Welche Merkmale werden von den Teilnehmern standardmäßig benötigt (Alter, Geschlecht etc.)?

- Welche zusätzlichen Merkmale könnten für aktuelle und zukünftige Stichprobenziehungen notwendig sein (z.B. Nutzung bestimmter Medien, Verwendung bestimmter Produkte, Art der Mobilfunk- und Internet-Nutzung etc.)?
- Wie sollen die relevanten Merkmale im Panel grob verteilt sein (z.B. männlich-weiblich)? Wie kann diese Verteilung erreicht werden (Steuerung, Screening bei der Rekrutierung)?
- Sollen Merkmale aus dem Panel als Meta-Daten in die Umfragen eingesteuert oder in der Umfrage erneut abgefragt werden (in der Regel sollten Daten getrennt gehalten werden)?
- Sollen Umfrageergebnisse als neue Merkmalssätze ins Panel zurück übertragen bzw. bereits vorhandene Merkmale anhand von Umfrageergebnissen überprüft werden (in der Regel nur in Ausnahmefällen sinnvoll)?

Stichproben- und Panelgröße

- Welches sind die benötigten Stichprobengrößen? Welche Stichprobengrößen sind sinnvoll (Kosten vs. Nutzen)?
- Was ist die angestrebte Panelgröße (abhängig von Stichprobengröße, Befragungshäufigkeit, individueller Befragungsfrequenz und gewünschtem Vermarktungseffekt)?

Incentivierungssystem

- Welche Form der Incentivierung ist grundsätzlich vorgesehen (Punktesystem, Prämien, Verlosungen etc.)?
- Was ist der Richtbetrag für eine Umfrage von 10 bis 15 Minuten?
- Wie ist ein Punktesystem auszugestalten?
 - Welchen Gegenwert in Euro hat ein Punkt?
 - Einlösen ab wie vielen Punkte möglich?
 - Wofür sind die Punkte einlösbar (welche Incentives, Partner etc.)?
 - Wie kann der administrative Aufwand beim Einlösen möglichst gering gehalten werden?
 - Gibt es organisatorische Punkte zur Verwaltung der Teilnehmerbelohnungen (müssen bei der Umfrage „berechnet“ werden, aber erst viel später ausgezahlt)? Ist ein Treuhandkonto einzurichten?

- Was passiert mit nicht-eingelösten Punkten ausgediegener Panelisten?
- Gibt es auch (weniger) Punkte für Screenouts?

Rekrutierungsstrategie

- Welches ist die grundsätzliche Strategie zur Rekrutierung von Teilnehmern?
 - Sind zugriffsstarke Webseiten vorhanden (nViz)?
 - Gibt es bereits einen Teilnehmer-Pool? Wie können diese einbezogen werden?
 - Liegen alle nötigen Merkmale und das Einverständnis zur Teilnahme vor?
 - Gibt es sonstige Rekrutierungs-Szenarien?
- Wie ist die Rekrutierung zu steuern, um die gewünschte Panelstruktur zu erreichen?
- Soll es grundsätzlich möglich sein, sich „auf Wunsch“ zu registrieren oder liegt die Initiative beim Betreiber (direkte Ansprache, Zufallsverfahren)?
- Was geschieht mit zu vielen rekrutierten Teilnehmern (Übererfüllung gewünschter Merkmale)?
 - Vermeidung bereits bei der Rekrutierung (Screening)?
 - Mitlaufen lassen?
 - Aufbau eines Nachzügler-Panels?

Grundsätze der Kommunikation mit den Panelisten

- Gibt es eine (fiktive) Person als Ansprechpartner/ Absender?
- Ist die persönliche oder allgemeine Anrede bevorzugt?
- Welche Standard-Kommunikationsanlässe gibt es (Einladungen, Reminder, Abrechnungen, Stammdatenpflege, Fragen, Sonderanlässe, Infos, Glückwünsche etc.)?

Panelmortalität, Erhalt und Ausbau des Panels

- Wie soll der Panelmortalität vorgebeugt werden (Spaß-Umfragen, Infomails, Erfassung geänderter E-Mail-Adressen)?

- Wie häufig sollen/müssen Nachrekrutierungen stattfinden, um die Größe des aktiven Panels zu erhalten bzw. dieses auszubauen, falls nötig?
- Ist eine ständige oder sequentielle Nachrekrutierung gewünscht?
- Sollen in der Nachrekrutierung bestimmte Teilnehmerschichten stärker berücksichtigt werden?
- In welchen Fällen sollen Teilnehmer vom Panel standardmäßig ausgeschlossen werden (mehrfache Nichtteilnahme an Umfragen, Nicht-Pflege der Stammdaten)?
 - Was passiert mit bereits gesammelten Panel-Punkten?
 - Wie ist der Teilnehmer über den Ausschluss zu informieren?
- In welcher Frequenz sollen die Stammdaten und Merkmalssätze von den Panelisten geprüft bzw. bestätigt werden?
 - Festes Datum im Jahr/Quartal/Monat vs. „nach genau x Monaten“?
- Was passiert mit Panelisten, die ihre Daten trotz Erinnerung nicht aktualisieren?
 - Ausschluss nach x Erinnerungen?
 - Führen eines Ghost-Panels (falls die Person sich wieder meldet)?

Teilnahmeregeln

- Inhalte
 - Panelbetreiber/ Firma
 - Datenverwendung (für Markt- und Sozialforschung)
 - Aussagen zu Vertraulichkeit und Anonymität
 - Freiwilligkeit und Unentgeltlichkeit
 - Möglichkeit des Widerrufs zur Speicherung personenbezogener Daten
 - Kein Rechtsanspruch auf Umfragen
 - Angaben zum Ausschluss vom Panel
 - Beschreibung des Incentive-Systems
 - Teilnahmebedingungen
 - Mindestalter

- Wohnsitz/ Nationalität/ Sprache?
 - Nur eine Registrierung
 - Keine Täuschungen/ Fälschungen
 - Keine Haftung
 - Keine Mitarbeiter des Panelbetreibers
- FAQ
 - Häufigkeit Einladungen
 - Speicherung persönlicher Daten
 - Ausscheiden aus dem Panel
 - Sicherheitsmaßnahmen
 - Wie wird sichergestellt, dass alle Panelisten den Teilnahmebedingungen aktiv (Bestätigung per Mausklick) zugestimmt haben.

Standards für Umfragen

- Gibt es einen Layout-Standard für Umfragen (Wiedererkennungseffekt, Vertrautheit)?
- Gibt es Standards für Länge, Inhalte oder Skalen in den Umfragen?

Vermarktung des Panels

- Wer ist zur Nutzung des Panels berechtigt? Wer darf Umfragen damit durchführen?
- Wird das Panel nur für eigene Forschungszwecke verwendet oder (auch) für externe Kunden vermarktet?
- Wie ist die Positionierung des Panels angedacht (Preis vs. Qualität)?
- Gibt es Gedanken zur Preisstruktur für externe Kunden?