



# Neuaufbau eines Kundenpanels

Fallstudie eines Medienunternehmens



## Key Learnings

1. Das Erscheinungsbild eines Panels ist für die Motivation der Panelisten und den Erfolg des gesamten Panels immens wichtig. Es zählt vor allem der erste Eindruck des Panels.
2. Um die Teilnahmebereitschaft der Panelisten auf einem hohen Niveau zu halten, ist neben einem ansprechenden Belohnungs-System (Incentivierung) auch eine stetige Einsteuerung neuer Umfragen zu beachten.
3. Datenschutz ist ein wesentlicher Bestandteil jedes Panels. Der Schutz der personenbezogenen Daten jedes Panel-Teilnehmers ist zu gewährleisten. Sowohl die technische als auch die vertragliche Grundlage sind entsprechend zu berücksichtigen.

# 1. Das Ziel

## *Neuaufbau eines Kundenpanels in kurzer Zeit*

Ein großes Medienunternehmen möchte ein eigenes Kundenpanel aufbauen, um so gezielt Marktforschungsfragen an seine Leser und Leserinnen zu stellen. Dabei soll das Panel lediglich intern und nicht kommerziell genutzt werden.

Mithilfe der Software RogPanel soll dieses Panel innerhalb von sechs Wochen aufgesetzt und betriebsbereit sein. Da der Kunde bislang noch kein eigenes Panel betreibt, wird auch eine umfangreiche Beratung benötigt.

Die anschließende Administration des laufenden Panels verläuft geteilt. Während der Kunde selbst Umfragen erstellt und in das Panel einspielt, werden technische Fragen der Teilnehmer und E-Mails, die an das hinterlegte Postfach von Rogator geschickt wurden, beantwortet.

# 2. Der Weg

Das Aufsetzen des Panels umfasste unterschiedliche Aufgaben, die teilweise simultan umgesetzt wurden. Die wichtigsten werden im Folgenden erläutert.

## **Vorbereitung**

Im Zuge des ersten Kick-Off-Workshops beim Kunden vor Ort wurden neben dem gesamten Zeitplan das weitere Vorgehen und die nächsten Schritte genauer definiert. Da der Kunde bislang noch keine Berührungspunkte mit der Panel-Thematik hatte, wurde auch die allgemeine Funktionsweise anhand eines bestehenden Panels beispielhaft demonstriert.

## **Namensfindung**

Wie bei vielen anderen Produkten auch, ist der Name des Panels für dessen Erfolg ganz ausschlaggebend. So muss ein Name gefunden werden, der sowohl das Unternehmen als auch das Panel samt den Teilnehmern repräsentiert. In diesem Fall sollte neben dem Produkt „Medien“ auch das Gefühl von Zusammengehörigkeit, Leidenschaft und Exklusivität vermittelt werden.

## Design und Texte

Im Anschluss an die Installation der Plattformen RogPanel und RogManager auf die internen Server hat Rogator ein erstes Design nach den CI-Vorgaben des Kunden erstellt, was das Gefühl der Zusammengehörigkeit, Leidenschaft und Exklusivität stärkt. Insbesondere die Wahl der Bilder ist hier ausschlaggebend. Dafür wurde auf eine bestehende Datenbank zurückgegriffen, sowie neue Bild-Elemente erworben. In engem Austausch mit dem Kunden wurde das Design anschließend finalisiert. Das Umfrage- und Mailingdesign hat Rogator in starker Anlehnung an das Paneldesign erstellt.

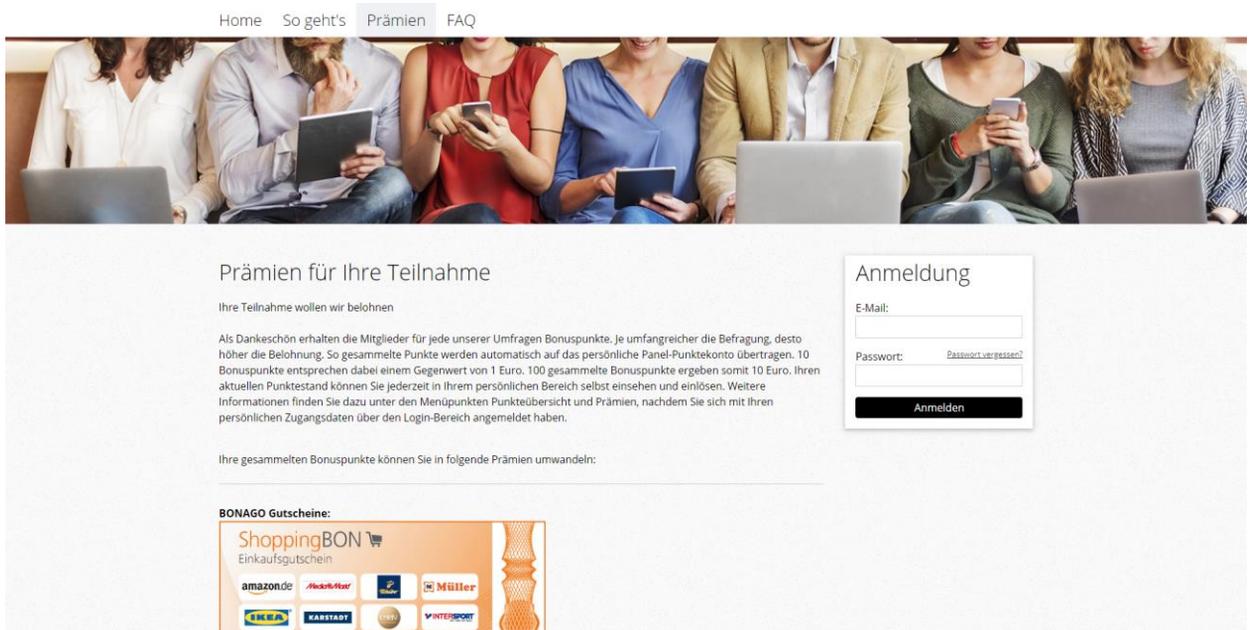


Abb. 1: Anmeldemaske Panel

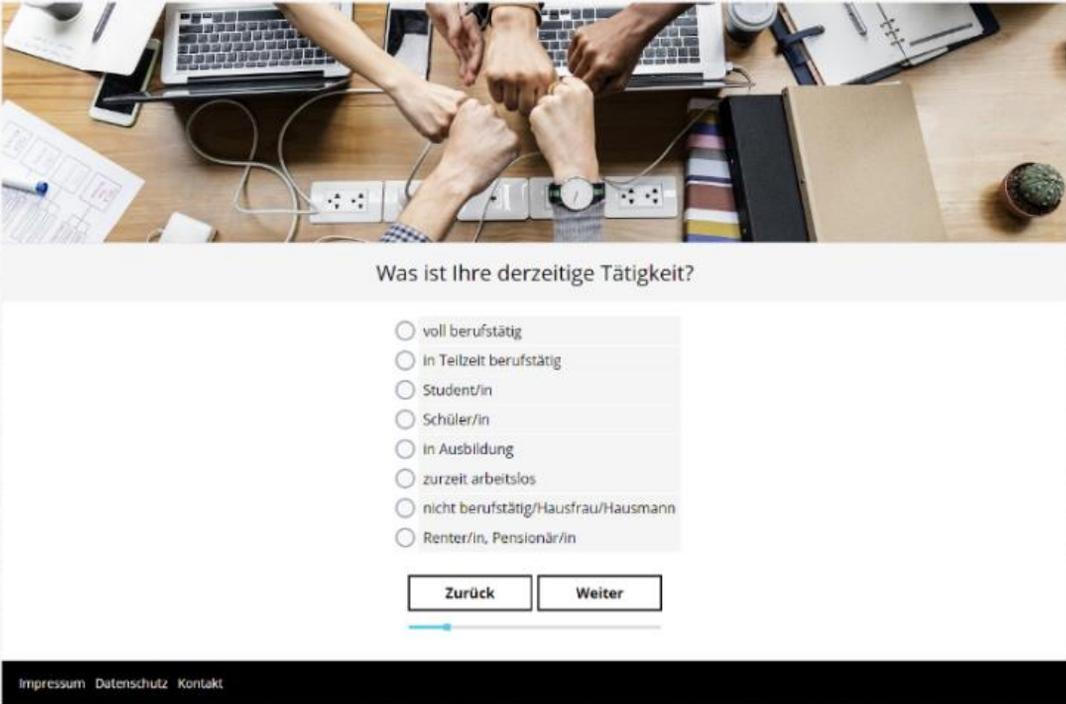
Erste Textvorschläge für den Teilnehmerbereich wurden von Rogator bereitgestellt und dank der sehr intuitiven Eingabemasken schnell implementiert. Daraufhin konnten die Texte in Zusammenarbeit mit dem Kunden und mit Blick auf des Gesamtlayout finalisiert werden.

## Basisfragebogen

Anfangs wurde überlegt, Informationen der Teilnehmer aus einer bestehenden Datenbank des Kunden in das neue Panel zu importieren, um so die bereits vorliegenden Informationen der Teilnehmer nutzen zu können. Da die Qualität der Bestandsdaten nicht mit Sicherheit gewährleistet werden konnte, wurde von diesem Vorhaben schnell abgesehen. Jeder Panelist sollte somit den klassischen Registrierungsprozess durchlaufen und einen anschließenden Basisfragebogen beantworten. Dieses Vorgehen hat zudem den Vorteil, dass lediglich motivierte Personen im Panel sind und keine Karteileichen entstehen.

Neben klassischen demografischen Fragen wurden Mediennutzung und Interessen der Panelisten abgefragt. Diese Informationen erlauben später eine präzise Ziehung der Stichproben, um so jedem Teilnehmer genau die Umfragen zuzuschicken, die auch für ihn/sie interessant sind.

Um die Länge des Basisfragebogens nicht unnötig zu erhöhen, wurden die Inhalte auf zwei Fragebögen geteilt, zu welchen mit einem Abstand von einer Woche eingeladen wurde.



Was ist Ihre derzeitige Tätigkeit?

- voll berufstätig
- in Teilzeit berufstätig
- Student/in
- Schüler/in
- in Ausbildung
- zurzeit arbeitslos
- nicht berufstätig/Hausfrau/Hausmann
- Rentner/in, Pensionär/in

[Impressum](#) [Datenschutz](#) [Kontakt](#)

Abb. 2: Maske zur Abfrage derzeitiger Tätigkeit

## Incentivierung

Die Qualität eines Panels misst sich vor allem an der Teilnahmebereitschaft der Panelisten. Eine entsprechende Incentivierung ist dabei das A und O. Da der Auftraggeber ein großes Medienunternehmen ist, liegt die Incentivierung der Probeabonnements für unterschiedlichste Zeitschriften nahe. Als zusätzliche Alternative hat der Panelist auch die Möglichkeit einen Einkaufsgutschein zu wählen.

Die Panelisten sammeln durch die Teilnahme an Umfragen Punkte, welche sie ab einer gewissen Höhe gegen eine Prämie ihrer Wahl eintauschen können. Während der Prozess mit einem Einkaufsgutschein vollautomatisiert ist, sind für Probeabos noch kleinere manuelle Handgriffe nötig. So erhält z.B. die entsprechende Abteilung beim Kunden eine E-Mail, welche automatisch vom Panel ausgelöst wird, sobald ein Panelist ein Probeabo gebucht hat. Der Versand dieses Abos wird anschließend manuell vom Kunden eingerichtet.

## Registrierung im Panel

Die Registrierung im Panel wurde nur ausgewählten Personen gestattet. So hat nicht jeder Besucher der Panelhomepage die Möglichkeit sich zu registrieren, sondern ausschließlich diejenigen Personen, welche explizit dazu eingeladen wurden.

Bereits die erste Registrierungswelle zeigte eine überaus hohe Teilnahmemotivation. Eine gezielte Nachrekrutierung ermöglichte in kurzer Zeit die Entwicklung des Panels zu einem gewünschten repräsentativen Panel.

Home Konto **Prämien** Punkteübersicht Dokumente FAQ



### Persönliche Daten

Hier können Sie Ihre Kontaktdaten ändern.

E-Mail:

Passwort: (nur bei Änderung eingeben)

Passwort: (erneut eingeben)

**Speichern**

**Benutzerkonto löschen**

Hinweis: Noch nicht umgewandelte Prämienpunkte verfallen im Zuge der Datenlöschung.

 **Mitglied**  
dav ar

**Ihr aktueller Kontostand:**  
15 Prämienpunkte

**Ihre bisherige Teilnahmen:**  
Einladungen: 3  
Teilnahmen: 2

**Abmelden**

Abb.3: Registrierungsmaske

## Schulung

Da der Kunde fortan das Panel selbst administrieren und Umfragen erstellen möchte, wurde eine ausführliche Schulung beim Kunden vor Ort durchgeführt. Hierfür wurden an zwei Tagen intensiv sowohl RogPanel als auch RogEditor und RogManager geschult und anhand von Fallbeispielen nähergebracht.

## Administration

Die fortlaufende Administration unterteilt sich in die Administration des Postfachs und damit der Rückfragen von Teilnehmern und die Koordination von Umfragen, sowie die Einspielung ins Panel.

Ersteres wurde über ein Zeitkontingent an Rogator ausgelagert. Unter der Einbeziehung von vordefinierten Antwortvorlagen werden Fragen und Probleme von Teilnehmern innerhalb von max. 48 Stunden geklärt und gelöst.

Der Kunde spielt regelmäßig neue Umfragen in das Panel ein und erlaubt so den Panelisten im Schnitt an bis zu zwei Umfragen pro Monat teilzunehmen. Dank ausgeklügelter Stichproben-Ziehungs-Mechanik kann gezielt gesteuert werden, wer wie oft eingeladen wird.

# 3. Die Erkenntnisse

## *Panelaufbau in kürzester Zeit*

Dank des bereits im Vorfeld ausgearbeiteten und detaillierten Zeitplans konnte das Kundenpanel in der kurzen Zeit von sechs Wochen sowohl technisch als auch inhaltlich aufgesetzt werden. Die Aufgaben waren so jederzeit eindeutig zwischen Kunden und Rogator verteilt und konnten zur gesetzten Deadline erfolgreich umgesetzt werden.

## *Ansprechendes Design und Kommunikation*

Um sowohl die Bereitschaft zur Erstregistrierung als auch zur Teilnahme an Umfragen hoch zu halten, ist auf ein ansprechendes Design und passende Kommunikation zu achten. Es ist insbesondere wichtig, das Erscheinungsbild vom Panel, z.B. Bilder, Videos und Farbgestaltung, und die Kommunikation, z.B. Wortwahl und Art der Kommunikation, passend zur Kundengruppe zu wählen. So konnte im beschriebenen Panel die gewünschte Panelgröße und –struktur innerhalb weniger Tage erreicht werden. Auch die Teilnahmebereitschaft an den zwei hinterlegten Basisfragebögen war ungebrochen.

Die Rogator AG mit Sitz in Nürnberg wurde 1999 gegründet und entwickelte als eines der ersten deutschen Unternehmen eine Befragungssoftware für Marktforschungsprojekte. Seitdem hat sich das Unternehmen stetig weiterentwickelt und die beiden Geschäftsbereiche „Market Research“ sowie „Employee Research“ aufgebaut.

Das Market Research-Expertenteam von Rogator bietet „Combined Competence“ für Ihre Befragungsprojekte und greift dabei auf weitreichende methodische Kenntnisse in der Konzeption, Erstellung und Auswertung von Kundenfeedbacks jeglicher Form zurück. Darüber hinaus steht unseren Kunden ein breites Spektrum ausgereifter Dienstleistungen sowie passgenauer Software-Lösungen zur Verfügung. Dies wird ergänzt durch technisch-organisatorische Skills und Erfahrungen aus 20 Jahren Online-Marktforschung.

Getreu der Philosophie „More than you ask for“ denkt Rogator immer einen Schritt weiter. Durch maximale Kundenorientierung in Kombination mit innovativen und maßgeschneiderten Lösungen steht das Unternehmen für erfolgreiche Online-Forschung.

**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17  
D-90411 Nürnberg

Tel.: + 49 911 8100 550  
E-Mail: team-mr@rogator.de

