

IWCI AUFTRAGSSTUDIEN · MARKT · ZUKUNFT · WIRKUNG

Evidenz schlägt Meinung.

Studien, die Entscheidungen tragen. Und in Debatten bestehen.

Marktstudien, Zukunftsstudien und Wirkungsstudien vom unabhängigen Institut. Wissenschaftlich abgesichert, unternehmerisch eingeordnet. Als vertrauliche Entscheidungsgrundlage oder als publizierbare Referenzstudie.



KUNDEN DES INSTITUTS UND SEINES GRÜNDERS, U. A.



GRÜNDER BEKANNT AUS

Handelsblatt

brand eins

impulse

marconomy



Ausgabe Oktober 2026 · www.iwci.de

Jede Studie beginnt mit einer Frage. Und endet mit einer Antwort, die trägt.

Das IWCI erstellt Studien im Auftrag von Unternehmen, Verbänden und Investoren. Nicht das Fachgebiet bestimmt die Studie, sondern die Frage, an der eine Entscheidung oder eine Debatte hängt. Daraus folgen Studientyp, Methode und die Form der Verwertung.

DREI FRAGEN, DREI STUDIENTYPEN

Was ist?

Marktstudie

Markt, Potenzial, Zielgruppen und Wettbewerb.
Gerechnet und belegt.

Was kommt?

Zukunftsstudie

Szenarien für Märkte, Technologien und Regulierung bis
2035.

Was bewirkt es?

Wirkungsstudie

Folgen für Gesundheit, Wirtschaft und Gesellschaft. In
Euro beziffert.

PRINZIP

Frage, Methode, Verwertung

VERWERTUNG

Entscheidungsgrundlage oder
Referenzstudie

LAUFZEIT

Wenige Wochen bis 6 Monate

QUALITÄT

Hochschulpartner, offene
Methodik

Vier Kapitel. Von der Frage zur Referenz.

01	Warum Auftragsstudien Ausgangslage, Positionierung, roter Faden	ab Seite 04
02	Drei Studientypen Marktstudie, Zukunftsstudie, Wirkungsstudie	ab Seite 07
03	Methode, Qualität und Ablauf Baukasten, Verwertung, Grundsätze, Formate	ab Seite 11
04	Referenzen und Institut Track Record, Cases, Themen, Team	ab Seite 17



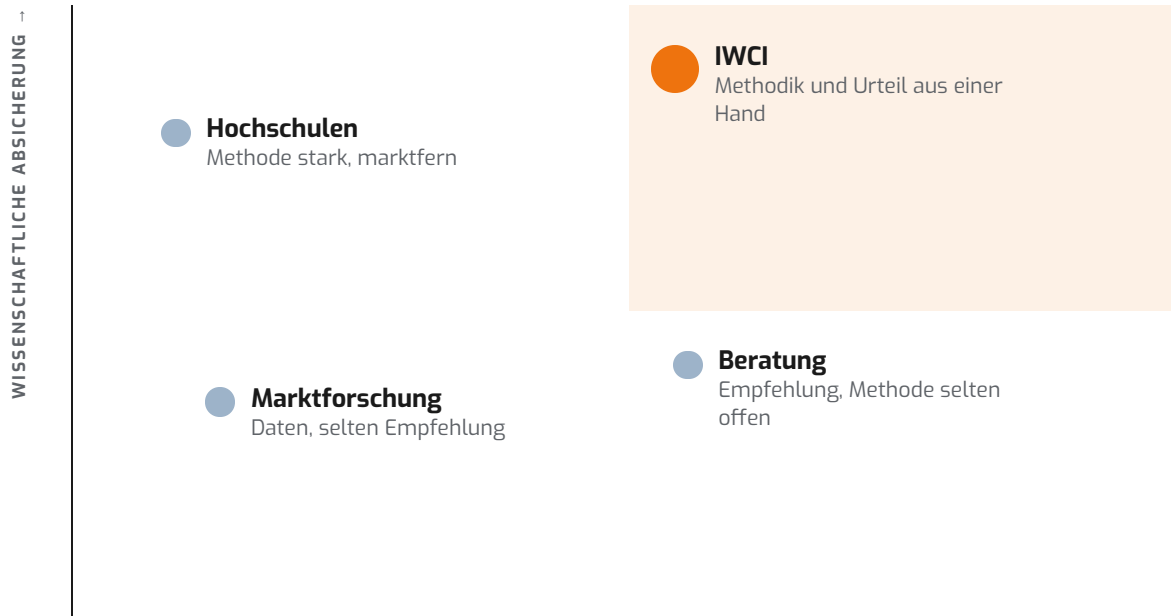
Daten gibt es genug. Belastbare Antworten selten.

Interne Analysen bestätigen meist, was intern geglaubt wird. **Eine Auftragsstudie prüft es von außen.**

Genau dort entstehen teure Fehlentscheidungen: Märkte, die kleiner sind als gedacht. Trends, die anders kommen. Argumente, denen draußen niemand glaubt.

- **Branchenreports beschreiben den Markt von gestern**
Sie sagen, wie groß ein Markt war. Nicht, was Sie darin gewinnen können.
- **Marktforschung liefert Daten, keine Antwort**
Hundert Seiten Tabellen ersetzen keine Empfehlung. Die Interpretation bleibt bei Ihnen.
- **Die Zukunft wird fortgeschrieben, nicht durchgespielt**
Lineare Prognosen übersehen Brüche durch Technologie, Regulierung und Verhalten.
- **Eigene Zahlen überzeugen draußen niemanden**
Was ein Unternehmen über sich selbst rechnet, gilt bei Politik, Kassen und Medien als befangen.

Zwischen Hochschule und Beratung. Mit dem Besten aus beiden.



UNTERNEHMERISCHES URTEIL UND UMSETZUNGSNÄHE →
 Schematische Einordnung von Anbietertypen, keine Bewertung einzelner Unternehmen.

Wie eine Hochschule

Offene Methodik, Hochschulpartner, wissenschaftliche Qualitätssicherung.

Wie ein Unternehmer

Jede Studie endet mit einer Empfehlung, die eine Entscheidung trägt.

Unabhängig

Kein Interesse an einem bestimmten Ergebnis. Die Daten entscheiden, nicht der Auftrag.

Hochschulen liefern Methode, Beratungen liefern Empfehlungen. **Das IWCI liefert beides in einer Studie.**

Ein Prinzip für jede Studie. Frage, Methode, Verwertung.

01 Ihre Frage

Was ist?

Was kommt?

Was bewirkt es?



02 Studientyp

Marktstudie

Zukunftsstudie

Wirkungsstudie



03 Methodenbaukasten

Evidenz: Daten und Literatur

Stimmen: Interviews und Befragung

Modell: Rechnung und Szenarien



04 Verwertung

Entscheidungsgrundlage

Referenzstudie

Die Frage bestimmt den Studientyp. Der Studientyp bestimmt, welche Bausteine aus dem Methodenbaukasten kombiniert werden. Die Verwertung bestimmt Tiefe der Dokumentation und Art der Qualitätssicherung. So ist jede Studie maßgeschneidert und trotzdem nach festen Regeln gebaut.

Nicht das Fachgebiet macht eine Studie belastbar. **Sondern die Methode dahinter.**

Drei Fragen. Drei Studientypen.

01

Marktstudie

Was ist der Markt, und was ist für Sie drin?

ANWENDUNGSFELDER

Markteintritt Neues Geschäftsfeld Preis und Kanal
Zielgruppen

TYPISCHES ERGEBNIS

Marktmodell mit Volumen, Segmenten und Ihrem erreichbaren Anteil

02

Zukunftsstudie

Was kommt, und was tun Sie, wenn es kommt?

ANWENDUNGSFELDER

Strategie 2035 Technologie und KI Regulierung
Zukunft einer Branche

TYPISCHES ERGEBNIS

Drei bis vier Szenarien mit Frühindikatoren und Roadmap

03

Wirkungsstudie

Was bewirkt es, und was ist es wert?

ANWENDUNGSFELDER

Gesundheitsökonomie Volkswirtschaftliche Effekte
Regulierungsfolgen Ökonomischer Fußabdruck

TYPISCHES ERGEBNIS

Effekte und Kosten in Szenarien, beziffert in Euro, QALY und DALY

Jeder Studientyp mit eigenem Methodenset. **Alle nach denselben Grundsätzen.**

Was ist der Markt?

Und was ist für Sie drin?

Typische Fragen

- Wie groß ist der adressierbare Markt, und wie wächst er?
- Welche Segmente und Zielgruppen lohnen sich, welche nicht?
- Warum kaufen Kunden, und warum kaufen Nichtkunden woanders?
- Wo stehen Sie gegen den Wettbewerb bei Preis, Leistung und Kanal?

Methoden

Marktmodell top down und bottom up

Interviews mit Kunden und Nichtkunden

Wettbewerbsanalyse

Befragung

Anwendungsfelder

Markteintritt

Neues Geschäftsfeld

Preis und Kanal

Positionierung

Marktmodell · Projekt Horizont

ILLUSTRATIV

Gesamtmarkt DACH **2,4 Mrd. €**

Adressierbarer Markt **820 Mio. €**

Erreichbar bis 2030 **95 Mio. €**

Wachstum pro Jahr nach Segment

Segment A **+4 %**

Segment B **+11 %**

Segment C **+13 %**

Top down aus Sekundärdaten, bottom up aus Kunden, Mengen und Preisen. Beide Rechnungen gegeneinander geprüft.

Was kommt?

Und was tun Sie, wenn es kommt?

Typische Fragen

- Welche Treiber prägen Ihren Markt bis 2035, welche sind Rauschen?
- Wie verschieben Technologie und KI die Wertschöpfung?
- Welche Regulierung kommt, und was macht sie mit der Nachfrage?
- Woran erkennen Sie früh, welches Szenario eintritt?

Methoden

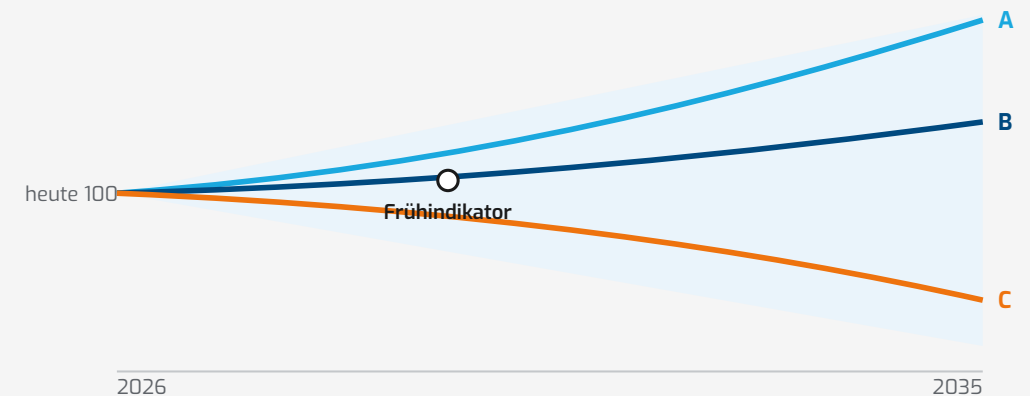
Umfeldscanning Szenariotechnik Delphibefragung Backcasting

Anwendungsfelder

Strategie 2035 Investitionen Zukunft einer Branche Verbandspositionierung

Szenariotrichter · Marktvolumen indexiert

ILLUSTRATIV



Was bewirkt es? Und was ist es wert?

Typische Fragen

- Welche Effekte sind nach aktueller Evidenz zu erwarten?
- Was kostet oder spart es Gesundheitssystem und Volkswirtschaft?
- Wie verändern sich die Effekte bei unterschiedlicher Verbreitung?
- Wie robust sind die Ergebnisse gegenüber anderen Annahmen?

Methoden

Evidenzreview Modellierung in QALY und DALY Mikrosimulation Sensitivitätsanalyse

Anwendungsfelder

Gesundheitsökonomie Volkswirtschaftliche Effekte Regulierungsfolgen
 Ökonomischer Fußabdruck

Wirkungskette · Modelllogik

METHODIK

1

Produkt oder Maßnahme

z. B. Umstieg, Prävention, Regulierung

2

Verhalten

Verbreitung in der Bevölkerung

3

Gesundheit

Krankheitslast in QALY und DALY

4

Kosten

Gesundheitssystem in Euro

5

Volkswirtschaft

Produktivität, Arbeitszeit, Wertschöpfung

Jede Stufe mit Quelle und Annahme dokumentiert. Szenarien und Sensitivitätsanalysen zeigen die Spannweite.

Ein Methodenbaukasten.

Nach der Frage zusammengesetzt.

BAUSTEIN	METHODE	MARKT	ZUKUNFT	WIRKUNG
EVIDENZ	Sekundäranalyse und Desk Research	●	●	●
EVIDENZ	Internationales Evidenzreview	○	●	●
STIMMEN	Experteninterviews, ausgewertet nach Mayring	●	●	●
STIMMEN	Interviews mit Kunden und Nichtkunden	●	○	○
STIMMEN	Quantitative Befragung	●	●	○
STIMMEN	Delphibefragung	○	●	○
MODELL	Marktmodell top down und bottom up	●	○	○
MODELL	Szenariotechnik und Backcasting	○	●	●
MODELL	Modellierung in QALY und DALY	○	○	●
MODELL	Mikrosimulation	○	●	●
MODELL	Sensitivitätsanalyse	●	●	●

Triangulation

Jede Studie kombiniert mindestens zwei der drei Bausteine Evidenz, Stimmen und Modell. Widersprüche werden aufgeklärt und ausgewiesen, nicht geglättet.

Dokumentation

Quellen, Annahmen, Leitfäden und Rechenwege liegen jeder Studie bei. Dritte können jedes Ergebnis nachvollziehen.

● regelmäßig eingesetzt ○ bei Bedarf

Entscheidungsgrundlage oder Referenzstudie. Dieselbe Methode, zwei Wirkungen.

Eigene Zahlen gelten draußen als befangen. Offene Methodik und externe Prüfung halten stand.

Wer mit einer Studie in politische Prozesse, Stakeholderdialoge oder die Öffentlichkeit gehen will, braucht mehr Tiefe und eine externe Qualitätssicherung. Die Verwertung legen wir vor dem Start fest.

ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGE · VERTRAULICH		REFERENZSTUDIE · PUBLIZIERBAR
ZIEL	Fundierte Grundlage für Strategie und Investition	Referenzstudie für Politik, Stakeholder und Öffentlichkeit
LESER	Gesellschafter, Beirat, Geschäftsführung	Politik, Kostenträger, Verbände, Medien
METHODENKAPITEL	komprimiert	ausführlich, mit Sensitivitäten und Limitationen
INTERVIEWS	zusammenfassend ausgewertet	Tiefenauswertung mit Zitaten
QUALITÄTSSICHERUNG	internes Review, Expertenvalidierung	Hochschulpartner, wissenschaftliche Qualitätssicherung
AUFBEREITUNG	Studienbericht und Ergebnistermin	publikationsreif, mit Modellgrafiken und Kurzfassung

Sechs Grundsätze. Damit eine Studie der Prüfung standhält.

01

Ergebnisoffen

Das Ergebnis steht bei Auftrag nicht fest. Aufträge mit erwartetem Ergebnis nehmen wir nicht an.

02

Methodenhoheit

Frage und Design legen wir gemeinsam fest. Auswertung und Schlüsse verantwortet das Institut.

03

Transparenz

Veröffentlichte Studien nennen Auftraggeber, Partner und Finanzierung.

04

Offene Annahmen

Quellen, Annahmen und Rechenwege sind dokumentiert und für Dritte nachvollziehbar.

05

Grenzen benannt

Jede Studie weist Limitationen und die Unsicherheit ihrer Ergebnisse aus.

06

Externe Prüfung

Referenzstudien prüft ein Hochschulpartner oder unabhängige Fachgutachter.

WIRKUNG

**CHEERS 2022 für
gesundheitsökonomische
Evaluationen**

ZUKUNFT

**Standards und Gütekriterien der
Zukunftsforschung**

BEFRAGUNG

**ISO 2052:2026 für Markt und
Sozialforschung**

INTERVIEWS

**Qualitative Inhaltsanalyse nach
Mayring**

Das IWCI orientiert sich an diesen Standards. Eine Zertifizierung besteht nicht.

Drei Formate. Fester Umfang, festes Honorar. Plus Module für die Verwertung.

BIS 4 WOCHEN

Studie light

Was muss ich wissen, bevor ich entscheide?

Eine klar umrissene Frage. Desk Research, ausgewählte Experteninterviews und eine Empfehlung.

WANN	Schnelle Entscheidung
-------------	-----------------------

ERGEBNIS	Kurzstudie und Ergebnistermin
-----------------	-------------------------------

2 BIS 3 MONATE

Studie complete

Wo liegt das Potenzial, und wie holen wir es?

Die vollständige Studie mit Primärerhebung, Modell oder Szenarien und priorisierten Empfehlungen.

WANN	Strategie, Markteintritt
-------------	--------------------------

ERGEBNIS	Studienbericht und Präsentation
-----------------	---------------------------------

3 BIS 6 MONATE

Studie Enterprise

Hält die Evidenz einer öffentlichen Prüfung stand?

Für mehrere Märkte oder als Referenzstudie. Mit Hochschulpartner, Modellierung und Sensitivitäten.

WANN	Politik, Verbände, Kassen
-------------	---------------------------

ERGEBNIS	Publizierbare Studie
-----------------	----------------------

ZUBUCHBAR

Verwertungsmodule

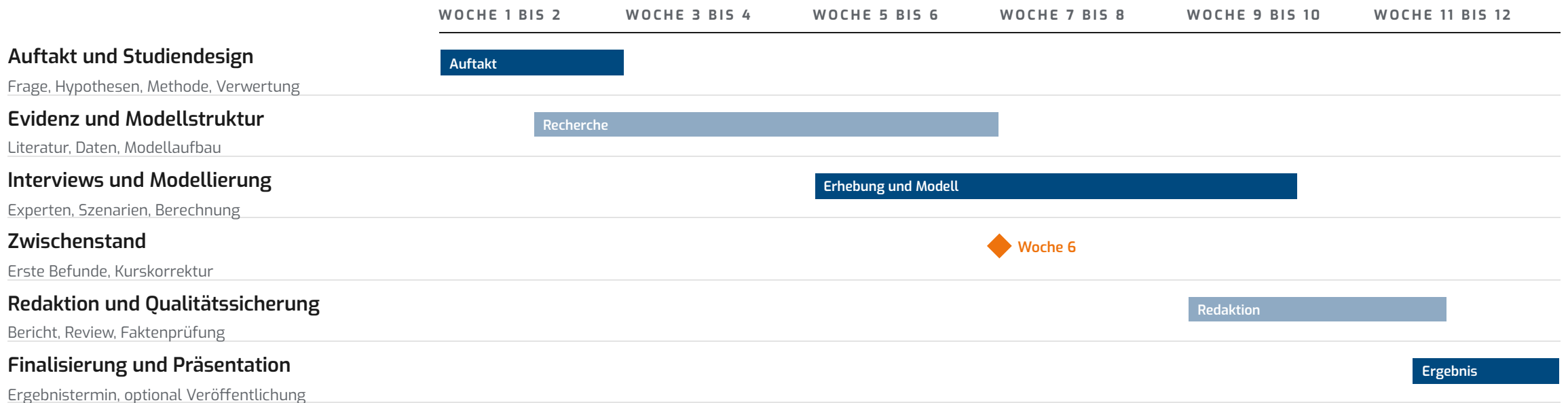
Wie bringe ich die Studie in die Debatte?

Policy Brief auf zwei Seiten, Fachvortrag zur Studienvorstellung, Workshop zu Botschaften und Stakeholdern.

WANN	Nach Fertigstellung
-------------	---------------------

ERGEBNIS	Brief, Vortrag, Workshop
-----------------	--------------------------

Von der Frage zur Studie in zwölf Wochen.



Design vor dem Start

Frage, Methode, Quellen und Verwertung stehen schriftlich fest, bevor die Erhebung beginnt.

Status alle zwei Wochen

30 Minuten mit Ihrem Projektteam. Befunde, offene Fragen, nächste Schritte.

Vertraulich per Design

Interviews unter NDA und anonymisiert. Niemand wird zitiert, der nicht zitiert werden will.

Die Antwort steht vorne. Die Belege dahinter.

Standardgliederung eines Studienberichts des IWCI

AUFBAU

1	Executive Summary	Antwort und Empfehlungen auf zwei Seiten
2	Einordnung und Zielsetzung	Anlass, Leitfrage, Abgrenzung
3	Empirische Grundlagen	Evidenz, Daten, Quellen
4	Modell und Szenarien	Quantifizierung mit Sensitivitäten
5	Expertenperspektiven	Interviews, systematisch ausgewertet
6	Ableitung und Empfehlungen	Priorisiert nach Wirkung
7	Methodik und Limitationen	Annahmen, Grenzen, offene Fragen

Lieferumfang

Studienbericht

Vollständig dokumentiert, nachvollziehbar für Dritte

Modell und Datenanhang

Mit Ihren Annahmen weiterrechenbar

Grafiken

Szenarien und Modellannahmen visuell aufbereitet

Ergebnistermin

Präsentiert und verteidigt vor Ihrem Gremium

Belege statt Behauptungen. Drei Studien, drei Wirkungen.

200.000

simulierte Lebensläufe in einer Wirkungsstudie

15 bis 75 Mrd. €

Einsparpotenzial 2026 bis 2040 in drei Szenarien

2030

Zukunftsbild Kundenservice für die Deutsche Telekom

Bestplätze

in unabhängigen Vergleichen nach einer Marktstudie

WIRKUNGSSTUDIE

Tobacco Harm Reduction

ELFBAR

Referenzstudie mit Hochschulpartner, veröffentlicht 2026.

Wirkung Grundlage für einen Policy Roundtable zu Harm Reduction.

ZUKUNFTSSTUDIE

Kundenservice 2030

Deutsche Telekom

Zukunftsbild zu KI in Audio und Video, sechs Wochen.

Wirkung Angepasste Kundenservicestrategie.

MARKTSTUDIE

Kundenbedürfnisse und Differenzierung

Finanzdienstleister, anonymisiert

Quantitative und qualitative Forschung über drei Monate.

Wirkung Neue Kommunikationsstrategie, mehr Kunden, Bestplätze in Vergleichen.

Jeder Studententyp mit einem Beleg aus der Praxis. Weitere Studien sind vertraulich und auf Anfrage im Gespräch.

200.000 Lebensläufe bis 2040.

Was ein Umstieg auf Vaping sparen kann.

AUFTRAGGEBER

HG Innovation Limited
(ELFBAR)

STUDIENTYP

Wirkungsstudie,
Gesundheitsökonomie

PARTNER

IU Internationale
Hochschule

VERWERTUNG

Referenzstudie,
veröffentlicht April 2026

FINANZIERUNG

Auftragsstudie, finanziert
durch HG Innovation
Limited

Die Frage

Welche gesundheitlichen und wirtschaftlichen Folgen hätte ein Umstieg vom Rauchen auf Vaping in Deutschland? Die Antwort sollte vor Politik, Fachwelt und Medien bestehen.

Was wir getan haben

- Evidenzreview und Benchmarks aus UK, Neuseeland und Schweden
- Mikrosimulation mit 200.000 synthetischen Lebensläufen
- Drei Umstiegsszenarien, 2026 bis 2040
- Qualitätssicherung Prof. Dr. Florian Hummel, Modellierung Dr. Bernhard Schropp

Einsparpotenzial 2026 bis 2040

MODELL

Konservativ		15 Mrd. €
Realistisch		48 Mrd. €
Optimistisch		75 Mrd. €

Direkte Versorgungskosten, drei Szenarien. Quelle: IWCI, IU Internationale Hochschule (2026), veröffentlicht auf elfbar.de

Wirkung. Im Modell sinkt die Krankheitslast bei moderatem Umstieg um 8 bis 10 %. Aus der Studie entstand ein Policy Roundtable zu Harm Reduction in Deutschland.

[Studie lesen \(PDF\) →](#) [Veröffentlichung bei ELFBAR →](#)

Kundenservice 2030.

Was KI in Audio und Video verändert.

AUFTRAGGEBER

Deutsche Telekom

STUDENTENTYP

Zukunftsstudie

LAUFZEIT

sechs Wochen

ZEITHORIZONT

2030

VERWERTUNG

Entscheidungsgrundlage

Die Frage

Wie verändert sich Kundenservice bis 2030, wenn KI Sprache und Bild versteht? Und welche Maßnahmen muss einer der größten Telekommunikationskonzerne Europas heute einleiten, um sich vom Wettbewerb abzusetzen?

Was wir getan haben

- Benchmarking gegen Branche und branchenfremde Vorreiter
- Desk Research zu Trends in Audio und Video
- Interviews zur Validierung der Kundenbedürfnisse
- Verdichtung zu einem Zukunftsbild 2030

Ergebnis. Kundenbedürfnisse, Trends, Differenzierung und eine Maßnahmenliste. Der Konzern hat seine Kundenservicestrategie darauf angepasst.

Studienarchitektur in sechs Wochen

VORGEHEN

- | | | |
|---|---|---------|
| 1 | Benchmarking
Branche und branchenfremde Vorreiter | Woche 2 |
| 2 | Desk Research
Technologische und gesellschaftliche Trends | Woche 3 |
| 3 | Interviews
Validierung der Kundenbedürfnisse | Woche 5 |
| 4 | Zukunftsbild 2030
Differenzierung und Maßnahmenliste | Woche 6 |

Linse 1 · KI in Audio

Linse 2 · KI in Video

Studieninhalte vertraulich.

Zwölf Beispiele. Ihre Frage ist die dreizehnte.

Marktstudie

Markteintritt DACH

Welches Volumen und welche Kanäle stehen offen?

Neues Geschäftsfeld

Trägt das Potenzial die Investition?

Preis und Kanal im B2B

Wo verliert ein Anbieter Marge und Kunden?

Traditionsmarke

Wie sehen Kunden und Nichtkunden die Marke heute?

Zukunftsstudie

Handel 2035

Welche Rolle bleibt dem stationären Vertrieb?

KI im Vertrieb

Welche Aufgaben verschieben sich bis 2030?

Regulierte Märkte

Wie verändern Regulierungsszenarien die Nachfrage?

Arbeitswelt 2035

Wie entwickelt sich der Fachkräftebedarf einer Branche?

Wirkungsstudie

Harm Reduction

Was spart Substitution dem Gesundheitssystem?

Prävention

Rechnet sich ein Programm für Kassen und Arbeitgeber?

Ökonomischer Fußabdruck

Welche Wertschöpfung und Beschäftigung sichert eine Branche?

Regulierungsfolgen

Was kostet ein Verbot, was bringt eine Freigabe?

Ein unabhängiges Institut. Mit Methode und Urteil.

Das IWCI, Institut für Wachstumschancen und Innovation, gibt Gesellschaftern und Geschäftsführung einen neutralen Blick auf Märkte und Unternehmen. **Klar im Urteil, gestützt auf operative Erfahrung.**

Ein Kernteam von fünf Personen, je Studie ein Netzwerk aus ehemaligen Vorständen, Geschäftsführern und Professoren, dazu akademische Partner für Methode und Qualitätssicherung. Das IWCI ist eine Gesellschaft der Dominic Multerer GmbH.

15

Jahre C Level Interim
Erfahrung

5

Kernteam plus
Expertennetzwerk

16

Städte, in denen das IWCI
gearbeitet hat

3

akademische Partner



Dominic Multerer

Geschäftsführer
Prof. h. c. (AEU, KH) · Dr. h. c. (IIC, KH)

- Mandate in Wachstum, Turnaround und Transformation
- Wirkungsstudie mit der IU Internationale Hochschule veröffentlicht
- Begründer der Klartext-Methode
- Verantwortet jede Studie persönlich

Kunden des IWCI und seines Gründers. Und akademische Partner.

AUSGEWÄHLTE KUNDEN

						
---	---	--	---	---	---	---

AKADEMISCHE PARTNER

 iu INTERNATIONALE HOCHSCHULE	 CBS INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL	 សាកលវិទ្យាល័យ អាស៊ី អឺរ៉ុប ASIA EURO UNIVERSITY 亞歐大學 វិទ្យាស្ថានអន្តរជាតិ អាស៊ី-អឺរ៉ុប
--	---	--

GRÜNDER BEKANNT AUS

Handelsblatt brand eins impulse marconomy

Viele Auftragsstudien sind vertraulich. Veröffentlichte Studien und Referenzgespräche auf Anfrage im persönlichen Gespräch.

IHR NÄCHSTER SCHRITT



Welche Frage soll Ihre Studie beantworten?

Schicken Sie uns die Frage, den Anlass und die geplante Verwertung. Innerhalb weniger Tage bekommen Sie einen Vorschlag zu Studententyp, Methode, Dauer und Honorar.

IHR KONTAKT

Dominic Multerer
Geschäftsführer, IWCI GmbH

MAIL

multerer@iwci.de
www.iwci.de

TELEFON

+49 261 963 74 69

ADRESSE

von-Kirn-Straße 11
56182 Urbar