

# 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 (Punktestand, 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 auszustalten?
  - Welchen Gegenwert in Euro hat ein Punkt?
  - Einlösen ab wie vielen Punkten 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 ausgeschiedener 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?