

CHECKLISTE

Der optimale Aufbau einer Case Study

Die Strukturierung

Die richtige Strukturierung einer Case Study bzw. eines Anwenderberichts ist essenziell. Nur durch einen logischen Aufbau kann ein Projekt Schritt für Schritt dokumentiert werden – von der Ausgangssituation über die Umsetzung bis hin zum Resultat. Folgender Aufbau kann als Grundlage dienen:

1. Zusammenfassende Einleitung
2. Vorstellung des Kunden bzw. Anwenders
3. Identifizierung und Erläuterung der Aufgabenstellung
 - 3.1. Weshalb muss eine neue Lösung gefunden werden (veränderte Strukturen, Wachstum, Einführung neuer Technologien etc.)?
 - 3.2. War vorher bereits eine andere Anwendung/Lösung bzw. ein anderes Produkt im Einsatz?
4. Lösungssuche bzw. Evaluationsphase
 - 4.1. Wie wurde nach einem Projektpartner gesucht (z. B. durch Ausschreibung)?
 - 4.2. Gab es Mitbewerber, die in die engere Auswahl kamen?
 - 4.3. Wie wurde dem Kunden die Lösung präsentiert?
 - 4.4. Nach welchen Kriterien wurde die Entscheidung getroffen?
5. Implementierungsphase
 - 5.1. Welche Voraussetzungen mussten im Vorfeld gegeben sein (technische, rechtliche etc.)?
 - 5.2. Wurden auch künftige Anforderungen berücksichtigt?
 - 5.3. Wie lief der Implementierungsprozess ab?
 - 5.4. Traten Schwierigkeiten oder Probleme bei der Realisation auf? Wie wurden diese behoben?
 - 5.5. Waren weitere Partner an der Realisation beteiligt?
 - 5.6. Gab es Zusatzleistungen, die vom Hersteller oder Dienstleister erbracht wurden?

6. Praxiseinsatz

6.1. Welche Vorteile ergeben sich in der Praxis (ökonomische, strukturelle etc.)?

6.2. Inwiefern werden die Funktionen bzw. Leistungen genutzt?

7. Blick in die Zukunft

7.1. Sind weitere Investitionen oder Projekte geplant?

7.2. Wird die Lösung auch zukünftigen Anforderungen gerecht?

8. Fazit

Die Überprüfung

Nach der Erstellung der Case Study sollten folgende Punkte noch einmal überprüft werden, um zu verifizieren, dass keine wichtigen Punkte vergessen bzw. alle Anforderungen erfüllt wurden:

- Ist der Aufbau schlüssig und sind keine logischen Brüche vorhanden?
- Sind die Argumente überzeugend?
- Wird die gewünschte Botschaft vermittelt?
- Ist der Text frei von werblichen oder wertenden bzw. suggestiven Formulierungen?
- Stehen der Kunde und die vom Unternehmen angebotene Leistung im Vordergrund?
- Sind Sprache und Inhalt auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt?
- Ist die Sprache verständlich, anschaulich und wurden auch geeignete Zitate integriert?
- Wurden Rechtschreibung und Grammatik nochmals genauestens überprüft?
- Ist passendes Bildmaterial vorhanden?
- Wurden Einverständniserklärungen von allen Beteiligten (Kunde, Hersteller, Dienstleister, Partner etc.) eingeholt?