



Leitfaden

Die Ausschreibung



BVM
Berufsverband
Deutscher Markt- und
Sozialforscher e.V.

Bundesgeschäftsstelle
Friedrichstraße 187
10117 Berlin
Deutschland

Tel.: +49 30 9203128-0
info@bvm.org | www.bvm.org

Leitfaden Ausschreibung

Kurzbezeichnung der Studie	Geben Sie Ihrem Projekt eine Identifikation (Namen oder Projekt-Nummer).
Studienhintergrund	Geben Sie hier bitte eine kurze Beschreibung z. B. des Marktes, der Stellung Ihres Produktes und/oder Unternehmens – Informationen, die helfen könnten, Ihre Problemstellung gut zu verstehen.
Geschäftsentscheidung	Was soll anhand der Ergebnisse der angefragten Untersuchung für eine Entscheidung getroffen werden?
Zielsetzungen	Geben Sie an (soweit möglich), welche Ziele das Projekt verfolgen soll. Denkbar wären z. B.: <ul style="list-style-type: none">➤ Relevanz und/oder➤ Wahrnehmung messen➤ Entscheidung über Produkteinführung➤ Ist eine Veröffentlichung geplant? etc.
Methode	Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben, welcher methodische Ansatz Anwendung finden könnte oder sollte – da unter Umständen eine 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, Mixed Mode usw.➤ evtl. erwarten Sie auch eine qualitative Vorstudie (welcher Art?) etc. TIPP: Zu empfehlen ist allerdings immer, das Institut aufzufordern, auch eigene Vorschläge mit Begründung einzubringen.
Zielgruppe(n)	Beschreiben Sie hier so genau wie möglich die Zielgruppe, die befragt werden soll. <ul style="list-style-type: none">➤ z. B. Apfelweintrinker/innen und Biertrinker/innen, Studierende, Maurergesellen/innen, - bevölkerungsrepräsentativ ab 18 Jahre, Schwangere, IT-Einkäufer/innen etc.
Stichprobenumfang und -struktur	Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben – da unter Umständen eine Wiederholungsstudie –, spezifizieren Sie hier, z. B.: <ul style="list-style-type: none">➤ quotierte Stichprobe mit jeweils 200 reinen Apfelweintrinkern, reinen Biertrinkern und Befragten, die beides trinken➤ Zufallsstichprobe national, regional oder für bestimmte Zielgruppen Evtl. wünschen Sie aber auch eine bevölkerungsrepräsentative Verteilung? Wie belastbar müssen die Ergebnisse sein? Für welche Teilgruppen benötigen Sie repräsentative oder zumindest belastbare Ergebnisse? TIPP: Zu empfehlen ist auch hier, das Institut aufzufordern, auch eigene Vorschläge mit Begründung einzubringen.
Rekrutierungskriterien bzw. Quotierung	Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben – da unter Umständen eine Wiederholungsstudie –, spezifizieren Sie hier, z. B.: <ul style="list-style-type: none">➤ nicht jünger als 18 Jahre und nicht älter als 99 Jahre➤ alle leben in einem bestimmten Bundesland oder Landkreis➤ seit mindestens drei Monaten nicht an einer Befragung zum Thema Alkohol teilgenommen



Leitfaden Ausschreibung

- ⇒ Ausschluss von Beschäftigten in definierten Branchen (z. B. Marktforschende, Politiker/innen, Werbetreibende usw.)

Länge der Interviews

Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben – da unter Umständen eine Wiederholungsstudie –, geben Sie hier Ihre Einschätzung, am besten in Minuten, an.

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.

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

Region

Sofern Sie bereits eine Vorstellung haben – da unter Umständen eine 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 laut DSGVO nur solche Adressdaten weitergegeben werden dürfen, zu denen eine Einwilligung zur Weitergabe oder zumindest kein Widerspruch 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. Fordern Sie eine entsprechend detaillierte Aufschlüsselung an, anhand derer Sie dann auch die Angebote gut vergleichen können, z. B.:

- ⇒ Qualifikationen und Erfahrungen des Instituts bzw. der Projektleitenden
- ⇒ Projektorganisation
- ⇒ Vorbereitung der Interviews
- ⇒ Rekrutierung und ggf. Incentivierung der Teilnehmenden
- ⇒ ggfs. Buchung eines Marktforschungsstudios zur Interviewbeobachtung oder anderer notwendiger Örtlichkeiten oder auch anderer Dienstleister und Subunternehmer (z. B. Streaming-Dienstleister, Accesspanels, Felddienstleister)
- ⇒ Durchführung der Interviews
- ⇒ Pretest (ggf. vor Ort)
- ⇒ regelmäßige (z. B. tägliche) Debriefings
- ⇒ regelmäßige (z. B. 14-tägige) (kurze) Zwischenreports zum Projektstand
- ⇒ Datensätze und Tabellen (ggfs. auch Format, z. B. SPSS oder Excel)

Bericht

Geben Sie das gewünschte Format an (z. B. PowerPoint-Präsentation, ausformulierter Ergebnisbericht im Word-Format). Spezifizieren Sie hier noch weiter: Seitenlimit? Soll der Bericht auch Handlungsempfehlungen enthalten? Wünschen Sie ein sog. Management Summary und Action Titles?

Falls der Fragebogen, der Bericht oder einzelne Daten in bestimmten Formaten oder mehreren Sprachen bereitgestellt werden oder benötigt werden, geben Sie dies bitte an!

Persönliche Ergebnispräsentation(en) vor Ort oder online am (siehe Zeitplan)



Leitfaden Ausschreibung

Vertraulichkeit

Ein solcher Hinweis kann nicht schaden. Bitte stimmen Sie ihn mit Ihrer Rechtsberatung ab.

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 Projekthaltungen die Vertraulichkeit seitens der beauftragten Interviewer gewährleistet wird.

- **Sollten Sie Bedenken haben, dass das Institut u. U. auch für einen Wettbewerber 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 einen 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, DSGVO etc.) sowie alle nationalen und internationalen Vorschriften (z. B. Strafgesetzbuch) bei der Vertragsausübung zu berücksichtigen. So ist z. B. sicherzustellen, dass die Interviewenden und Interviewpartner/innen auf ihre Rechte und Pflichten ausdrücklich hingewiesen werden.
- Geben Sie hier auch an, ob, in welchem Umfang und von welchem Dienstleister bestimmte Fremdleistungen/Sub-Contracting ausgeschlossen werden sollen (z. B. Rekrutierung oder Durchführung von Interviews etc.). Geben Sie auch an, wenn Sie eine bestimmte Institutsgröße, 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.YYYY, 9:00 Uhr.
- Geplanter Projekt-Ablauf:

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

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 Steuernummer und Ihre Bankverbindung.

Leitfaden Ausschreibung

Auswahlkriterien

Geben Sie möglichst 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 verständlicher 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, eigenes Panel usw.
- bestimmte Anzahl von Interviewenden, CAPI-Geräten, CATI-Stationen
- geforderte Kontrollen, Betreuungsschlüssel Interviewende usw.

- bestimmte Sprachvoraussetzungen der Interviewenden/Projektbearbeitenden (z. B. Englisch, Französisch, Türkisch usw.)
- nachweisbare Erfahrungen im relevanten Markt
- nachweisbare Erfahrungen mit der angefragten Methode/Themenstellung
- Maßnahmen Datenschutz/Datensicherheit