

Leitfaden **Ausschreibung**

Name der Studie	Geben Sie Ihrem Projekt eine Identifikation (Namen oder Projekt-Nummer).
Studienhintergrund	Geben Sie hier bitte eine kurze Beschreibung u.a. des Marktes, der Stellung Ihres Produktes und/oder Unternehmens – Informationen, die helfen könnten, Ihre Problemstellung gut zu verstehen.
Geschäfts- entscheidung	Was soll anhand der Ergebnisse der angefragten Untersuchung für eine - Entscheidung getroffen werden?
MR Objectives	Geben Sie an (soweit möglich), welche Ziele das Projekt verfolgen soll. Denkbar wäre z.B. <ul style="list-style-type: none">› Relevanz und/oder› Wahrnehmung messen› Entscheidung über Produkteinführung› etc.
Methode	Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben, welcher methodische Ansatz - Anwendung finden könnte (oder sollte – da u.U. Wiederholungsstudie), geben Sie dies hier an, z.B. <ul style="list-style-type: none">› qualitativer oder quantitativer Ansatz› Einzelinterviews oder Gruppendiskussion› CATI, CAWI, schriftlich postalisch, online usw.› evtl. erwarten Sie auch eine qualitative Vorstudie (welcher Art?)› etc. <p><i>Zu empfehlen ist allerdings immer, das Institut aufzufordern, auch eigene Vorschläge mit Begründung einzubringen.</i></p>
Zielgruppe(n)	Beschreiben Sie hier so genau wie möglich die Zielgruppe, die befragt werden soll: z.B. Apfelweintrinker und Biertrinker, Studenten, Maurergesellen, - bevölkerungsrepräsentativ ab 18 Jahre, Schwangere, IT-Einkäufer etc.
Stichproben- zusammensetzung	Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben (da u.U. Wiederholungsstudie), spezifizieren Sie hier, z.B. <ul style="list-style-type: none">› X% reine Apfelweintrinker› X% reine Biertrinker› X% Befragte, die beides trinken Evtl. wünschen Sie aber auch eine bevölkerungsrepräsentative Verteilung? <i>Zu empfehlen ist auch hier, das Institut aufzufordern, auch eigene Vorschläge mit Begründung einzubringen.</i>

**Rekrutierungs-
kriterien bzw.
Quotierung**

Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben (da u.U. Wiederholungsstudie), spezifizieren Sie hier, z.B.

- › nicht jünger als 18 Jahre und nicht älter als 99 Jahre
- › alle sind gebürtige Franken
- › seit mindestens drei Monaten nicht an einer Befragung zum Thema Alkohol teilgenommen
- › der Befragte selbst und niemand in seiner Familie arbeitet in der Marktforschung bzw. in der Getränkebranche

Länge der Interviews

Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben (da u.U. Wiederholungsstudie), geben Sie hier Ihre Einschätzung, am besten in Minuten.

Da es i.d.R. für ein außenstehendes Institut schwierig sein wird, abzuschätzen, wie umfangreich die Befragung tatsächlich sein wird, könnten Angaben zur Anzahl der Fragen insgesamt und darüber, wie viele davon „offene“ bzw. „geschlossene“ Fragen sind (sofern bereits bekannt), ein wichtiger Hinweis sein.

Zu empfehlen ist auch hier, das Institut aufzufordern, auch eigene Vorschläge mit Begründung einzubringen.

Region

Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben (da u.U. Wiederholungsstudie), machen Sie hier Ihre Angaben, z.B. Nordrhein-Westfalen, ganz Deutschland, Benelux-Staaten, ...

Adressdaten

Möglicherweise möchten Sie die Befragung sehr fokussiert z.B. in Ihrem Kundenstamm durchführen. In diesem Fall würden Sie hier angeben, dass von Ihrer Seite Kontaktinformationen bereitgestellt werden. Ansonsten wird das Institut von sogenannter freier Rekrutierung ausgehen (was Einfluss auf die Kostengestaltung und den Zeitplan haben kann).

Bitte denken Sie daran, dass nur solche Adressdaten weitergegeben werden sollten, zu denen eine Einwilligung zur Weitergabe existiert. Gegebenenfalls diskutieren Sie das Stichwort „Auftragsdatenverarbeitung“ mit Ihrem Institut.

Leistungen

Geben Sie bitte so detailliert wie möglich an, welche Leistungen in dem Angebot berücksichtigt sein sollen und fordern Sie eine entsprechend detaillierte Aufschlüsselung an, anhand derer Sie dann auch die Angebote gut vergleichen können, z.B.

- › Projektorganisation
- › Vorbereitung der Interviews
- › Rekrutierung und Incentivierung der Teilnehmer
- › Screener- und Fragebogen-/Leitfadenentwicklung (dies idealerweise in Zusammenarbeit mit Ihnen)
- › ggfs. Buchung eines Marktforschungsstudios zur Interviewbeobachtung oder anderer notwendigen Örtlichkeiten oder auch anderer Dienstleister (z.B. Focusvision)
- › Durchführung der Interviews
- › Pretest (ggf. vor Ort)
- › regelmäßige (z.B. tägliche) Debriefings
- › regelmäßige (z.B. 14-tägige) (kurze) Zwischenreports zum Projektstand
- › Tabellen (geben Sie ggfs. auch das Format an, z.B. SPSS oder Excel)

Bericht:

Geben Sie das gewünschte Format an (z.B. Powerpoint-Präsentation). Spezifizieren Sie hier noch weiter: Seitenlimit? Soll der Bericht auch Handlungsempfehlungen enthalten? In welcher Sprache soll der Bericht verfasst sein? Wünschen Sie ein sog. Management Summary (evtl. in Deutsch und Englisch)?

› **Präsentation im Haus am (siehe Zeitplan)**

Vertraulichkeit

Ein solcher Hinweis kann nicht schaden (bitte mit Ihrer Rechtsberatung abstimmen):

Z.B. Bitte beachten Sie, dass diese Ausschreibung vertraulich und der Inhalt Eigentum des Auftraggebers ist.

Mit Übersendung der Ausschreibung geht der Absender davon aus, dass die Inhalte der Ausschreibung vom Anbieter vertraulich behandelt werden. Bei Auftragserteilung garantiert das beauftragte Institut zusätzlich auch, dass neben den Projektinhalten die Vertraulichkeit seitens der beauftragten Interviewer gewährleistet wird.

Sollten Sie Bedenken haben, dass das Institut u.U. auch zu einem Konkurrenzprodukt Projekte bearbeitet, fragen Sie danach – und klären Sie, ob und wie eine ggfs. notwendige Trennung gewährleistet werden kann (z.B. dadurch, dass verschiedene Projektleiter/-teams Ihr Projekt und das des Konkurrenten betreuen).

Qualitätssicherung

Fordern Sie den Qualitätsnachweis, z.B. indem Sie den folgenden Passus verwenden:

Wir erwarten, dass die kommissionierten Marktforschungsprojekte immer gemäß der Qualitätsrichtlinien und Kodizes von BVM, ADM, DGOF, ASI, ESOMAR bzw. entsprechend DIN ISO 20252 durchgeführt werden. Die Anforderung des Nachweises dieser Ansprüche behält sich der Auftraggeber vor.

Das Institut ist bei allen Studien grundsätzlich verpflichtet, alle einschlägigen Gesetze und Bestimmungen (insbesondere Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Bundesdatenschutzgesetz etc.) sowie alle nationalen und internationalen Vorschriften (z.B. Strafgesetzbuch) bei der Vertragsausübung zu berücksichtigen. So ist z.B. sicherzustellen, dass die Interviewer und Interviewpartner auf ihre Rechte und Pflichten ausdrücklich hingewiesen werden.

Geben Sie hier auch an, inwiefern Sie bestimmte Fremdleistungen/Sub-Contracting ausschließen möchten (z.B. Rekrutierung oder Durchführung von Interviews etc.). Geben Sie auch an, wenn Sie eine bestimmte Institutgröße, Spezialisierungen etc. erwarten.

Zahlungskonditionen

Machen Sie hier Ihre Angaben zu den Zahlungsmodalitäten Ihres Hauses.



Zeitplan

Hier definieren Sie den zeitlichen Projektablauf, soweit Ihnen dies möglich ist, z.B.:

- › **Senden Sie Ihr Angebot bitte bis spätestens DD.MMM.YYY, 9:00 Uhr.**
- › **Geplanter Projekt-Ablauf:**

Projektzuschlag:	<i>Datum</i>
Fertigstellung Screener + Fragebogen:	KW 8
Start der Feldarbeit (Tag 1 mit Pretest):	KW 11
Abschlussbericht:	<i>spätestens Ende KW 18</i>
Präsentation der Ergebnisse im Haus	2.5.20XX

Angebotsrichtlinien

Hier spezifizieren Sie, wie Sie das Angebot aufgeschlüsselt haben möchten, z.B.:

Detaillierte Kostenaufstellung inklusive Kosten für die Erstellung der Befragungsunterlagen, der Rekrutierung, der Durchführung der Interviews, der Aufwandsentschädigungen für Befragte (auch genannt Incentives), der Analyse und der Berichterstattung sowie ggfs. der Reisekosten (siehe dazu auch die Angaben unter „Leistungen“).

Überdies bitten wir Sie, alle Annahmen, auf denen die Kosten dieses Angebotes beruhen, anzugeben.

Bitte vermerken Sie in Ihrem Angebot Ihre Bankverbindung.

Auswahlkriterien

Geben Sie an, wie die Ausschreibung abläuft, z.B.:

Für diese Studie werden X Angebote eingeholt.

Wir bitten Sie, diese Ausschreibung zeitgerecht zu beantworten und Ihr Angebot in prägnanter und konziser Form zu verfassen.

Optional Spezifische Anforderungen an das Institut

Falls Sie bestimmte Anforderungen an das ausführende Institut haben, geben Sie diese an, z.B.

- › **Institutscharakter, Schwerpunkte, Spezialisierungen, Zertifizierungen, Wettbewerbsausschlüsse (s.o.), Datenschutzmaßnahmen usw.**
- › **Kapazitäten im Leistungszeitraum**
- › **eigenes Teststudio, eigener Gruppendiskussionsraum**
- › **bestimmte Anzahl von Interviewern, CAPI-Geräten, CATI-Stationen**
- › **geforderte Kontrollen, Betreuungsschlüssel Interviewer usw.**
- › **bestimmte Sprachvoraussetzungen der Interviewer/Projektbearbeiter (z.B. Englisch, Französisch, Türkisch usw.)**
- › **nachweisbare Erfahrungen im relevanten Markt**
- › **nachweisbare Erfahrungen mit der angefragten Methode/Themenstellung**

Datum

Verfasser der Ausschreibung

