



IfaD

PPP

Paper-Pencil-
Projektmanagement

Whitepaper



Paper-Pencil-Projekte in Online-Zeiten

„Wir haben längst das papierlose Büro, ..., bei uns wird nicht mehr mit dem Kuli oder gar Füller geschrieben (außer Weihnachtspostkarten), wir sind online – seit Jahren!“ „Ja nee is klar, irgendwie!“ Gleichwohl, manchmal muss es eben doch Paper-Pencil sein: schriftliche Befragungen machten rund 7 % aller quantitativen Studien in Deutschland aus (Quelle: statista). Das entspricht mehreren Millionen Fragebögen, die jährlich handschriftlich ausgefüllt werden. Beispielhafte Einsatzgebiete sind Mitarbeiterbefragungen, Gäste- und Teilnehmer-Feedback, Erhebungen zum Mediennutzungsverhalten und Befragungen von Kindern und Jugendlichen (wobei diese Altersgruppe natürlich auch online befragt wird). Der Einsatz dieses Verfahrens hängt unter anderem von den Fragestellungen, der Erreichbarkeit der Zielgruppe und dem gewünschten Datensicherheitsniveau des Projektes ab. Postalische Befragungen haben auch 2018 ihre Bedeutung und Berechtigung in der Marktforschung.

Paper-Pencil-Projekte managen

Paper-Pencil-Projekte (PPP) respektive postalische Befragungen bedürfen eines professionellen Projektmanagements, sonst drohen Ineffektivität und Kontrollverlust der Kosten und Termine. Es gilt, mehrere Beteiligte zu koordinieren und eine Vielzahl von Arbeitsabläufen und fixierten Terminen zu realisieren. Einige der notwendigen Prozessschritte dieser Erhebungsform werden typischerweise an Dienstleister ausgelagert, etwa der Druck der Fragebögen, der Versand, das Retouren-Management, die Erfassung usw. Diese Fremdleistungen müssen sowohl untereinander als auch mit den Arbeiten beim Auftraggeber zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmt werden.

Beteiligte eines PPP

Nicht alle PPP laufen gleich ab. Eine Befragung von 30 Teilnehmern eines Workshops in einem Veranstaltungsraum, bei dem der Vortragende oder ein Assistent Fragebögen zum Vortrag direkt nach dem Ende einsammelt, ist nicht zu vergleichen mit einer postalischen Befragung von 80.000 Mitarbeitern – gegebenenfalls international – eines Großunternehmens, bei dem unter anderem auch der Betriebsrat involviert ist.

- Endkunde (Auftraggeber)
- Betriebsrat des Endkunden
- Institut (inhaltliche Beratung, Berichtslegung etc.)
- Dienstleistungsunternehmen (Projektmanagement, Auswertung, Tabellierung etc.)
- Druckerei (Fragebögen, Umschläge, Rückumschläge, Reminder etc.)
- Lettershop (eventuell Druckaufgaben, Kuvertieren, Postauf liefern etc.)

Wir wollen im Folgenden von „einem“ Projekt ausgehen, bei dem ein Dienstleister wie IfaD mit dem gesamten Management betreut wird, bei dem die Fragebögen und die Reminder von einem durch den Dienstleister eingesetzten Letter-Shop gedruckt und verschickt werden und für die Befragten eine neutrale Ansprechperson zu Abwicklungsfragen zur Verfügung steht.

Aus Erfahrung raten wir dazu, jedes noch so kleine Detail mit dem Auftraggeber zu klären. Diese machen solche Projekte in der Regel nicht jeden Tag und sind deshalb dankbar, wenn ihnen per Checkliste oder Fragenkatalog beim Briefing geholfen wird. Und es sichert dem durchführenden Unternehmen klare Vereinbarungen, was wiederum die Planungssicherheit auf Kosten- und Terminseite erhöht. Die wichtigsten Bausteine in der Übersicht:

- Anschreiben
- Fragebogen
- Umschlag
- Rückumschlag
- Auflage und Rücklaufquote
- Reminder
- Versandgebiet und Porto

Fragen an den Auftraggeber im Einzelnen:



Anschreiben

- Wird es geliefert, oder soll das Papier dafür beschafft werden?
- Wird es gedruckt geliefert, oder soll es gedruckt werden?
- Welches Format?
- Wie viele Seiten?
- Schwarz-weiß oder farbig?
- Gibt es eine oder mehrere Varianten (zum Beispiel für unterschiedliche Zielgruppen)?
- Soll die Adresse auf das Anschreiben gedruckt werden?
- Weitere Personalisierung?
- Besonderes?
- Logo?

Fragebogen

- Wird er geliefert, oder soll das Papier dafür vom Dienstleister beschafft werden?
- Wird er gedruckt geliefert, oder soll er gedruckt werden?
- Welches Format?
- Wie viele Seiten?
- Schwarz-weiß oder farbig?
- Logo / Wort-Bild-Marke?
- Gibt es eine oder mehrere Varianten (zum Beispiel für unterschiedliche Zielgruppen)?
- Besonderes?

Umschlag

- Wird er geliefert, oder soll er beschafft werden?
- Wenn geliefert: wird er bedruckt oder blanko geliefert?
- Soll er bedruckt werden?
- Schwarz-weiß oder farbig?
- Gibt es eine oder mehrere Varianten (zum Beispiel für unterschiedliche Zielgruppen)?
- Welches Format?
- Mit Fenster oder ohne?
- Kuvertiermaschinen-Klebung oder Haftstreifenklebung?
- Besonderes?
- Logo?

Rückumschlag

- Wird er geliefert, oder soll er beschafft werden?
- Wenn geliefert: wird er bedruckt oder blanko geliefert?
- Soll er bedruckt werden? Aufdruck „Antwort“ und „Gebühr bezahlt Empfänger“ erwünscht?
- Soll ein Aufdruck für Werbepost International aufgebracht werden?
- Schwarz-weiß oder farbig?
- Gibt es eine oder mehrere Varianten (zum Beispiel für unterschiedliche Zielgruppen)?
- Welches Format?
- Besonderes?

Auflage und Rücklaufquote

- Wie hoch ist die Auflage pro Variante?
- Mit welcher oder welchen Rücklaufquoten rechnen Sie?

Reminder

- Wird es einen Reminder geben? Wenn ja:
- Neues Anschreiben analog dem ersten Anschreiben?
- Fragebogen analog dem ersten Fragebogen?
- Umschlag und Rückumschlag analog der ersten Aussendung?
- Soll IfaD ein Postfach für die Rückläufer einrichten und das Rückporto auslegen?
- Besonderes?

Versandgebiet und Porto

- In welche Länder geht die Befragung?
- In welche Postleitzahlgebiete geht die Befragung?
- Briefmarke oder Infopost?
- Briefmarke der Post oder hauseigene Briefmarke?
- Besondere Wünsche an das Motiv der Briefmarke?
- Datamatrixcode?
- Rückumschläge mit Rückporto oder Aufdruck „Antwort“ und „Gebühr bezahlt Empfänger“?

Details zu postalischen Leistungen

Leistungen der postalischen Befragung im engeren Sinne, die vom Dienstleister respektive dem Lettershop erbracht werden sollen, in der Übersicht:

- Materialbeschaffung Papier und Umschläge?
- Druck der Unterlagen?
- Adressieren und personalisieren?
- Kuvertieren?
- Portooptimierung?
- Postfertig machen und aufliefern?
- Reminder-Abwicklung?

Weitere PPP-Leistungen

Vor, neben oder nach diesen Leistungen im engeren Sinn kann ein erfahrener Marktforschungs-Dienstleister weitere Aufgaben im Rahmen eines PPP übernehmen. Auch diese sind mit dem Auftraggeber vor Projektbeginn genau abzustimmen und zu terminieren. Dazu gehören:

- Prozessberatung und Projektvorbereitung
- Einrichtung und Steuerung von Hybrid-Projekten, gegebenenfalls unter Einsatz von QR-Codes
- Fragebogen-Erfassung mit programmierbaren Scannern:
Die ausgefüllten und manuell aufbereiteten Bögen scannt IfaD mit Hochleistungsscannern und der selbst entwickelter Software I.Scan. Zu Beginn wird ein leerer Referenzfragebogen zur Definition der Nennungsgebiete (Antwortkästchen, numerische Felder, freie Textfelder) eingescannt. Dies ist die Basis für die Erstellung des Masters, bei der Antwortkästchen und numerische Felder bereits automatisch als Antwortbereiche erkannt und definiert werden. Felder für offene Texteingaben werden mit der Maus markiert und entsprechend definiert. Hinzu kommt die Prüfung der Rohdaten auf formale und logische Inkonsistenzen und die Bereinigung dieser Daten.
- Manuelle Erfassung, wenn dies die Form und Gestaltung erfordert: Nicht alle Papierfragebögen eignen sich zum Scannen. Gründe hierfür sind zum Beispiel schlechte Ausfüllqualität, ungenügende Druckqualität oder auch geringe Fallzahlen. Für Fragebögen, die nicht automatisch digitalisiert werden können oder sollen, bietet IfaD die manuelle Erfassung mit seinem selbst entwickelten Erfassungsprogramm CADIS an. Die Daten werden nach der Eingabe einer Qualitätskontrolle unterzogen, damit mögliche Fehler behoben und berichtigt werden können.
- Hotline für die Befragten: Oftmals haben Befragte (vor allem bei Mitarbeiter-Befragungen) Sorgen um die Anonymität ihrer Daten, scheuen sich aber, ihre eigenen Vorgesetzten zu kontaktieren. Bewährt hat sich ein Ansprechpartner für die Befragten, der vom Dienstleister eingesetzt und geschult wird und der den Befragten Anonymität sichert.

- Codierung der offenen Antworten: Während der gesamten Laufzeit codiert IfaD die offenen Fragen der eingehenden Fragebögen. Codierungen erfolgen in (fast) allen Sprachen der Welt durch ausgebildete Muttersprachler, native Speakers. Nach Abschluss der Feldzeit erhält der Auftraggeber einen Tabellenband mit einer Gesamtauswertung aller geschlossenen und offenen Fragen.
- Bereitstellung qualitativ hochwertiger Ergebnisse in Tabellenform bedeutet bei IfaD: Tabellierung customized und praxisgerecht, alle Formate, individuelles Layout, Statistik, Signifikanzen und Effektstärken.
- Bereitstellung von Teilergebnissen: gerade bei Mitarbeiterbefragungen großer Unternehmen mit mehreren Filialen oder Betriebsstätten ist es oftmals sinnvoll, diesen auf solche Einheiten heruntergebrochene Ergebnisse zur Verfügung zu stellen (natürlich unter Wahrung der Anonymität des und der Einzelnen). Dies kann durch klare Vorgaben an die Tabellierung und Datenaufbereitung realisiert werden.

Diese Übersicht verdeutlicht einmal mehr die Komplexität eines (großen) PPP und warum ein frühzeitig berufenes Projektmanagement so wichtig ist. Sie ist gleichzeitig eine nützliche und praxisgerechte Hilfestellung für beide Seiten, Auftraggeber und Auftragnehmer.

Pro & Contra

Über die Vor- und Nachteile einer schriftlichen Befragung gibt es umfangreiche Literatur. Wie bereits dargestellt gibt es auch im Online-Zeitalter Situationen und Bedingungen, bei denen Paper-Pencil die erste Wahl ist.

Generelle Vorteile gegenüber reinen Online-Befragungen

- Überlegtere Antworten, weil in der Regel der Zeitdruck geringer ist
- Höhere Glaubwürdigkeit in die Anonymität der Befragung
- Manchmal höhere Motivation, da der Zeitpunkt der Befragung oftmals freier wählbar ist

Generelle Nachteile gegenüber reinen Online-Befragungen

- Deutlich höhere Kosten
- Größerer Zeitbedarf bei Vorbereitung und Durchführung
- Keine spielerischen, dynamischen und damit motivierenden Fragen möglich

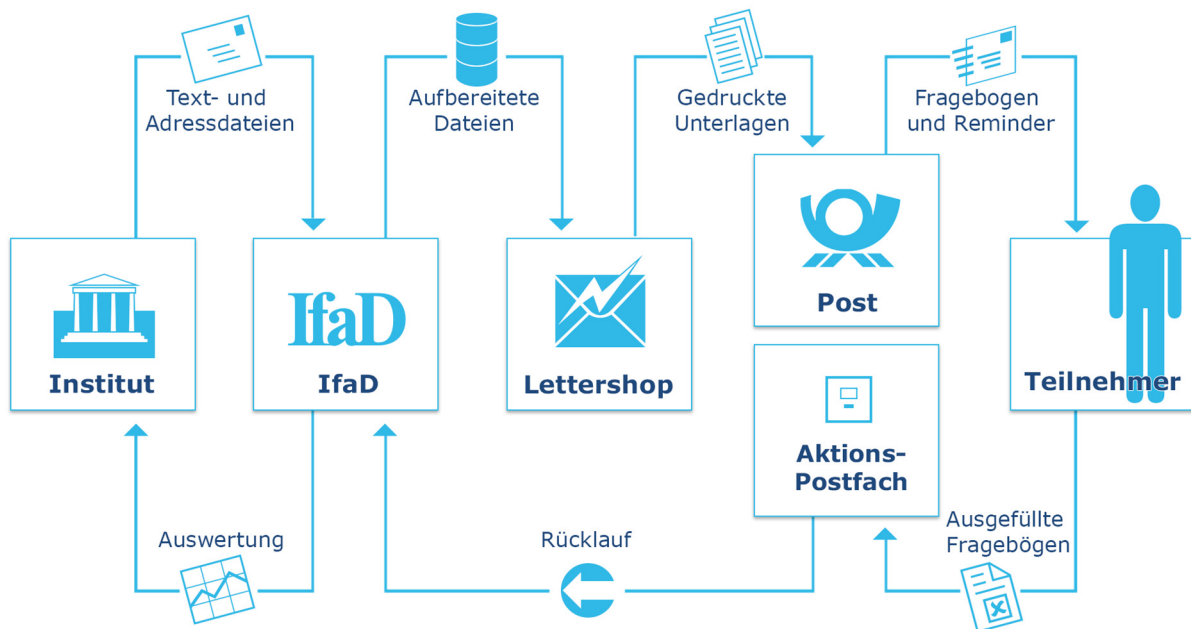
Das Leistungsangebot von IfaD

Projektmanagement

Wenn postalische Befragungen nicht zu Ihrem täglichen Geschäft gehören oder Sie sich einfach nicht um alle Abwicklungsdetails kümmern wollen, bietet IfaD Ihnen ein Sorglos-All-in-One-Projekt-Management. Selbstverständlich können Sie auch einzelne Bausteine nutzen.

Projektübergabe und Vorbereitung

Sie liefern uns den oder die Fragebögen sowie ein Anschreiben als Word-Dateien, die Adressen als Excel-Datei. Die Bestandteile bereiten wir auf und geben den Fragebögen gegebenenfalls Teilnehmernummern.



Schematischer Ablauf einer postalischen Befragung

Lettershop-Arbeiten mit Partner

Für Druck und Versand arbeiten wir mit einem zuverlässigen und erfahrenen Lettershop zusammen, der den Druck der Bögen, Anschreiben, Reminder und Kuverts (postalische Hinweise), die Kuvertierung, die Portooptimierung sowie die Postauflieferung übernimmt.

Rücklauf bearbeiten und Reminder versenden

Für den Rücklauf legen wir ein Aktionspostfach an. Unser Data Processing Team kontrolliert die eingehenden Fragebögen über Teilnehmernummer und Prüzziffern. Der Lettershop übernimmt dann den Versand der Reminder.

Erfassen, codieren, scannen, auswerten

Während der gesamten Laufzeit erfassen und scannen wir die eingehenden Fragebögen, die offenen Fragen codieren wir. Nach Abschluss der Feldzeit erhalten Sie einen Tabellenband mit einer Gesamtauswertung aller geschlossenen und offenen Fragen.



Paper-Pencil- Projektmanagement

IfaD jetzt kontaktieren

Martin Klein

+49 40 25 17 13 18

mklein@ifad.de

IfaD

Institut für angewandte Datenanalyse GmbH

Uhlandstraße 68

D-22087 Hamburg

+49 40 25 17 13 0

info@ifad.de

www.ifad.de