



# Checkliste - Outsourcing

Wie finde ich den passenden  
Research-Partner? ...und wozu?

10/2015

Checkliste für Unternehmen,  
die auf der Suche nach  
externen Dienstleistern für  
Market Research und  
Competitive Intelligence sind

## Executive Summary

Das Outsourcing von Research-  
Tätigkeiten und Analysen zu Märkten,  
Unternehmen und Produkten kann für  
Unternehmen sinnvoll sein.

Bei der Wahl eines passenden  
Dienstleisters spielen folgende  
Kriterien eine Rolle:

- Fach- und Branchenwissen
- Referenzen
- Kapazitäten und Kultur
- Pilotprojekt
- Vertrauen



## Warum überhaupt ein externer Dienstleister?

Nicht in allen Fällen ist es sinnvoll externe Partner bei Fragen rund um Märkte, Unternehmen und Produkte einzubinden. Viele Fragestellungen im täglichen Geschäft lassen sich durch interne Teams und vorhandene Quellen abdecken.

Dennoch gibt es einige gute Gründe zumindest fallweise bestimmte Themen auszulagern:

- **Desk Research:** Trotz der immensen Informationsverfügbarkeit, haben interne Marktforscher häufig ein begrenztes Repertoire an Datenbankzugängen und Recherchewerkzeugen, die im jeweiligen Einzelfall zur Aufgabenstellung passen. Spezialisierte Dienstleister hingegen arbeiten für mehrere Klienten in vielfältigen Market Intelligence Aufgaben. Gerade bei nicht alltäglichen Fragestellungen z.B. zu neuen Zielbranchen, können Dienstleister mittels entsprechender Quellen und durch Analyse verfügbarer Informationen einen wichtigen Beitrag zur richtigen Investitionsentscheidung liefern.
- **Experteninterviews:** Sofern die Datenlage zur Beantwortung der Fragestellung nicht ausreicht, ergänzen und/oder validieren viele Dienstleister die Sekundärauswertung mit Experteninterviews – national und international.
- **Internationalität:** Durch die internationale Vernetzung von Dienstleistern besteht eine regionale Nähe zu Zielmärkten von Unternehmen. Insbesondere in Schwellenländern, in denen die Informationsverfügbarkeit nicht immer mit der in Westeuropa vergleichbar ist, bietet ein externer Partner neue Möglichkeiten zur Absicherung von strategischen Investitionsentscheidungen.
- **Ressource:** Externe Partner bieten Unternehmen in der Regel zusätzliche Flexibilität bei Recherchen und Analysen. Einerseits können interne Ressourcen bei Kapazitätsengpässen entlastet sowie zusätzlich Quellen und Methoden genutzt werden. Andererseits ermöglicht die effiziente Nutzung passender Quellen ein schnelle Bearbeitung und zeitnahe Ergebnisse bei hoher Dringlichkeit.

## Was beachten bei der Wahl eines passenden Research-Partners?

Die Auswahl eines passenden Research-Partners aus der Vielzahl an möglichen Dienstleistern (Unternehmensberater, Marktforscher, Information Professionals, Infobroker, etc.) fällt häufig nicht leicht.

Folgende wesentliche Kriterien sollten bei der Entscheidung jedoch eine Rolle spielen:

### 1. Fach- und Branchenwissen

Leistungsportfolio, Methoden,  
Fokussierung

### 5. Vertrauen

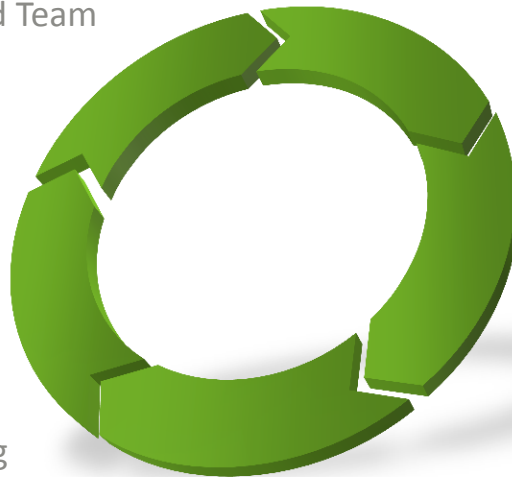
Management und Team

### 2. Referenzen

Beispielprojekte, typische  
Kunden und Aufträge

### 4. Pilotprojekt

(Kleinerer) Testauftrag



### 3. Kapazitäten und Kultur

Unternehmensgröße und  
Firmenphilosophie

## „Wo liegen die Schwerpunkte?“

*Leistungsportfolio  
Methoden  
Branchenfokus*



mod21 marketing intelligence on demand.

# 1. Fach- und Branchenwissen

Einschlägiges Fachwissen und Erfahrung sind Grundvoraussetzung für einen potentiellen Partner. Häufig ist auf den Websites ein recht umfangreiches Leistungsportfolio und eine Vielzahl an Branchen dargestellt.

Doch wo liegen die Schwerpunkte des jeweiligen Anwärters?

### Portfolio und Methodik

Eine längerfristige Zusammenarbeit sollte gleich zu Beginn ins Auge gefasst werden. Diese zahlt sich für beide Partner aus.

- Welche angebotenen Leistungen benötige ich jetzt und in Zukunft?
- Wo sehe ich Ergänzungen zu meinen jetzigen Research-Möglichkeiten?
- Welche zusätzlichen Quellen werden genutzt?
- Wie ist das Vorgehen bei Analysen?
- Welche internationale Abdeckung ist möglich?

### Branchenexpertise

- Ist meine Branche einer der Schwerpunkte?
- Sind die Zielbranchen für meine Produkte ebenfalls Schwerpunkte?

**„Welche Referenzen gibt es?“**

*Typische Kunden*  
*Typische Aufträge*  
*Beispielprojekte*



mod21 marketing intelligence on demand.

## 2. Referenzen

Kundennamen, die auf der Unternehmenswebsite eines Dienstleisters angegeben werden, sind ein erster Anhaltspunkt. Nicht immer jedoch können oder wollen Kunden namentlich genannt werden, beispielsweise wenn es um das Thema Competitive Intelligence geht. Daher lohnt es nachzufragen.

### Typische Kunden und Aufträge

Mit welchen Kunden hat der potentielle Partner in der Vergangenheit zusammengearbeitet?

- Handelt es sich um Unternehmen, die meinem ähnlich sind?
- Wer sind deren typische interne Kunden und Ansprechpartner?
- Gibt es die Möglichkeit mit einzelnen Kunden zu sprechen?

### Beispielprojekte

Welche Themen wurden in der Vergangenheit bearbeitet?

- Gibt es Beispiele, die zu meinen Aufgaben passen?
- Wie war das konkrete Vorgehen?
- Konnte die Erwartung des Kunden erreicht werden?

**„Wie ist der Dienstleister aufgestellt?“***Unternehmensgröße**Kapazitäten**Firmenphilosophie*

mod21 marketing intelligence on demand.

### 3. Kapazitäten und Kultur

Es existiert eine Reihe kleinerer Dienstleister im Research Umfeld. Diese sind oft nicht die schlechtere Wahl, da sie häufig flexibler agieren und Ihrem Auftrag eine hohe Wichtigkeit beimessen. Andererseits sollten genügend Kapazitäten vorhanden sein. Auch die Firmenphilosophie eines Dienstleister ist ein zu beachtendes Kriterium.

#### Kapazitäten

- In welchem Umfang plane ich Research-Aufträge extern zu vergeben?
- Welche Kapazitäten hat der potentielle Partner?  
Passt dies zu meinen Anforderungen?
- Bin ich für den Dienstleister als Kunde wichtig?

#### Firmenphilosophie

- Kann ich mich persönlich mit dem Auftritt und dem Geschäftsmodell des Dienstleisters anfreunden?
- Inwiefern werden eventuelle Compliance Richtlinien in meinem Unternehmen berührt?
- Finden meine Vorgaben bei dem potentiellen Partner Berücksichtigung?

## „Kann ich einen Testauftrag lancieren?“

Auftragsthema

Bearbeitung



mod21 marketing intelligence on demand.

### 4. Pilotprojekt

Vor einem größeren Projekt oder einer längerfristigen Zusammenarbeit empfiehlt es sich einen etwas kleineren Testauftrag zu lancieren. Idealerweise handelt es sich um ein Thema, dessen Bearbeitung weiterhilft und im Rahmen dessen der Dienstleister seine Kompetenzen unter Beweis stellen kann. Eine finanzielle Honorierung sollte auch für einen „Testauftrag“ erfolgen.

#### Auftragsthema

- Welches Thema brennt mir schon immer auf den Nägeln, konnte es aber noch nie anpacken?
- Gibt es eventuell Einzelschritte in einem größeren anstehenden Projekt oder Vorrecherchen, die ich extern vergeben will?

#### Bearbeitung

- Wie war die Kommunikation mit dem Dienstleister? (Briefing-Gespräch, Rückfragen, Feedback...)
- Wurden Leistungsversprechen und Zeitvorgaben eingehalten?
- Brachte das Ergebnis den erhofften Mehrwert? Wenn nicht, lagen die Ursachen beim Dienstleister?
- Würde ich dem Dienstleister wieder einen Auftrag erteilen?

## „Kann ich dem Dienstleister vertrauen?“

Personen

Sachliche Absicherung



mod21 marketing intelligence on demand.

## 5. Vertrauen

Vertrauen ist eines der wichtigsten Kriterien bei jeder Partnerwahl. Dabei geht es nicht nur um das fachliche Zutrauen, sondern um das „gute Gefühl“ bei der Zusammenarbeit. Egal wie wasserdicht die Verträge oder umfangreich die sachlichen Auswahlkriterien, das „gute Gefühl“ entwickelt sich durch Gespräche mit dem Dienstleister – persönlich oder telefonisch.

### Personen

- Wer sind die Personen im Management?  
Wie ist deren beruflicher Hintergrund? Sind sie vertrauenswürdig?
- Wer sind meine direkten fachlichen Ansprechpartner?  
Habe ich hier Kontinuität oder wechselt dieser häufig?
- Werden im Vorfeld von Aufträgen ehrliche Aussagen zur Machbarkeit gegeben?

### Sachliche Absicherung

- Werden meine Angaben, die ich im Rahmen von Aufträgen mache, vertraulich behandelt?
- Welche Aussagen trifft der Dienstleister in seinen AGB?  
Ist eine zusätzliche Vertraulichkeitserklärung erforderlich?
- Wie ist die Sicherheit meiner digitalen Daten geregelt?





## Verfasser

### **mod21 OHG**

Franz-Knauff-Straße 2-4  
69115 Heidelberg  
Phone +49 6221 - 72 82 702  
Fax +49 6221 - 72 72 680  
URL [www.mod21.de](http://www.mod21.de)

### **Sebastian Lüttig**

Managing Partner  
Phone: +49 6221 - 72 84 149  
Fax: +49 6221 - 72 72 680  
E-Mail: [s.luettig@mod21.de](mailto:s.luettig@mod21.de)