



**8. Methodenforum der Sozialwissenschaftlichen Fakultät
„Praxis der Onlineforschung. Methodische Probleme und
Lösungsansätze“**

**„Multioptionalität in der Online-Forschung. Felduntersuchung,
Experiment und qualitative Forschung als Herausforderung an
den Tool-Anbieter.“**

Dr. Werner Hemsing (Globalpark Österreich GmbH)

1. Das Instrument Online-Befragungen



- 1 Formen der Online-Befragung
- von „Click me“ Befragungen zu Panel-Communities
- 2 Methodenexperimente

1 Das Instrument Online-Fragebogen

Ziel: Datenqualität

- ❖ Zuverlässige Aussagen über Untersuchungsgegenstand
 - Zuverlässiger Befund
 - Übertragbar auf vergleichbare Situationen

- ❖ Voraussetzung
 - Methodische Korrektheit
 - State of the art der wissenschaftlichen Forschung entsprechend
 - Messfehler vermeiden

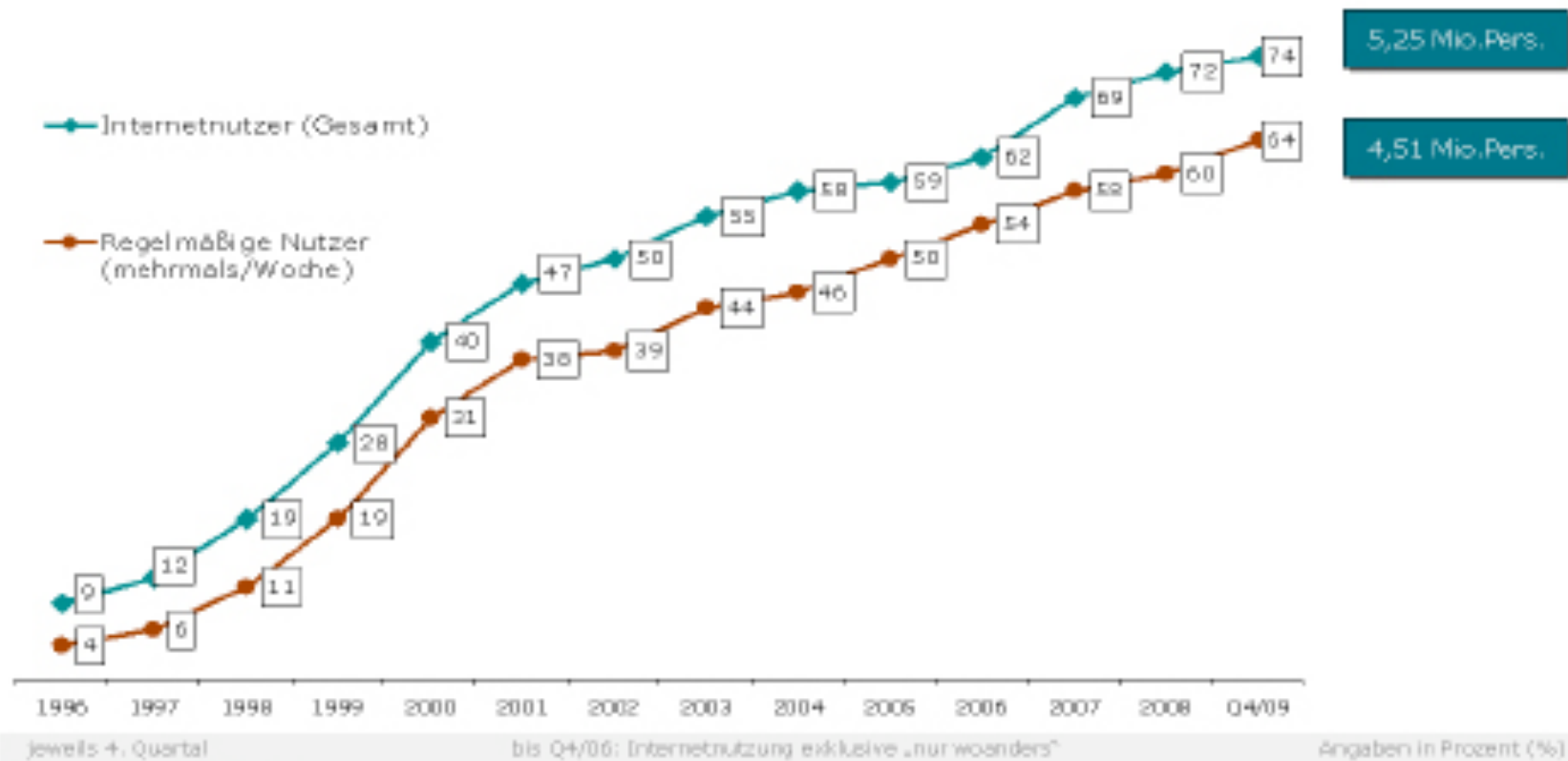
- **Coverage Error**
 - Unterschied zwischen Auswahlgesamtheit und Zielgesamtheit
- **Nonresponse Error**
 - Problem der Nicht-Teilnahme ganzer Personengruppen
 - Unit-Nonresponse / Item-Nonresponse
- **Sampling Error**
 - Fehler, der dadurch entsteht, dass durch die Zufallsauswahl nicht alle Mitglieder der Auswahlgesamtheit erfasst werden
 - Fehler lässt sich bei Zufallsauswahlen berechnen (z.B. <http://www.gfsbern.ch/online-dienste/fehlerquoten.php>)
- **Measurement Error**
 - Fehler durch Messinstrumente
 - z.B. Frageformulierung/-reihenfolge, Layout/Design, Anschreiben/Ansprache/Kommunikation
 - Reliabilität: Die Messung erfolgte korrekt
 - Validität: Es wurde das Richtige gemessen

Groves, Robert M. (1987): „Research on survey data quality“. In: *Public Opinion Quarterly* 51, 156-172

Internet-Nutzung seit 1996

Frage 16

Basis: Alle Befragten



1.2 Formen der Online-Befragung

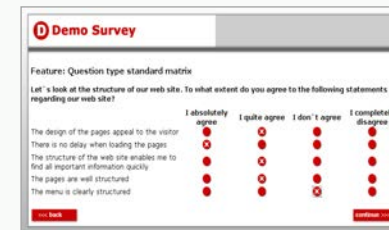
- Lassen sich unterscheiden hinsichtlich...
- **Stichprobe**
 - Anonym
 - Personalisiert
 - Panelbasiert
- **Qualitative Erhebungen**
 - Chat → Fokusgruppe
 - WWW-Board → Delphi
- **Systematische Variationen**
 - Periodisch wiederholte Befragungen (Panels)
 - Systematische Vergleiche (Benchmarks)

Formen der Online-Befragung

- Anonyme Befragungen-

Anonyme Befragung

- Z.B. Online-Befragung der User während des Besuches auf einer Website
- Einladung zur Umfrage per Layer/Pop-up-Fenster bei Eintritt oder Verlassen der Site
- Cookies verhindern Mehrfachteilnahme
- Trend: Teilautomatisierung mit Trigger
- N-te-Besucher-Verfahren



Management der Umfrage über „EFS Survey“



Anonyme Befragungen: – ClickMe - Befragungen



- Inhalt:**
- Selbstrekrutierte Befragungen aller Art
 - + Newsletter
 - + Hinweise in Foren, Chats
 - + Verlinkung

1.) Bitte geben Sie für jeden Anzeigenmarkt an, wie häufig Sie das jeweilige Angebot nutzen.

| | mindestens wöchentlich | etwa 14-tägig | etwa monatlich | seltener | nie |
|--------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Immobilienmarkt FR online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| KFZ-Markt FR online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Stellenmarkt FR online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Webfinder FR online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tipps und Trends von FR online | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Vorteile:**
- + einfache Rekrutierung
 - + jede/-r kann teilnehmen

- **Anwendungsbeispiele**
- Quick-Vote / Trendumfrage
 - Panorama - Befragung
 - Methodentests

ClickMe - Umfragen

■ Geeignet für

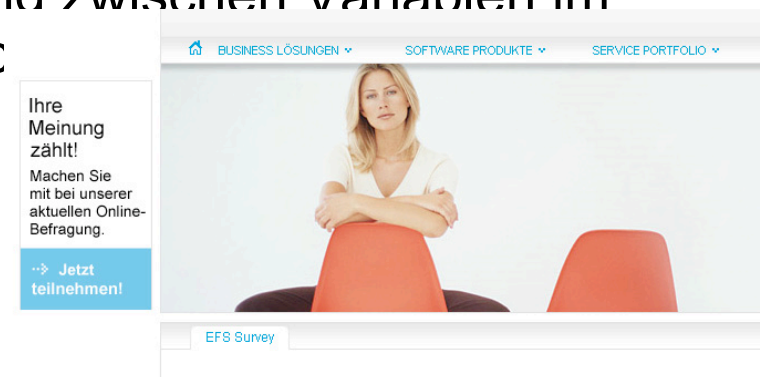
- Auffinden typischer Fälle und Instrumente-Test bei typischen Fällen
- Trend-Aussagen
- Studien, in denen der Zusammenhang zwischen Variablen im Vordergrund steht (z.B. psychologische)

■ Beispiele

- W3B - Umfrage
- Perspektive Deutschland

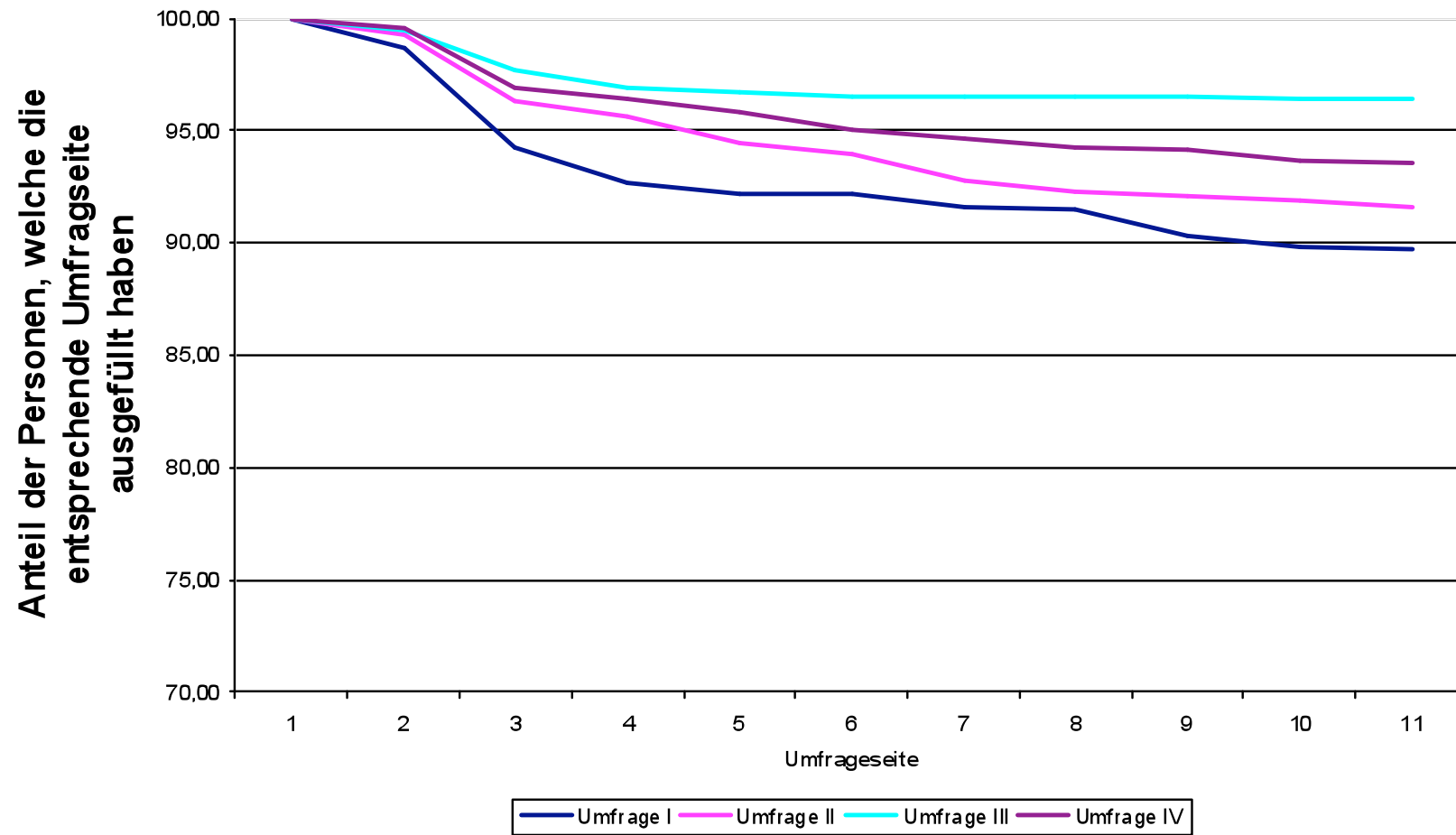
■ Herausforderungen

- Selbstselektion der Teilnehmer
- Mehrfachteilnahme von Probanden
- Keine Maßnahmen zur Erhöhung der Ausschöpfung möglich



ClickMe – Umfragen / Befunde

Abbrüche nach Befragungstyp: Click-Me



Anonyme Befragungen: – OnSite Umfragen

Inhalt

- Selbstrekrutierte Befragungen
- + n-th Intercept
- + systematisch
- + PopUp / Layer



Information und Dokumentation

Wie oft recherchieren Sie durchschnittlich in der Internet-Sphinx?

mehrmals am Tag

mehrmals in der Woche

seltener

Vorteile

- + einfache Rekrutierung
- + jede/-r kann teilnehmen

■ Anwendungsbeispiele

- Websitetest
- Monitoring
- Ad-hoc Untersuchungen

OnSite - Umfragen

■ Einsatzzweck

- Analyse der Online Nutzer einer Web-Site
- Transaktionsbezogene Fragestellungen an die Online Nutzer (z.B. nach Einkauf)
- Befragung einer themenbezogenen Stichprobe

■ Stichprobenqualität

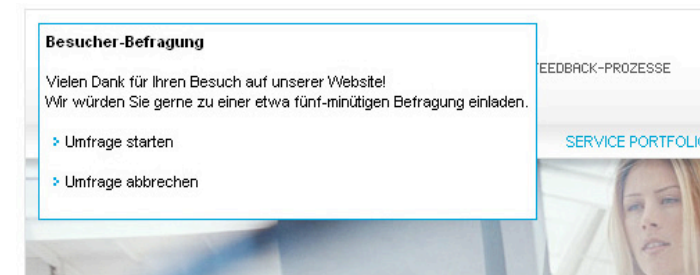
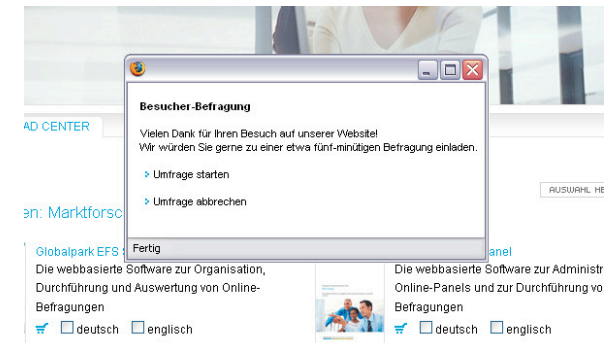
- Zufallsgesteuerte Umfrage; aktive Ansprache
- Geringe Ausschöpfungsquoten; mittlere Beendigungsquoten

■ Herausforderungen

- Einsatz von Layer-Technologie, um Popup-Blockern auszuweichen
- Aussteuern der Stichprobe über die geplante Feldzeit
- Definition der Grundgesamtheit

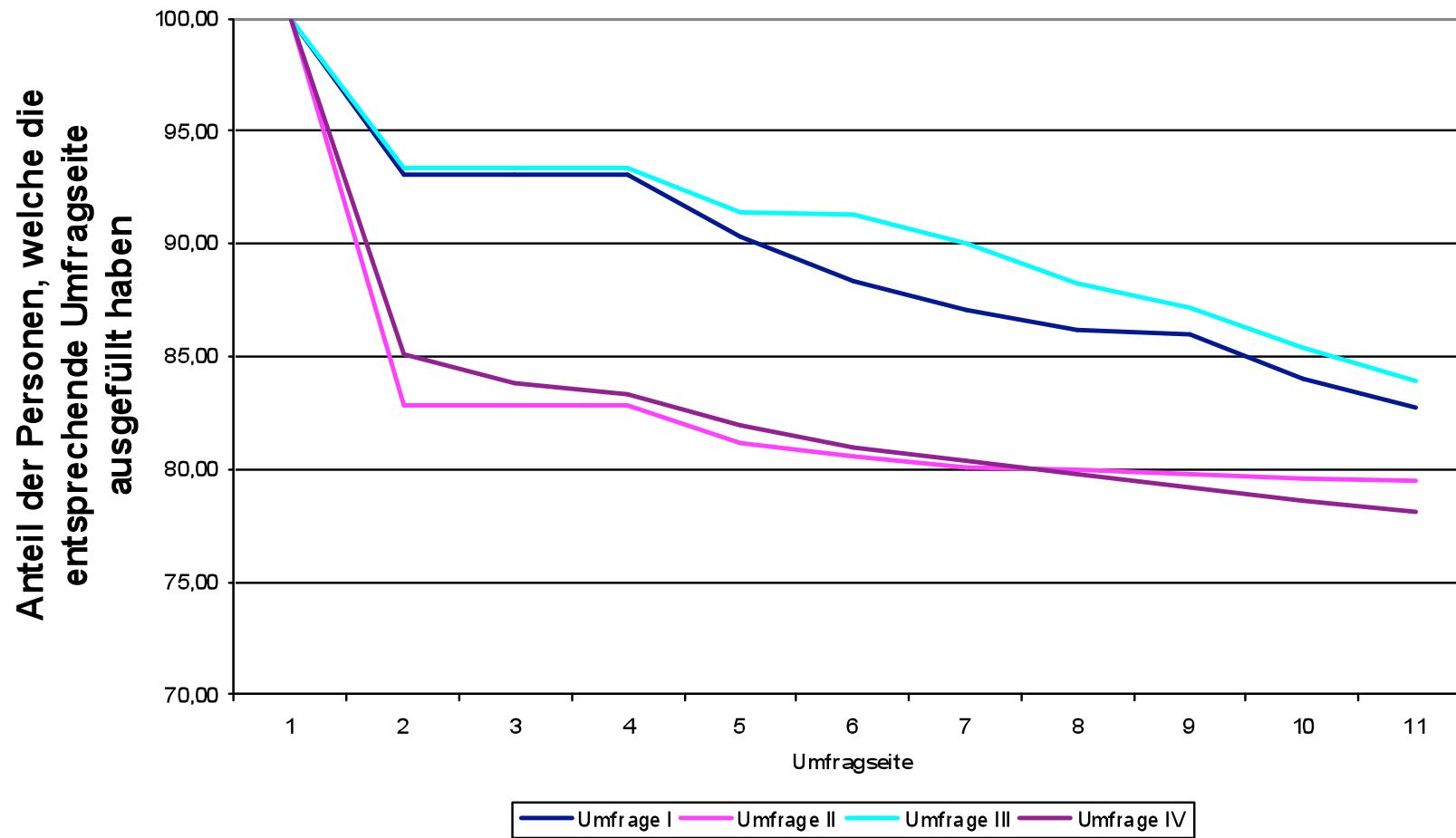
■ Beurteilung

- Ohne relevante Alternative bei Website-bezogenen Befragungen
- Optimieren durch Website-konformes Layout
- Bei häufigem Bedarf an Website-bezogenen Befragungen empfiehlt sich das Sammeln von E-Mails befragungswilliger Besucher



OnSite – Umfragen / Befunde

Abbrüche nach Befragungstyp: OnSite



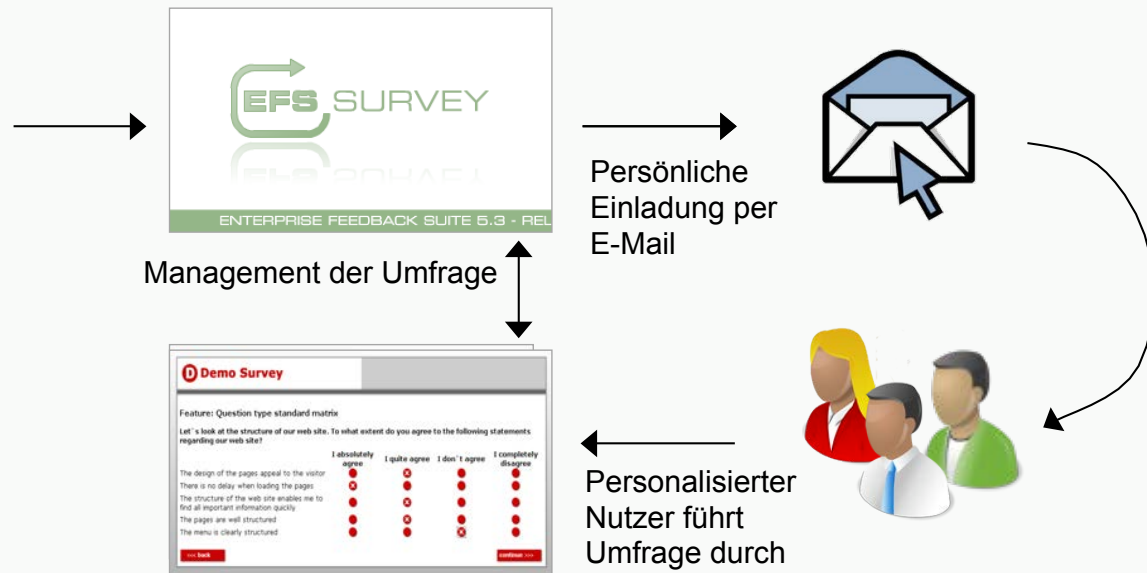
Formen der Online-Befragung - Personalisierte Befragungen-

Personalisierte Befragung

- Import von Adressdaten und Zusatzinformationen
- Automatische Generierung von individuellen Zugangscodes
- Einsatzbereich: Z.B. Kunden-, Nutzer-, Mitarbeitendebefragungen
- Höhere Rücklaufquote als bei anonymen Befragungen

| | A | B | C | D | E |
|----|----------|-----------|----------------|------------|----------------|
| 1 | Vorname | Nachname | Email | Sprachcode | Abteilungscode |
| 2 | Eugen | Wagner | eugen.wagner | 1, 2, 4 | 111117 |
| 3 | Jadir | Nahues | jadir.nahues | 2, 4 | 111111 |
| 4 | Luiz | Kolberg | luiz.kolberg | 2, 4 | 111120 |
| 5 | Andre | Vergilio | andre.vergilio | 2, 4 | 111113 |
| 6 | Mauricio | Hessel | mauricio.hes | 4 | 111110 |
| 7 | Nelson | Ventura | nelson.ventura | 4 | 111118 |
| 8 | Anderson | Padilha | anderson.pai | 4 | 111110 |
| 9 | Leomar | Ahves | leomar.ahves | 4 | 111120 |
| 10 | Sueli | Vaz | sueli.vaz@cc | 4 | 111120 |
| 11 | Luiz | Nazarkio | luiz.nazarkio | 4 | 111120 |
| 12 | Fernando | Santes | fernando.san | 4 | 111120 |
| 13 | Carlos | Horyika | carlos.horyik | 2, 4 | 111115 |
| 14 | Heulde | Greimer | heulde.greime | 1, 2, 4, 5 | 111111 |
| 15 | Eliete | Silva | eliete.silva@ | 4 | 111111 |
| 16 | Eliane | Magalhães | eliane.magal | 4 | 111114 |

Nutzerdaten werden importiert



Demo Survey

Features: Question type standard matrix

Let's look at the structure of our web site. To what extent do you agree to the following statements regarding our web site?

| | I absolutely agree | I quite agree | I don't agree | I completely disagree |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| The design of the pages appeal to the visitor | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| There is no delay when loading the pages | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| The structure of the web site enables me to find all important information quickly | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| The pages are well structured | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| The menu is clearly structured | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Personalisierte Befragungen

Inhalt:

Einmalige personalisierte Befragungen aller Art

Vorteile:

- + einzelne Umfragen unter speziellen Zielgruppen
- + Mitglieder der Stichprobe sind vorab bekannt

Anwendungsbeispiele:

- + Kundenzufriedenheitsanalyse
- + Mitarbeiterbefragung

LESERFEEDBACK

Welches Titelbild gefällt Ihnen persönlich am besten?





tamedia:
Zeitschriften
Planer-Wettbewerb

Schweizer Familie
Ausgabe 42/06 vom 19. Oktober 2006

Wie heisst die Ehefrau des Schauspielers Hans Heinz Moser?

Trudi
 Anja
 Nicole
 Eva

Seit wievielen Jahren erkundet der Schweizer Fotograf Thomas Marant den Regenwald?

10
 12
 16
 14

Wie nennt man Bollywoodfilm-Begeisterte, die Benefizveranstaltungen unter dem Motto Bollywood organisieren?

Bollywooders
 bollywoodies
 bollylovers
 bollyphonics

[Weiter](#)

Personalisierte - Umfragen

■ Merkmale

- Mitglieder der Stichprobe sind vor Feldstart bekannt
- Je Mitglied der Stichprobe ist nur eine Teilnahme möglich
- Zur Befragung wird eingeladen (per E-Mail, postalisch, mündlich)

■ Stichprobenqualität

- Vollerhebung oder Zufallsauswahl
- Bei genügend hoher Ausschöpfung sind Ergebnisse verallgemeinerbar

■ Herausforderungen

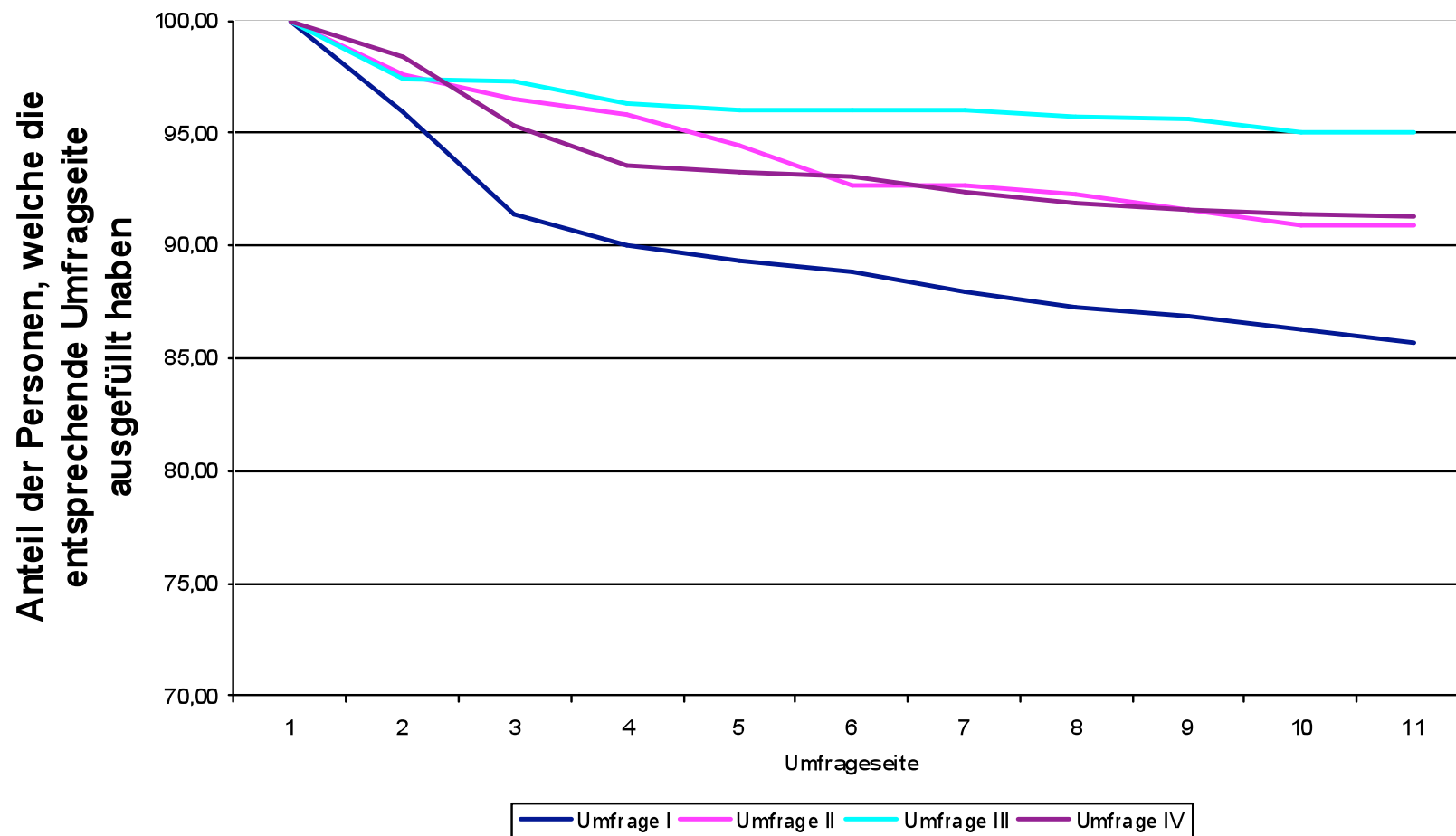
- Non-Response darf nicht zu Verzerrungen in der Zusammensetzung der Stichprobe führen
- Glaubwürdige Gesamtkommunikation (Anschreiben, Anonymitätszusage, Ergebnisrückmeldung)

■ Beurteilung

- E-Mail-Einladung, Ausfüllen per Web ist der Königsweg bei Vorliegen von E-Mail-Adressen
- Maßnahmen zur Erhöhung des Rücklaufs können ergriffen werden (Total Design Method)

Personalisierte – Umfragen / Befund

Abbrüche nach Befragungstyp: Mitarbeiter-Befragungen



Rücklaufquoten

| Von Globalpark durchgeführte MAB (Beispiele): | | | |
|--|---|------------------------|-----------------|
| Branche | Teilnehmer | Anzahl Befragte | Rücklauf |
| Bankwesen | Dienstleister / Bürobeschäftigte | > 2.000 | 78,1 % |
| | | 250 | 81,1 % |
| Industrie | Dienstleister / Bürobeschäftigte, Fertigungsbereich | > 3.000 | 69,4 % |

Personalisierte Umfragen: -Panel- Befragungen



Inhalt:

Befragungen aller Art unter
aktiven Panelisten

Vorteile:

- + Stammdaten =
Grundlage für
Stichprobenziehung
- + hohe
Teilnahmebereitschaft
- + enorme Rücklauf-Quoten
in kürzester Zeit
- + Möglichkeit für Längs-
schnitt-Untersuchungen



Anwendungsbeispiele:

- + Designbewertungen
- + Produkt-Feedback
- + Imageforschung
- + Trendforschung

Panel

■ **Definition**

- Wiederholte Befragung derselben Personenmenge zum selben Gegenstand: Bei weitgehend identischer Stichprobe v. Einzelpersonen/Haushalten/ Unternehmen werden in regelmäßigen Abständen zum gleichen Untersuchungsgegenstand Daten erhoben

■ **Access Panel**

- Sammlung befragungsbereiter Personen
- Sonderform: Online Access Panel (= Sammlung befragungsbereite Internetnutzende)

■ **Panelarten**

- Handelspanel – Verbraucherpanel – Haushaltspanel - Individualpanel

■ **Zweck**

- Kontinuierliche Datenerhebung; Beobachtung und Analyse von Wandel

■ **Problembereiche**

- Panelmüdigkeit, Panelsterblichkeit, Panelaustritte
- Paneleffekte (Sokrates Effekt; Hawthorne–Effekt; Bewussteres Verhalten)
- Coverage/Abdeckung

■ Definition

- Pool registrierter Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online–Untersuchungen zu verschiedenen Themen teilzunehmen

■ Erscheinungsformen

- Feedback-Club; Sammlung von Personen explizit zu Befragungszwecken
- Adress-Listen, Zweitverwertung von anderweitig gesammelten Adressen (GMX, eCircle)

■ Vorteile

- Profildaten der Panelisten sind bekannt
- Verweigerungs- und Abbruchquote ist genau zu ermitteln
- Möglichkeit zum Screening spezieller Zielgruppen
- Erreichbarkeit aller relevanten Nutzenden-Gruppen
- Nur die wirklich notwendigen Items müssen im Fragebogen berücksichtigt werden

■ Problembereiche

- Große Qualitätsunterschiede zwischen Panels
- Erfasste Merkmale der Panel-Teilnehmenden häufig nicht ausreichend
- Cheater, Profi-Antwörter, Screening-erfahrene Personen

Online Access Panel - Beurteilung

■ **Gut geeignet, wenn**

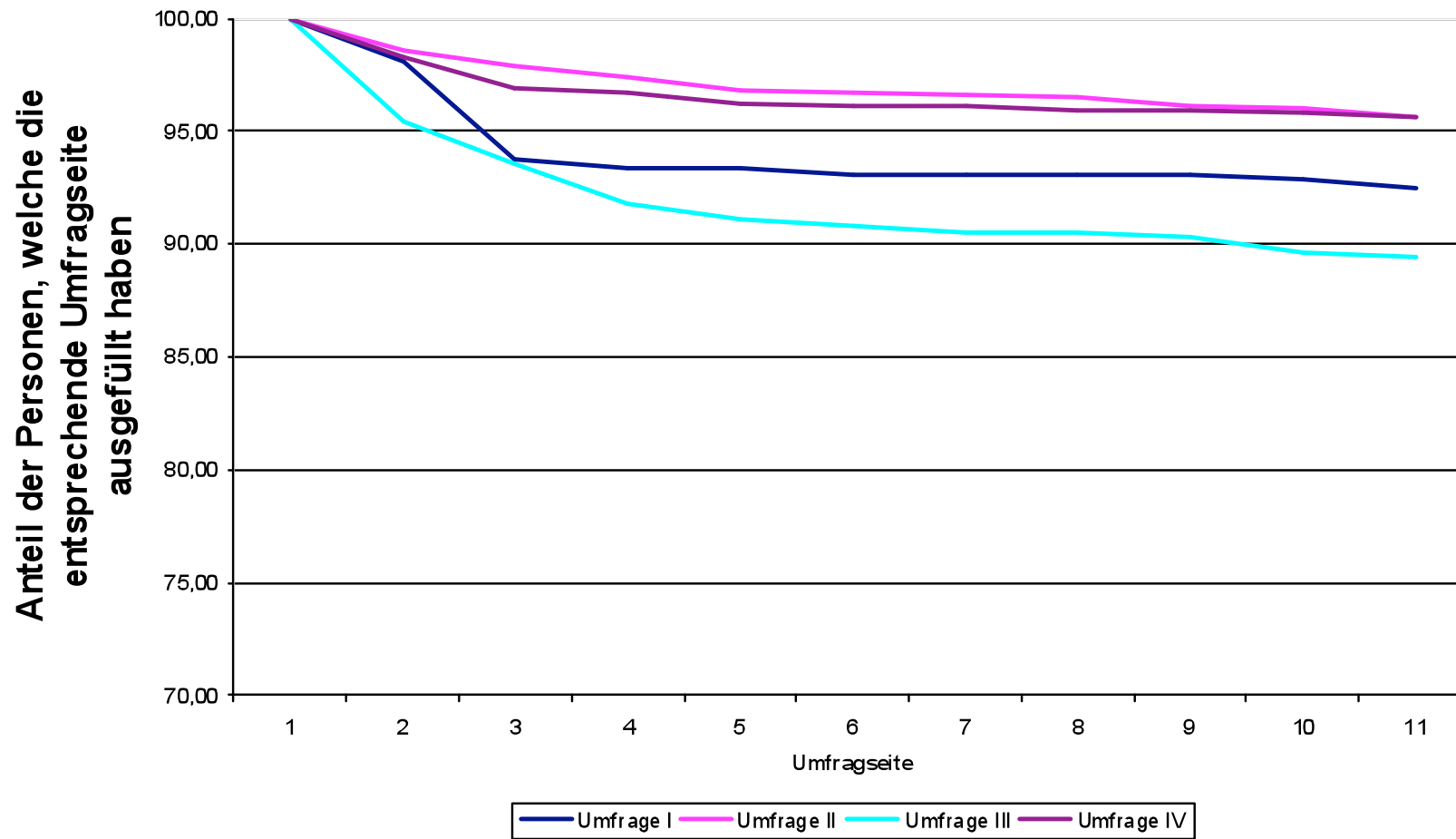
- Access Panel gut konstruiert und sorgfältig gepflegt
- Panel ausreichend groß
- Kontinuierliche Neurekrutierung

■ **Rückläufe als Indikator**

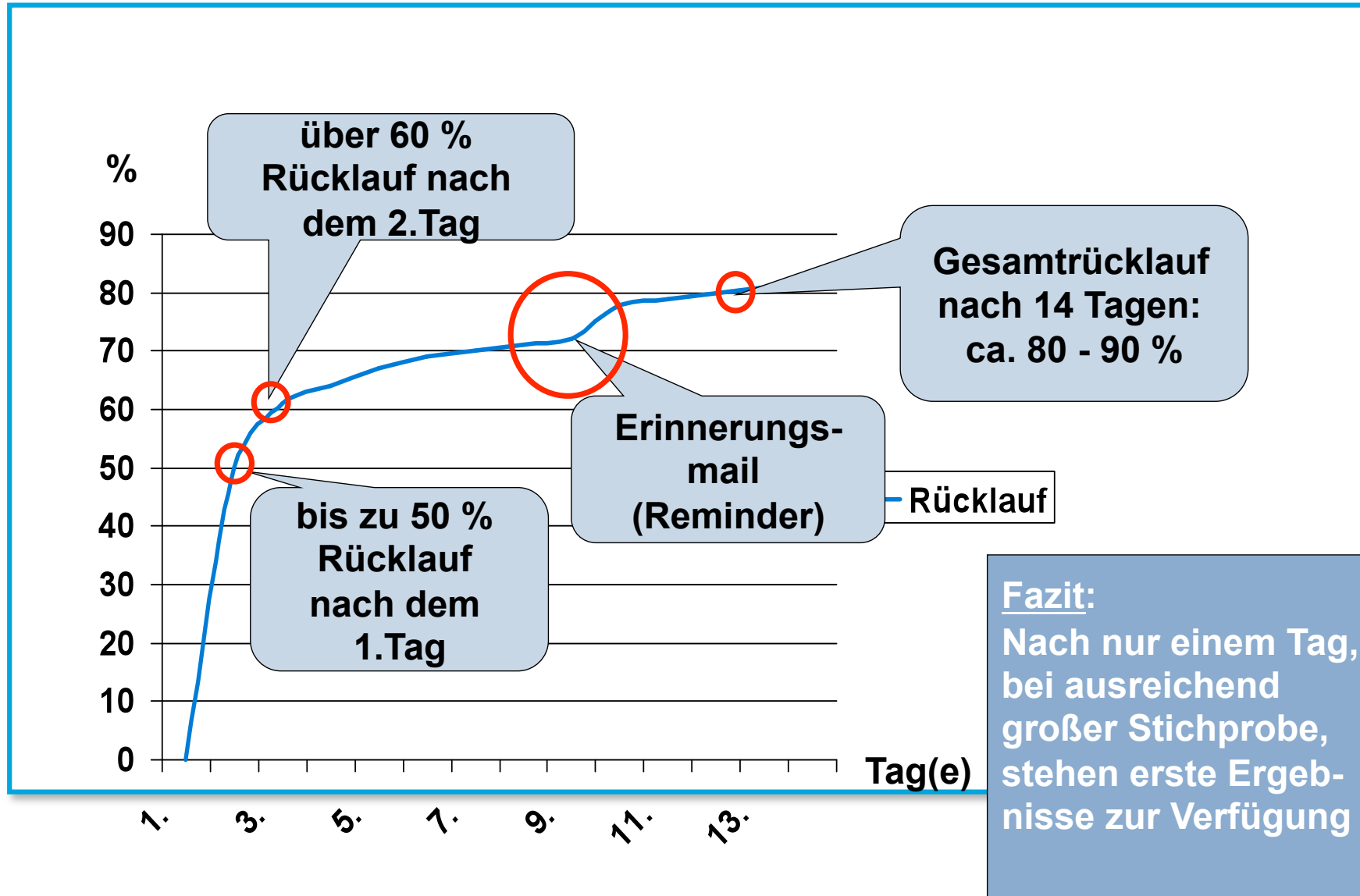
- Gutes Panel 40-60%
- Stichprobenlieferanten 15-25%
- Adress-Bestand Direktmarketing 5-15%

Online Access Panel - Befunde

Abbrüche nach Befragungstyp: Panel-Befragungen



Rücklaufquote - exemplarischer Verlauf (Durchschnittswerte)

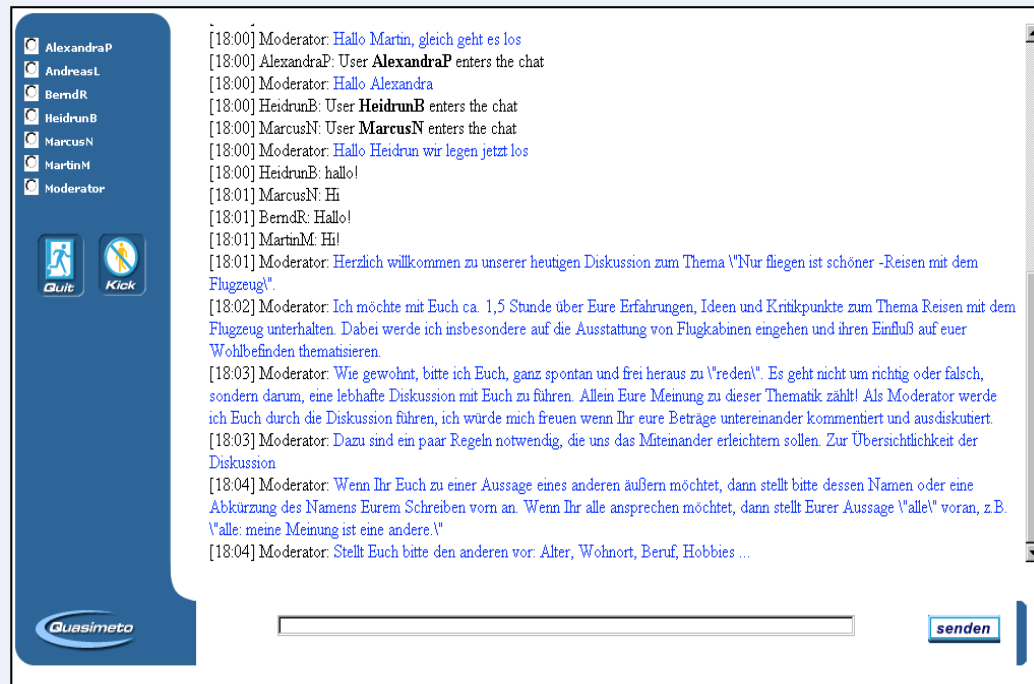


Chat / Fokusgruppen Online

Inhalt:
synchrone Online-FG

Vorteile:

- + moderierte Diskussion im Chatroom
- + alle benutzen zur gleichen Zeit den PC
- + vielfältige Meinungen
- + spontane Antworten
- + Gruppendiskussions-Effekt
- + erhöhte Geschwindigkeit



Anwendungsbeispiele

- + qualitativer Informationsbedarf
- + kontroverse Themengebiete

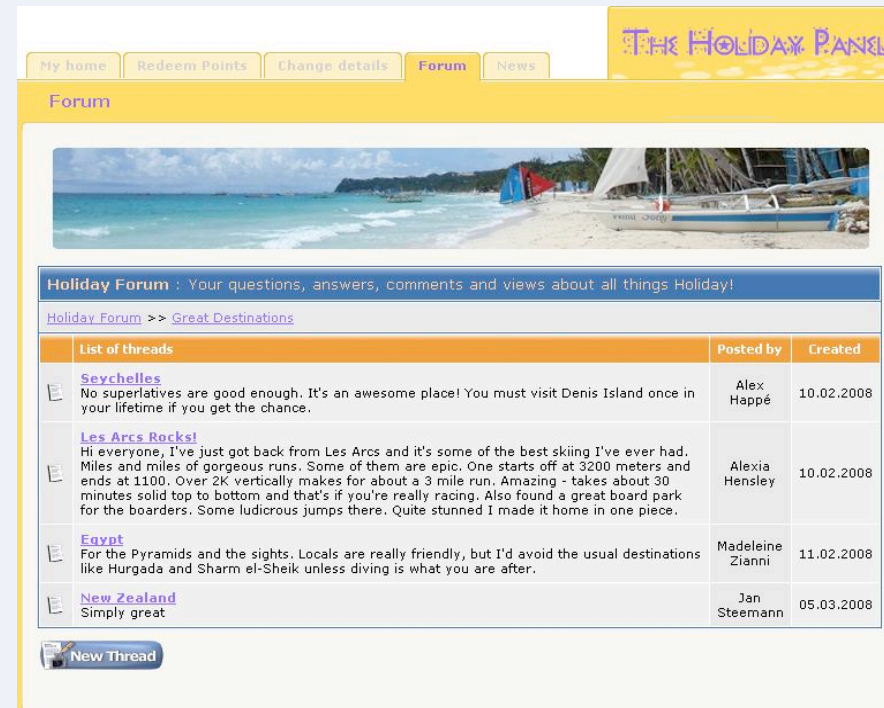
Bulletin Board / Delphi

Inhalt:

asynchrone Online-Fokusgruppe

Vorteile:

- + Antworten zu verschiedenen Themenkomplexen (auch parallel möglich)
- + zeitliche Unabhängigkeit der Teilnehmenden
- + „geordnetere“ Diskussion



Holiday Forum : Your questions, answers, comments and views about all things Holiday!

[Holiday Forum](#) >> [Great Destinations](#)

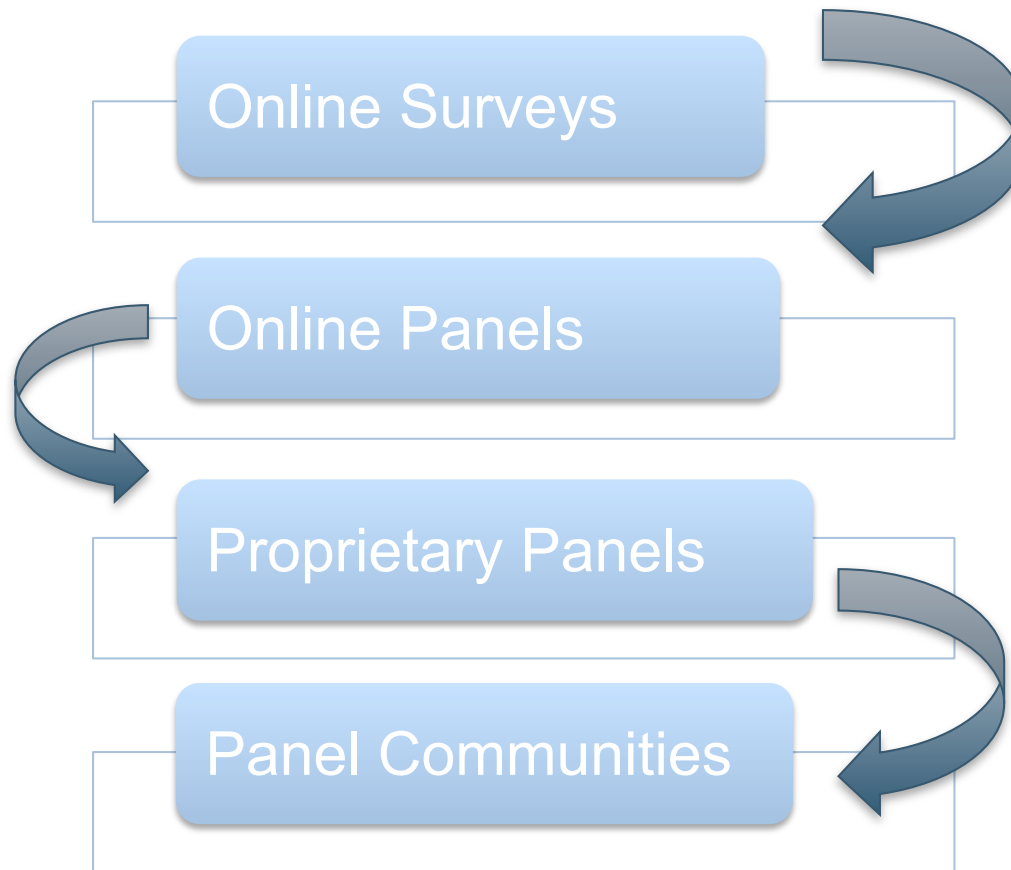
| List of threads | Posted by | Created |
|--|------------------|------------|
| <p>Seychelles No superlatives are good enough. It's an awesome place! You must visit Denis Island once in your lifetime if you get the chance.</p> | Alex Happé | 10.02.2008 |
| <p>Les Arcs Rocks! Hi everyone, I've just got back from Les Arcs and it's some of the best skiing I've ever had. Miles and miles of gorgeous runs. Some of them are epic. One starts off at 3200 meters and ends at 1100. Over 2K vertically makes for about a 3 mile run. Amazing - takes about 30 minutes solid top to bottom and that's if you're really racing. Also found a great board park for the boarders. Some ludicrous jumps there. Quite stunned I made it home in one piece.</p> | Alexia Hensley | 10.02.2008 |
| <p>Egypt For the Pyramids and the sights. Locals are really friendly, but I'd avoid the usual destinations like Hurgada and Sharm el-Sheik unless diving is what you are after.</p> | Madeleine Zianni | 11.02.2008 |
| <p>New Zealand Simply great</p> | Jan Steemann | 05.03.2008 |

[New Thread](#)

Anwendungsbeispiele:

- + Bedarf an detaillierten Informationen
- + umfangreiche Diskussionsthemen

Panel Community // Entwicklung





bigSky
THE LIFE ORIGINATOR

COMMUNITY
NEWS
ME
BAZAAR

TOM'S BLOG

You have the ultimate say.

Before a new item shows up on our shelves, expert members of thispanel community are invited to put our products to the final test. Different products require different testing, so we're looking for all kinds. Participate in our activities so we get to know you, and don't be surprised if you're invited to be part of the hands-on test squad.

LATEST NEWS

17.02.2010 // JOANA RICE

New TEST SQUAD project

We are a partner of TrekFrontier hiking navigation devices, the GPS system that knows 95% of all hiking trails worldwide. But as we all know, nothing is ever perfect. The biggest area of improvement regarding the high precision instruments of TrekFrontier is their usability. ...

[MORE NEWS](#)

MY ACTIVITIES

Hiking Survey

2,500
POINTS

The bigSky Test Squad!

Tom wants YOU testing:
Hiking Navigation Devices

10,000
POINTS

PROFILE

Welcome
Sarah Meller

| | |
|------------|-------|
| Inbox | 3 |
| Requests | 1 |
| Posts | 7 |
| Activities | 2 |
| Points | 2.750 |

[Profile settings](#)

LATEST COMMENTS:

23.2.2010 // MESSNER
Scratch-resistant sapphire-glass

23.2.2010 // LEH_LADAKH
Re: Display readable in bright ...

23.2.2010 // SARAH
Display readable in bright sunlight?

[MORE COMMENTS...](#)

twitter #BIGSKY

Neo13 RT #bigsky donates 100.000 USD to doctors without borders – wow. // 5 MIN AGO FROM WEB

Radui shoutout to #bigsky for keepin me warm this morning #blizzard // 9 MIN AGO FROM EGHOFON

Tsuno #bigsky opens flagship store in Berlin this summer! // 12 MIN AGO FROM TWITTERFEED

[MORE TWEETS](#)

Home
Profile
News
Community
Bazaar
Help
Feedback
Privacy
Terms
Contact
RSS
Twitter
Facebook
LinkedIn
Google+
YouTube
Instagram
Pinterest
Dribbble
SoundCloud
Vimeo
Flickr
Tumblr
Medium
DeviantArt
Behance
Dribbble
SoundCloud
Vimeo
Flickr
Tumblr
Medium
DeviantArt
Behance

COPYRIGHT © 2010 GLOBALPARK // ABOUT US // CONTACT US // PRIVACY POLICY // SUBSCRIBE

bigSky
THE LIFE OUTSIDE

COMMUNITY NEWS ME BAZAAR

MY PROFILE : MY ACTIVITIES : MY POINTS

MY PROFILE SHARE? PICTURE

FIRST NAME*
Sarah

LAST NAME*
Meller

NICK NAME*
Sarah

GENDER*
 FEMALE MALE

OUTDOOR EXPERIENCE LEVEL (BOOTS, BAREFOOT, BIGFOOT)
Barefoot

STREET *
Lincoln Avenue 14

ZIP*
14602

STATE*
Rochester, New York

COUNTRY*
USA

EMAIL*
sara.meller@gmail.com

PASSWORD*

FACEBOOK ACCOUNT
sara.meller

TWITTER ACCOUNT
sara_meller

MY SPACE

FAVORITE OUTDOOR ACTIVITY
Trekking

FAVORITE DESTINATION
Ladakh, India

NEXT DESTINATION
Appalachian Trail, USA

TRIP STARTS
June 2010

Select a file
NO FILE SELECTED
#180 X 200 PX

PROFILE

Welcome
Sarah Meller

| | |
|------------|-------|
| Inbox | 3 |
| Requests | 1 |
| Posts | 7 |
| Activities | 2 |
| Points | 2,750 |

LATEST COMMENTS:

23.2.2010 # MESSNER
Scratch-resistant sapphire-glass

23.2.2010 # LEH_LADAKH
Re: Display readable in bright ...

23.2.2010 # SARAH
Display readable in bright sunlight?

twitter #BIGSKY

Neo13 RT #bigsky donates 100,000 USD to doctors without borders – wow // 5 MIN AGO FROM WEB

Radul shoutout to #bigsky for keepin me warm this morning #blizzard // 9 MIN AGO FROM ECHOFON

Tsuno #bigsky opens flagship store in Berlin this summer! // 12 MIN AGO FROM TWITTERFEED

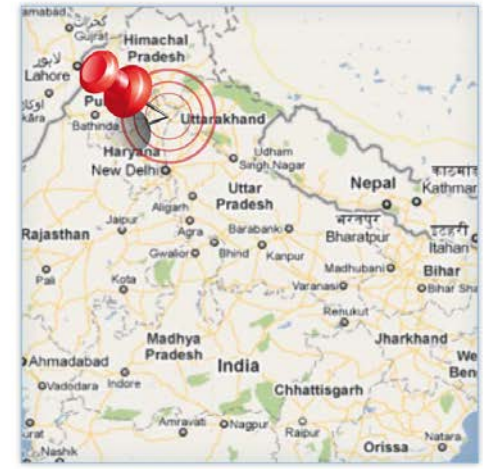
COPYRIGHT © 2010 GLOBALPARK // ABOUT US // CONTACT US // PRIVACY POLICY // SUBSCRIBE





What is your next travel destination?
Zoom and pinpoint it.

40%





Next

ESR SURVEY


ESR

Hiking Survey



You said you will go hiking.
How many hours do you plan to hike per day in average?


90%



1h 2h 3h 4h 5h 6h 7h 8h+

Next

EP SURVEY



bigSky
THE LIFE OUTSIDE

COMMUNITY NEWS ME BAZAAR

MEMBER SEARCH : FEATURED BLOGS : **FORUM** : CHAT

FORUM # TEST SQUAD

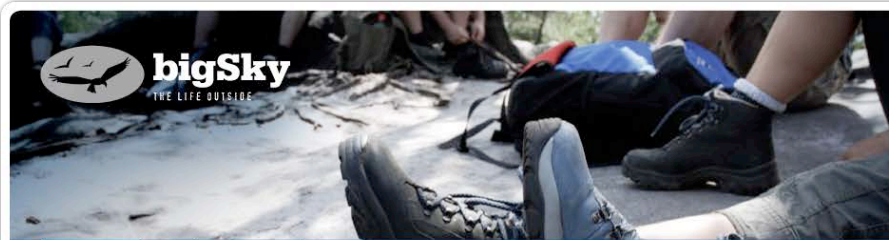
Hiking Navigation Device TrekFrontier

| TOPIC | AUTOR | LAST COMMENT | COMMENTS |
|---|--------------------------------|-----------------------------|------------|
| NEW The TrekFrontier interface: Your impressions | Mike [Mod] 20.2.2010, 10:13 | Messner 23.2.2010, 01:45 | 93 |
| CREATIVE: What does the ideal user interface look like? | Mike [Mod] 08.2.2010, 14:13 | Sarah 19.2.2010, 23:22 | 243 |
| Where would you like to test TrekFrontier? | Mike [Mod] 05.2.2010, 08:45 | Thomas 15.2.2010, 01:45 | 142 |
| Maps vs. GPS Navigation | Mike [Mod] 02.2.2010, 08:00 | Til 22.2.2010, 22:03 | 504 |
| README: We don't see praise. We seek criticism. | Mike [Mod] 01.2.2010, 14:00 | Sarah 6.2.2010, 09:56 | 38 |

1 2 3 ... 12

© 2010 GLOBALPARK // ABOUT US // CONTACT US // PRIVACY POLICY // SUBSCRIBE





COMMUNITY NEWS ME BAZAAR

MEMBER SEARCH : FEATURED BLOGS : FORUM : CHAT



08.03.2010 # IAN, BIGSKY TEST ENGINEER ★★★★★ Rain gear: Torture test in volcanic Japan. Typhoon warning!

12 COMMENTS
PRODUCT REPORT: Nano Breaker, Nano Trouser, AlpineX Boots, P5 Socks. Otherwise: nada (not kidding).
ACTIVITY: 8 hrs of hiking, roundtrip, Aso-San, Kyushu, Japan. Height above sea level: 4530 ft. average temperature: 12°C. Wind speed: definitely stormy. Did I mention that it's pouring with rain?

Yeah, don't ask. I am sitting in my little shelter hut inmidst of the volcanic wasteland of Aso-san in Japan. Strangely enough my mobile internet connection still has two from five bars – but then again, what else would you expect in Japan?

In five minutes I'll start the product test which I most probably will regret until the end of my life. As always, things like this start with a drink to much, a silly idea, a bet and a lost armwrestle against some random guy at the bar who turns out to be the Japanese version of a Navy Seal. I won't go into detail cause I don't want to bore you with the humiliating details.

Okay, two minutes left. All you need to imagine how I feel now is up there in the Management Summary paragraph. The rain is drumming on the roof, calling me outside. Man. The next 8 hours are gonna be cold.

One last thing. If I don't post anything within the next 10 hours, call an S&R team

YOUR RATING: ★★★★★ SUBSCRIBE: [x] EMAIL [x] RSS [x] REPORT: REPORT AN ABUSE [x]

TAGS: PRODUCT, TEST, NANO, IAN, JAPAN, VULKAN, TAIFUN, WETTE, ALPINEX, P5, ASO-SAN

COMMENTS: WRITE A COMMENT

- 01 // 08.03.2010 # 12:13:14 **Thomas**
Just want to timestamp your blog entry. Guys, if Ian doesn't write something until 20.15 today, let's call in the cavalry. Anybody got the number?
- 02 // 08.03.2010 # 13:12:15 **Sarah**
Sounds like a badass adventure there... and you weren't even allowed to take a TrekFrontier GPS with you? Could have hidden it in your underpants...
- 01 // 08.03.2010 # 13:17:34 **Arthur**
@Sarah: Ian doesn't wear underpants, if I got it right... this poor fella has to hike around in Nano rain gear on naked skin. Not too comfortable.

PROFILE



Welcome Sarah Meller
Finished surveys 2
Points 2.750

Profile settings

LATEST TOPICS:

The TrekFrontier interface: Your impressions

CREATIVE: What does the ideal user interface look like?

Where would you like to test TrekFrontier

Maps vs. GPS Navigation

MORE TOPICS...

twitter #BIGSKY

Neo13 RT #bigsky donates 100.000 USD to doctors without borders – wow. # 5 MIN AGO FROM WEB

Radui shoutout to #bigsky for keepin me warm this morning #blizzard # 9 MIN AGO FROMECHOFFON

Tauno #bigsky opens flagship store in Berlin this summer! # 12 MIN AGO FROM TWITTERFEED

MORE TWEETS



Panel : Versicherung



Zurich Schweiz Online-Umfrage

Deutsch Français

Home Registrierung Teilnahmebedingungen Wettbewerb

Zurich Online-Umfrage
[» hier registrieren](#)

Ihre Meinung zählt.

Ihre Meinung zählt

Gehören Sie zum ausgewählten Kundenkreis, welcher vorab unsere neusten Kampagnen, Produkte und Dienstleistungen sieht und bewertet. Ihre Anregungen und Bedürfnisse sind uns wichtig.
Freuen Sie sich auf spannende und abwechslungsreiche Befragungen. Werden Sie jetzt Mitglied - Ihre Meinung zählt.
[» mehr](#)

Registrieren und gewinnen!

Jetzt registrieren und automatisch an der Verlosung von einem von insgesamt drei Coop-Gutscheinen im Wert von je CHF 500 teilnehmen. [» mehr](#)

Wertvolle Bonuspunkte sammeln

Sammeln Sie bei jeder Online-Befragung wertvolle Bonuspunkte, welche Sie bei www.books.ch einlösen können. [» mehr](#)

Login Online-Umfrage

E-Mail

Passwort

[Anmelden](#)

[» Passwort vergessen?](#)
Jetzt registrieren [» mehr](#)

FAQ

Hier erhalten Sie Antworten auf Ihre Fragen.
[» mehr](#)

Jetzt registrieren

Hier registrieren und gewinnen.
[» mehr](#)

Wettbewerb

Jetzt registrieren und Gewinn-Chance auf CHF 500 nutzen!
[» mehr](#)

Aufbau von Forschungspanels: z.B. Studierenden-Panel



medixcare INTERVIEW + EXPLORATION

E-Mail:
Passwort:
Eintreten
[Passwort vergessen?](#)

[Home](#) [Registrierung](#) [So geht es](#)

>> [Home](#)

So geht es

medixcare ist das Onlinemarktforschungs-Panel von INTERVIEW+EXPLORATION, dem ausschließlich Ärzte angehören. Die Mitglieder des medixcare Panels werden per E-Mail zu Onlinebefragungen eingeladen. Dabei werden sie über die ungefähre Dauer der Befragung, den Befragungszeitraum und die Aufwandsentschädigung informiert. Die Teilnahme am medixcare-Panel ist kostenlos und freiwillig und kann jederzeit beendet werden.

Aufwandsentschädigungen

Die Höhe der Aufwandsentschädigung für die Teilnahme richtet sich nach der Dauer der Befragung. Nach vollständiger Beantwortung einer Befragung wird die Aufwandsentschädigung dem Panelmitglied in Form von medixcare-Punkten gutgeschrieben. Ein medixcare-Punkt hat den Wert von 0,50 €. Die gesammelten medixcare-Punkte können in Gutscheine, Spenden oder Auszahlungen per Verrechnungsscheck eingelöst werden.

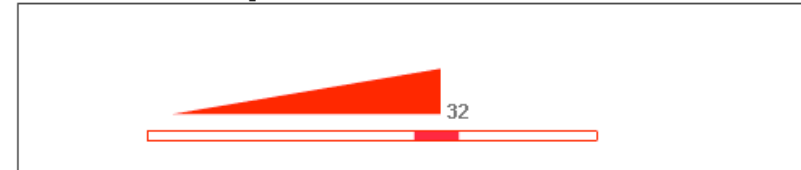
Wie lange dauert eine Befragung?

Die Dauer der Befragungen kann sehr unterschiedlich sein. In den meisten Fällen bestehen sie aus zwei Teilen: der erste Teil, die Vorbefragung, ist kürzer und dauert ca. 5 Minuten. Die Hauptbefragung, der zweite Teil einer Umfrage, dauert zwischen 20 und 50 Minuten, abhängig vom Untersuchungsziel der Umfrage. Bitte beachten Sie, dass nicht jeder Teilnehmer, der die Vorbefragung abschließt, auch zur Hauptbefragung eingeladen werden kann.

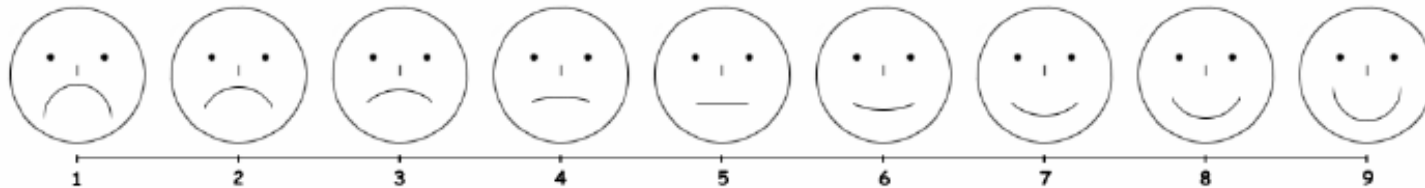
©2010 julia otte GmbH Über uns | Kontakt | Datenschutz | Impressum

Antwortskalen - Beispiele

Ziehen Sie den Schieberegler



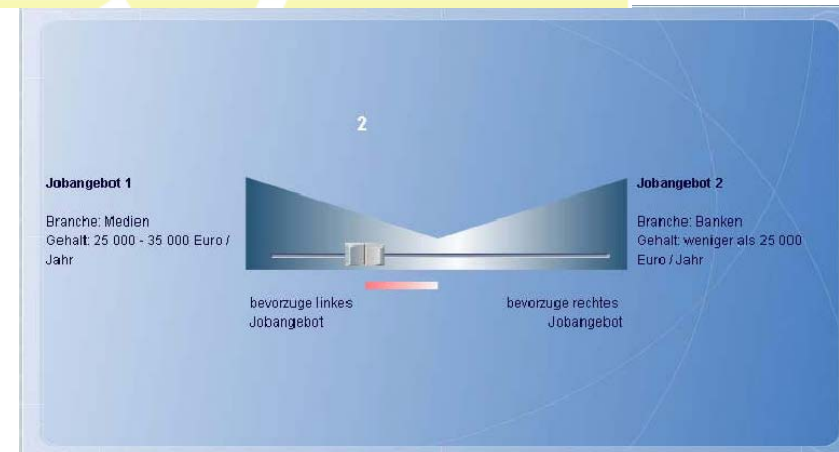
testtheoretisch konstruierte äquidistante Smilieskala zur praktischen Verwendung



Welche der beiden Digitalkameras würden Sie bevorzugen, wenn sich die beiden Kameras ausschließlich in den angegebenen Merkmalen unterscheiden?

| | Kamera 1 | Kamera 2 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Kamerahersteller | Sony | Samsung |
| Anschaffungspreis | 249 Euro | 299 Euro |
| Pixelzahl | 2 Mio | 3 Mio |
| Größe des internen Speichers | 64 MB | 10 MB |
| Videoaufzeichnung | vorhanden | nicht vorhanden |
| Optischer Zoom | nicht vorhanden | vorhanden |

weiter



Der Effekt von Antwortskalen

Untersuchungsplan

- ✔ Einsatz von 8 unterschiedlichen 5er Likertskalen: Text ,symbolisch, numerisch und optisch
- ✔ Die Skalen unterscheiden sich durch die Art der Beschriftung, den Grad der Reduktion und die Anordnung der Pole
- ✔ 2 Matrixfragen mit je vier Dimension:
 - 1: Verantwortung für Familie, Freunde, Arbeitskollegen und Fremde
 - 2: Haltung zur Gesellschaft und Gruppen

Hypothesen

- ✔ 1: Die Wahl der Skala hat einen Einfluss auf das Antwortniveau
- ✔ 2: Die Wahl der Skala hat keinen Einfluss auf das Verhältnis zwischen den Antworten
- ✔ 3: Die Anordnung der Pole nimmt keinen Einfluss auf das Ergebnis

Skalentypen 1

Bitte bewerten Sie die Aussagen

stimme nicht zu stimme eher nicht zu teils/teils stimme eher zu stimme zu

Text

Bitte bewerten Sie die Aussagen

stimme nicht zu 1 2 3 4 5 stimme zu

Text R1

Bitte bewerten Sie die Aussagen

stimme nicht zu stimme zu

Text R2

Bitte bewerten Sie die Aussagen, wobei -- "stimme nicht zu" und ++ "stimme zu" bedeutet.

-- - 0 + ++


Symbol






Bitte bewerten Sie die Aussagen, wobei - "stimme nicht zu" und + "stimme zu" bedeutet.


- +

Symbol R2

Fragenkatalog 1

 **Es folgen einige Aussagen zum Thema Verantwortung.**
Bitte bewerten Sie die Aussagen

| |  |  |  |  |  | weiß nicht/ keine Angabe |
|--|---|---|---|---|---|-----------------------------------|
| Ich fühle mich für meine Familie verantwortlich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich fühle mich für meine Freunde verantwortlich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich fühle mich für meine Arbeitskollegen verantwortlich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich fühle mich für fremde Menschen verantwortlich. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



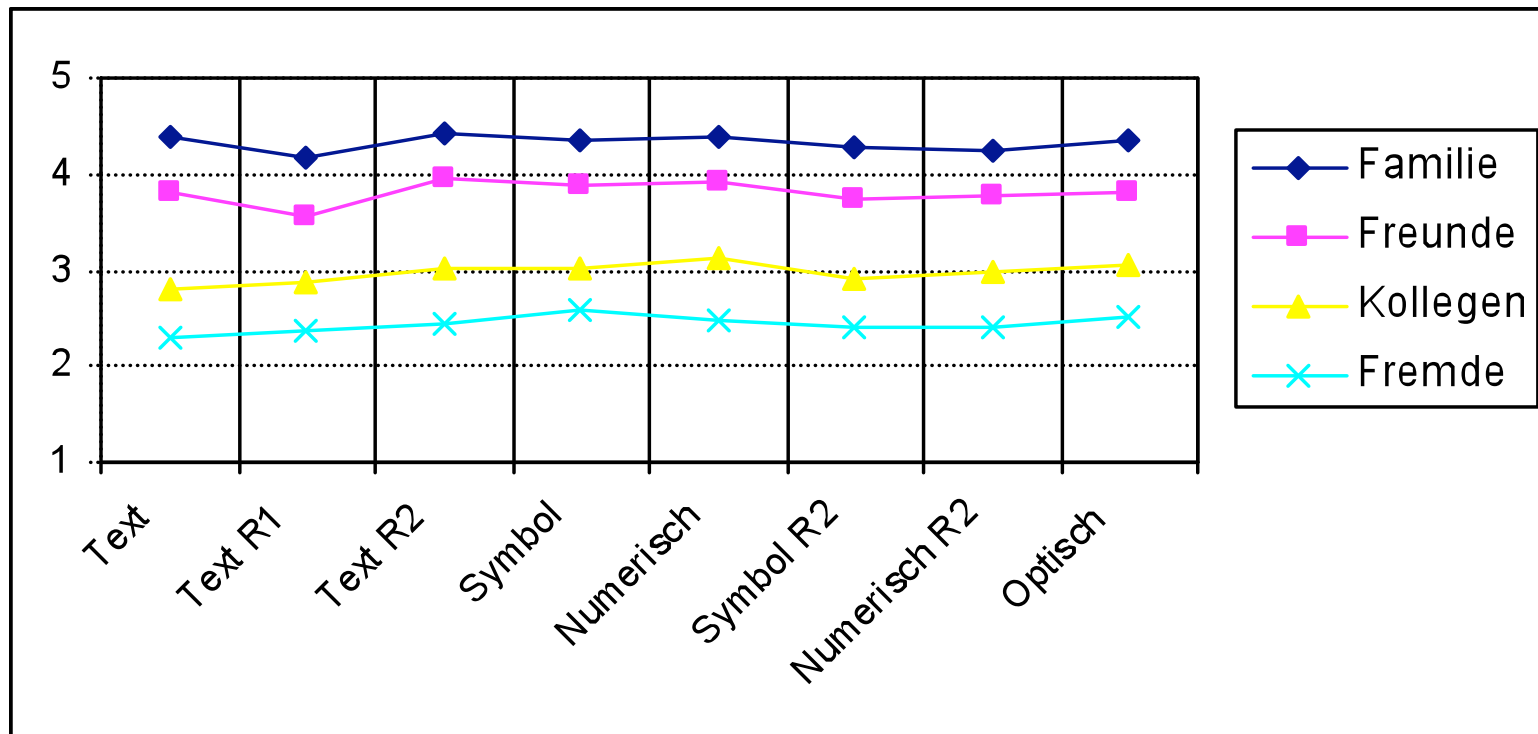
Fragenkatalog 2

 **Und nun einige weitere Aussagen, bezüglich Ihrer Haltung zu Gesellschaft und Gruppen.**
Bitte bewerten Sie die Aussagen

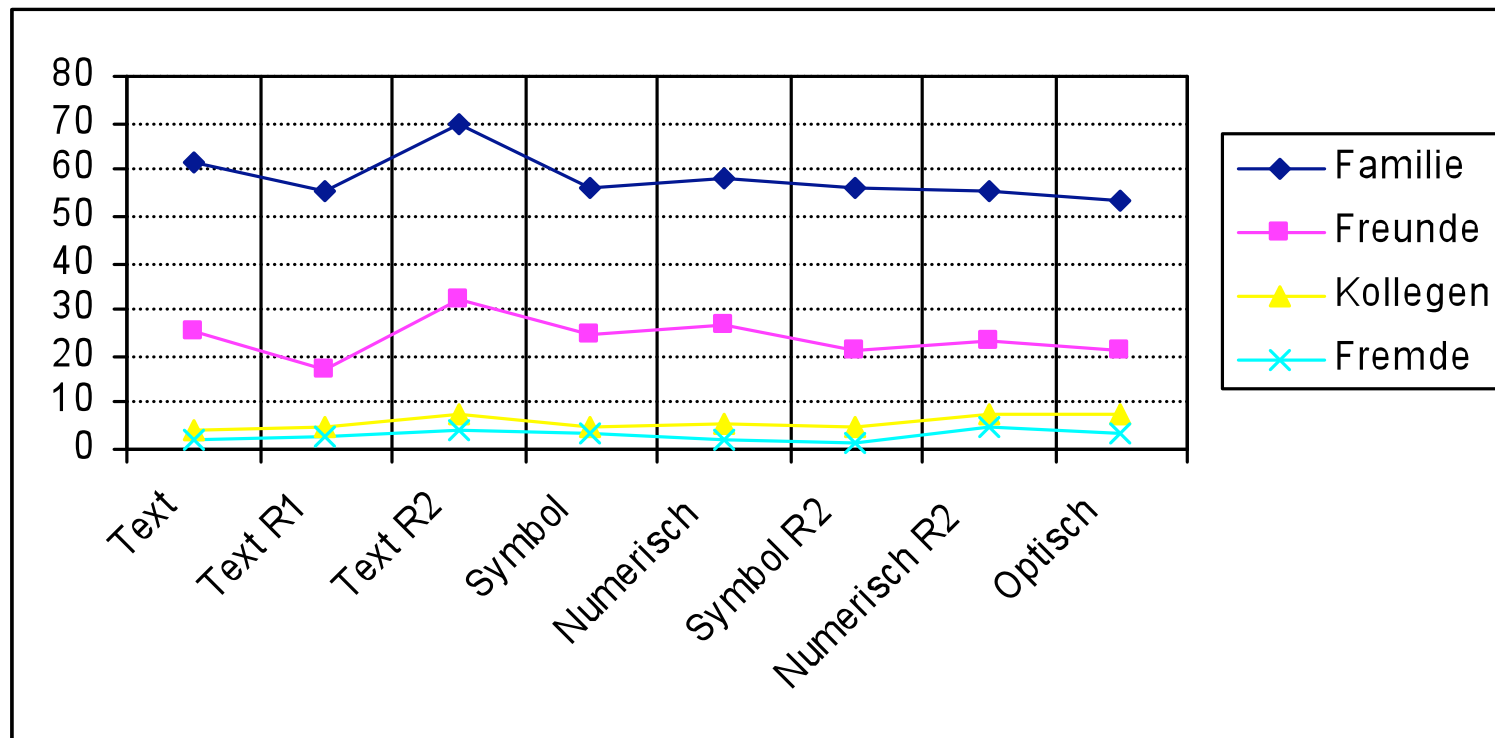
| | stimme nicht zu | stimme eher nicht zu | teils/ teils | stimme eher zu | stimme zu | weiß nicht/ keine Angabe |
|--|-----------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Mein Tun ist eng mit den Vorgaben der Kirche verknüpft. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Das Thema Sexualität gehört ins Schlafzimmer, nicht in die Öffentlichkeit. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Abtreibung ist die letzte Möglichkeit für in Not geratene Frauen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ich bin tolerant, akzeptiere aber nicht alles. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



Mittelwertvergleich anhand Fragenkatalog 1



Vergleich der Extrempunkte (positiv) anhand Fragenkatalog 1



Mittelwertvergleich bei Spiegelung der Skalen anhand Fragenkatalog 1 (Familie)

