

Vorsprung durch Design

Von der Verpackungsmarktforschung zu gut verpackter Marktforschung – wie DemoSCOPE durch die Gestaltung von Online-Fragebögen das Interesse und die Teilnahmebereitschaft der Befragten steigert.

Stefan Klug*

Gute Marktforschung muss gut verpackt sein. Das Design spielt eine immer wichtigere Rolle, und zwar nicht nur beim Präsentieren von Forschungsergebnissen, sondern insbesondere dann, wenn es darum geht, das Interesse von Personen an einem Marktforschungsprojekt zu wecken. Aus diesem Grund hat DemoSCOPE Design Guidelines entwickelt, die in der Gestaltung der Fragebögen Anwendung finden. Die bislang gesammelten Erfahrungen geben dem Ansatz recht: Die visuelle Gestaltung ist essentiell für die Teilnahmebereitschaft und die Investition in ansprechendes Design lohnt sich.

DemoSCOPE strebt mit den Design Guidelines eine progressive Verbesserung an, welche wir insbesondere in responsivem und adaptivem Webdesign umsetzen, und vertreten dabei die Meinung, dass sich die Gestaltung an die Bedürfnisse der Teilnehmer anpassen muss und nicht umgekehrt. Wir bereiten unsere Fragebögen so vor, dass diese auf Eigenschaften des jeweiligen verwendeten Endgeräts reagieren, und stellen sicher, dass die Teilnehmer, die wir am Smartphone oder Tablet erreichen, problemlos mitmachen können. Im Jahr 2013 verfügten 70 % der Schweizer über ein Smartphone, 31 % über ein Tablet und 27 % hatten beides¹. Die Frage lautet also längst nicht mehr, ob und wann, sondern wie gut man dem Trend entgegenkommt. Mit den Design Guidelines stellen wir sicher, dass die Beantwortung unserer Studien zu einer angenehmen Erfahrung wird, und erreichen damit die folgenden qualitativen Verbesserungen gegenüber herkömmlichem Design:



Bild: istockphoto, Montage: DemoSCOPE

Online-Umfragen müssen handygerecht aufbereitet werden.

■ Höhere Verfügbarkeit des Online-Fragebogens:

Bis zu 100 % im Vergleich zu 50–60 % bei nicht adaptiven Fragebögen.

■ Höhere Teilnahmebereitschaft:

Bei umfassender Anwendung der Designstrategie kann mit einer Steigerung um 10–20 % gerechnet werden.

■ Höhere Abschlussrate:

Das intuitive Design sorgt für eine im Durchschnitt um 20 % steigende Bereitschaft, begonnene Umfragen auch zu Ende zu führen.

Die Idee beschränkt sich aber nicht nur auf die Gestaltung des Fragebogens. Wir sind uns sicher, mit den Design Guidelines mehr als nur «technischen Vorsprung» zu erreichen: Die DemoSCOPE Community ist eine Gemeinschaft von engagierten Menschen, die trotz unterschiedlichen Alters, Herkunft und Interesses gerne ihre Meinung zu aktuellen Themen

abgeben. Wir sehen uns diesen Personen gegenüber verpflichtet, auch etwas von uns zu geben. Weil wir die Zusammenarbeit so angenehm und fair wie möglich gestalten wollen, haben wir neben dem benutzerfreundlichen Fragebogendesign ein vielfältiges und ansprechendes Incentive-Schema entwickelt, das auf klaren Regeln basiert und den verschiedenen Motivationsstypen entgegenkommt. Zusätzlich geben wir regelmässig in Form von Newslettern Rückmeldung zu Ergebnissen unserer Studien.

Alle Ebenen, auf denen wir mit den Community-Mitgliedern interagieren, sind gleich wichtig und entsprechen unserer zukunftsorientierten Denkweise. Die zeitgemässe Umsetzung steigert die Teilnahmebereitschaft der Befragten und maximiert gleichzeitig die Effektivität der uns anvertrauten Projekte. ■

*Der Autor ist Leiter Produktion bei DemoSCOPE.

¹Quelle: Werbewoche <http://www.werbewoche.ch/die-schweiz-gehört-zur-mobilien-weltelite>