

DNKLD SGN

branding/marketing/webdesign

Case-Study & Referenzprojekt- Checkliste

Praktische Checkliste für überzeugende Projektgeschichten



Case-Study & Referenzprojekt-Checkliste

Referenzen zeigen, was ein Unternehmen kann. Case Studies gehen einen Schritt weiter: Sie erklären Ausgangslage, Entscheidungen, Umsetzung und Ergebnis. Mit dieser Checkliste entsteht aus einem Projekt ein glaubwürdiger Vertrauensbeweis.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Projekt auswählen

- ☐ Das Projekt passt zu den Zielkunden und Leistungen, die künftig gewonnen werden sollen.
- ☐ Die Aufgabe enthält eine nachvollziehbare Herausforderung oder Entscheidung.
- ☐ Der Umfang ist groß genug für eine Geschichte, aber verständlich begrenzt.
- ☐ Projektverlauf und Ergebnis können mit ausreichend Informationen belegt werden.
- ☐ Kunde, Branche und Kontext dürfen veröffentlicht oder sinnvoll anonymisiert werden.
- ☐ Die Auswahl ergänzt bestehende Referenzen statt dieselbe Art Projekt zu wiederholen.

02 Freigabe und Material

- ☐ Veröffentlichung von Name, Logo, Bildern und Aussagen ist schriftlich geklärt.
- ☐ Ansprechpartner und gewünschter Freigabeprozess sind bekannt.
- ☐ Ausgangsmaterial, Screenshots, Fotos und Zwischenstände sind vollständig gesammelt.
- ☐ Vertrauliche Informationen, Zugangsdaten und personenbezogene Daten wurden entfernt.
- ☐ Zahlen und Ergebnisse besitzen nachvollziehbare Quellen.
- ☐ Urheber- und Nutzungsrechte externer Beiträge sind dokumentiert.

03 Ausgangslage beschreiben

- ☐ Unternehmen und Projektrahmen werden in wenigen relevanten Sätzen eingeordnet.
- ☐ Das ursprüngliche Problem wird aus Kundensicht verständlich beschrieben.
- ☐ Vorheriger Zustand und bisherige Lösungsversuche sind nachvollziehbar.
- ☐ Auswirkungen auf Geschäft, Nutzer oder Abläufe werden konkret benannt.
- ☐ Dringlichkeit und Anlass des Projekts sind klar.
- ☐ Unnötige Unternehmensgeschichte lenkt nicht von der eigentlichen Aufgabe ab.

04 Ziele und Kriterien

- ☐ Projektziele sind konkret und vom allgemeinen Wunsch nach Verbesserung getrennt.
- ☐ Erfolgskriterien wurden möglichst bereits zu Beginn definiert.
- ☐ Zielgruppen und relevante Nutzungssituationen werden benannt.
- ☐ Rahmenbedingungen wie Zeit, Budget, Technik oder Bestand sind transparent.

- ☐ Zielkonflikte und Prioritäten werden nachvollziehbar erklärt.
- ☐ Nicht versprochene Ergebnisse werden nachträglich nicht als Projektziel dargestellt.

05 Vorgehen und Entscheidungen

- ☐ Der Prozess wird in wenigen verständlichen Phasen dargestellt.
- ☐ Wichtige Analysen, Workshops oder Tests werden mit ihrem Zweck erklärt.
- ☐ Gestalterische und technische Entscheidungen werden aus den Zielen abgeleitet.
- ☐ Alternativen und bewusste Abwägungen machen die Expertise sichtbar.
- ☐ Zusammenarbeit und Beiträge des Kunden werden fair beschrieben.
- ☐ Fachbegriffe werden erklärt oder durch konkrete Beispiele ersetzt.

06 Lösung zeigen

- ☐ Die finale Lösung wird mit aussagekräftigen Bildern und verständlichen Beschreibungen vorgestellt.
- ☐ Vorher-Nachher-Vergleiche verwenden vergleichbare Ausschnitte und Bedingungen.
- ☐ Einzelne Funktionen oder Gestaltungselemente werden mit ihrem Nutzen verbunden.
- ☐ Responsive, gedruckte oder räumliche Anwendungen werden passend zum Projekt gezeigt.
- ☐ Bildunterschriften erklären, was Besucher im jeweiligen Beispiel erkennen sollen.
- ☐ Die Darstellung bleibt auch mobil übersichtlich und gut lesbar.

07 Ergebnisse und Belege

- ☐ Messbare Ergebnisse werden mit Zeitraum und Ausgangswert eingeordnet.
- ☐ Qualitative Verbesserungen werden durch Kundenstimme oder konkrete Beobachtung gestützt.
- ☐ Korrelation und direkte Ursache werden nicht unzulässig gleichgesetzt.
- ☐ Erfolge des Kunden werden nicht vollständig der eigenen Leistung zugeschrieben.
- ☐ Auch Learnings oder Grenzen können glaubwürdig benannt werden.
- ☐ Veröffentlichte Kennzahlen sind freigegeben und aktuell.

08 Veröffentlichung und Nutzung

- ☐ Titel und Einstieg machen Branche, Aufgabe und Ergebnis schnell verständlich.
- ☐ Die Case Study besitzt einen passenden nächsten Schritt oder Call-to-Action.
- ☐ Leistungs-, Branchen- und Zielgruppenseiten verlinken auf die passende Referenz.
- ☐ SEO-Titel, Überschriften, Alt-Texte und strukturierte Inhalte sind gepflegt.
- ☐ Kurzversionen für Angebote, Präsentationen und Social Media sind vorbereitet.
- ☐ Referenz und Ergebnisse werden regelmäßig auf Aktualität geprüft.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Belege überzeugen stärker als Behauptungen

Eine gute Case Study zeigt nicht nur ein schönes Ergebnis. Sie macht sichtbar, wie Entscheidungen entstanden sind, welchen Wert die Lösung geschaffen hat und warum die Zusammenarbeit relevant war.

Veröffentlichen Sie Kundenangaben, Logos, Bilder und Kennzahlen nur mit klarer Freigabe und unter Beachtung bestehender Vertraulichkeitsvereinbarungen.