



# G.O.R.04

German Online Research 2004



Die 6. Internationale Konferenz, GOR 04, findet am 30.-31.03.2004 an der Universität Duisburg-Essen statt. Veranstalter der Konferenz sind die **Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung - DGOF e.V.** sowie der **Lehrstuhl für Sozialwissenschaftliche Methoden/Empirische Sozialforschung am Institut für Soziologie der Universität Duisburg-Essen.**

**International Advisory Board:**

Michael H. Birnbaum (California State University), Ingwer Borg (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen, ZUMA Mannheim), Mick P. Couper (University of Michigan, Ann Arbor), Don A. Dillman (Washington State University), Ulf-Dietrich Reips (Universität Zürich), Barry Wellman (University of Toronto)

**Program Committee:**

Marc Deutschmann, Frank Faulbaum, Holger Geißler, Uwe Matzat, Olaf Wenzel

**Local Organisation:**

Marc Deutschmann, Frank Faulbaum, Uwe Matzat

**Additional Support:**

Bernad Batinic, Lorenz Gräf, Sophia Herrlich, Olaf Hofmann, Matthias Machenheimer, Dieter Mayer, Lars Ninke, Stefan Pielicke, Ulf-Dietrich Reips, Maria Wardenga

**Sponsoren:**

- Duisburger Universitätsgesellschaft
- Institut für Soziologie der Universität Duisburg-Essen
- Fakultät 1 - Gesellschaftswissenschaften der Universität Duisburg-Essen
- DocCheck (Posterpreis)

**Anmerkungen:**

Deutschsprachige Sessions sind explizit als solche gekennzeichnet. Alle anderen Sessions sind englischsprachig - auch wenn im deutschsprachigen Programm die deutschen Titel zu sehen sein sollten.

**Montag, 29.03.2004 - Pre-Conference Workshops**

Zeit	Programm		
	<b>Workshop</b>	<b>Workshop</b>	<b>Workshop</b>
14:00	Online-Mitarbeiterbefragungen, Teil 1	Die Analyse von Online-Gruppen: Themen, Befunde, Techniken und deren Anwendungen	Online-Experimente, Teil 1
s.t.			
- 15:30	(deutschsprachig) <b>Holger Geißler/Birgit Bedenk</b>	<b>Nicola Döring</b>	<b>Ulf-Dietrich Reips</b>
	<b>Workshop</b>	<b>Workshop</b>	<b>Workshop</b>
15:45	Online-Mitarbeiterbefragungen, Teil 2	Techniken und Theorien der Analyse sozialer Netzwerke in der Internetforschung	Online-Experimente, Teil 2
s.t.			
- 17:15	(deutschsprachig) <b>Holger Geißler/Birgit Bedenk</b>	<b>Christian Stegbauer/Alexander Rausch</b>	<b>Ulf-Dietrich Reips</b>
17:45		<b>Workshop</b>	
s.t.		Nichtreaktive Datenerhebung, Teil 1	
-			
19:15		<b>Dietmar Janetzko</b>	
19:30		<b>Early-Bird Check-In</b>	

BRAUHAUS SCHACHT 4/8, Düsseldorfer Straße 21, 47051 Duisburg

**Dienstag, 30.03.2004**

<b>Zeit</b>	<b>Vortragsveranstaltung (Raum 1)</b>
<b>9:00</b>	<b>Eröffnung der Konferenz</b> Prof. Dr. Frank Faulbaum, Universität Duisburg-Essen Bärbel Zieling, Oberbürgermeisterin der Stadt Duisburg Prof. Dr. Lothar Zechlin, Rektor der Universität Duisburg-Essen Die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. & die Konferenz-Serie
<b>9:35</b>	German Online Research Dr. Uwe Matzat, Mitglied im Vorstand der DGOF
<b>9:45</b>	Kaffeepause & Ausstellung
<b>10:00</b>	<b>Keynote-Vortrag:</b> Prof. Don A. Dillman (Washington State University)
-	How On-Line Surveys are Democratizing Social Research and
<b>11:00</b>	Challenging Survey Methodology
<b>11:00</b>	Kaffeepause & Ausstellung

**11:15-13:00 Session 1 Methodeneffekte (Raum 1)**

Session Chair: Marc Deutschmann

**H.-U. Muehlenfeld**

Der Einfluss auf das Antwortverhalten bei heiklen Fragen durch audiovisuelle Online- Kommunikation

**Tom Buchanan & Adam N. Joinson**

Are online-offline differences in personality test scores due to increased self-disclosure?

**Ramiro Glauer & Daniel Schneider**

Web-Befragungen: Effekte von unterschiedlichen Darstellungsformen, Antwortreihenfolgen sowie Fortschrittsanzeigen in nicht-experimenteller Umgebung

**Sabina Gesell, Susan D. Burkholz & Mickey J. Standiford**

Mode test of an online and paper employee satisfaction survey: Comparison of respondents and non-respondents

**Sven Gockenbach, Michael Bosnjak & Anja Göritz**

Untersuchung stereotyper Beantwortungsmuster bei Matrixfragen in Web-Surveys

**11:15-13:00 Session 2 Elektronisches Lernen & elektronische Lehre (Raum 3)**

Session Chair: Ulf-Dietrich Reips

**Oliver Rack & Margarete Boos**

User-Composer-Fit - Kriterium für einen erfolgreicheren Medieneinsatz?

**Mirjam Hauck**

The relevance of metacognitive knowledge and strategy use for language learners in multimodal virtual environments

**Nils Jensen**

Unterstützung empirischen Lernens in virtuellen Laboren

**Frank P. Schulte, Edgar Heineken & Heike Ollesch**

Universitäre Ausbildung in Online-Forschungsmethodik am Beispiel des Studienmoduls "Experimental Psychology"

**Anja Naumann, Jacqueline Waniak, Thomas Schaefer & Josef Krems**

Der Effekt unterschiedlicher Vorabinformationen auf Wissenserwerb und Navigation in Hypertexten

**11:15-13:00 Session 3 Elektronische Demokratie & die Zivilgesellschaft** (Raum 4)

Session Chair: Bernad Batinic

**Silvia Ellermann**

Die Nutzung von Online-Systemen zur Stimmabgabe

**Peter v. d. Besselaar & Anne-Marie Oostveen**

E-voting: participation, turn out, and digital divide

**Germán Loewe**

E-Democracy in Catalonia: Looking for an Optimal Design Through a Preliminary Online Study

**Stefan Salz**

Umfragen in Partizipationssystemen: Eine exemplarische Integration in Dito

**11:15-13:00 Session 4 Die digitale Spaltung** (Raum 2)

Session Chair: Uwe Matzat

**Sylvia Korupp**

"No Man is an Island" - The Role of the Family for Computer Use at Home

**Gudrun Hilles**

Inklusionsprofile und Internet: Internet als Verstärker sozialer Ungleichheit oder als Katalysator zur Inklusion in gesellschaftliche Teilsysteme?

**Pille Vengerfeldt**

The Role of the information environment in adopting the Internet

**Angelika Volst**

Internetdiffusion. Ein Maßstab zur Messung von digitaler Spaltung und Segmentierung

**Robert Geisler**

Digital Divide in the Post-socialist City - The Example of Tychi

**13:00**

Mittagspause

**14:00-15:45 Session 5 Online-Mitarbeiter-Befragungen (deutschsprachig)** (Raum 1)

Session Chair: Marc Deutschmann

**Ingwer Borg & Frank Faulbaum**

Online and other methods of data collection in employee surveys: A comparison

**Ulf -Dietrich Reips & Lenka Franek**

Mitarbeiterbefragungen per Internet oder Papier? Der Einfluss von Befragungsmodus, Anonymität, Teilnahmefreiwilligkeit und Alter auf das Antwortverhalten

**Christian Escher & Frank Hauser**

Online- und Offline-Mitarbeiterbefragungen in Theorie und Praxis

**Manuela Pötschke**

Schriftlich oder Online? Methodische Erfahrungen aus einer vergleichenden Mitarbeiterbefragung

**14:00-14:45 Session 6 Usability (deutschsprachig)** (Raum 3)

Session Chair: Holger Geißler

**Herbert A. Meyer**

Experimentelle Untersuchungen zur Gebrauchstauglichkeit von Web-Applikationen auf Open-Source-Basis

**Daniel Schmeisser, Michael Sauer & Gary Bente**

Neue Wege in der Usability-Forschung: Integrierte Blickverlaufs- und Navigationsanalyse

**14:50-15:35 Session 7 E-Business-Forschung** (Raum 3)

Session Chair: Holger Geißler

**Brian Webb & Frank Schlemmer**

SME E-Business success factors: results, processes and methods

**Jesse Weltevreden**

The adoption of the Internet among retailers in city centres: towards a continuum of Internet strategies

**14:00-15:45 Session 8 Internet & Organisationen** (Raum 2)

Session Chair: Christian Stegbauer

**Kai Oppel, Patrick Rössler & Anika Struppert**

Das Intranet als Instrument der Unternehmenskommunikation und des Wissensmanagements - Bestandsaufnahme und Vergleich mit anderen betrieblichen Informationsinstrumenten

**Nicole Zillien & Thomas Lenz**

"Tach, Herr Chef" - Egalisierende und hierarchie-bildende Effekte der unternehmensinternen E-Mail-Nutzung

**Winfried Tautges & Andreas Schäfer**

Hybrides Meeting-Management

**Heinrich Schwarz**

Challenging the myth of creativity: technology and ideology in advertising work

**14:00-15:45 Session 9 Online-Gruppen: Strukturen, Interaktion & Effekte** (Raum 4)

Session Chair: Bernad Batinic

**Andrea Müller & Margarete Boos**

Wissensaustausch in Diskussionsforen virtueller Seminare oder doch nur Cafeteria-Klatsch?

**Uwe Matzat**

Die Informationsqualität des Wissensaustauschs in Online-Gruppen: Eine größere Zufriedenheit der Mitglieder mit Online-Diskussionen durch soziale Offline Netzwerke?

**Pernill G. A. van der Rijt, Bart J. van den Hooff, Jan A. de Ridder & Marieke J. Wenneker**

Cruel Intentions? CMC, Uncertainty, and the Willingness to Share Knowledge

**Matthias Trenel**

Die Messung von Beteiligung und Interaktivität in Online-Diskussionen

**Viviane Wolff**

The Discourse Meter for E-discourse

**16:15-18:00 Session 10 Neue Methoden der Internetforschung (deutschsprachig) (Raum 1)**

Session Chair: Wolfgang Bandilla

**Thomas Klein-Reesink**

CONCEPTUAL BRAND M@PPING - Eine web-basierte Methode zur Erfassung konzeptueller Wissensnetze über Marken und die Möglichkeit ihrer netzwerkanalytischen Auswertung

**Torsten Koch**

Einsatz der Bildgestützten Conjointanalyse im Internet

**Thomas Donath, Claas-Friedrich Nordmeyer & Holger Geißler**

Online-Experimente in der kommerziellen Marktforschung

**Stefan Stieger**

"What the h... are they doing?" - Was machen Versuchspersonen während des Ausfüllens eines online-Fragebogens

**Ingo Dammer**

Qualitative Foren: ein Online-Beitrag zur Forschungsmethodik

**16:15-18:00 Session 11 Treffen der Software-Nutzergruppen (deutschsprachig) (Raum 4)**

**Globalpark; Interrogare; Rogator**

**16:15-18:00 Session 12 Nutzerforschung (Raum 2)**

Session Chair: Adam Joinson

**Shyam Sundar**

The Psychology of Interactivity: Theory and Research on its Effects

**Silvia Knobloch, Matthias Hastall, Daniela Grimmer & Julia Brück**

Informationsselektion bei Online-Medien: Einfluss der Selbstwirksamkeit (Efficacy) auf die selektive Zuwendung zu positiven und negativen Nachrichten

**Matthias Blümke, Malte Friese, Michaela Wänke & Klaus Fiedler**

Vorhersage von Wählerverhalten mithilfe reaktionszeitbasierter Maße im Internet.

**Kate Hudson, Iris Chelaru & Kerry Shaw**

Going Online or Calling the Help Desk? Assessing Support Resources for Student Administration Web Applications

**Lars Kaczmirek, Michael Bosnjak, Wolfgang Bandilla & Tina Auer**

Web-basierte Umfragen in der Markt- und Sozialforschung: Verwendung und Anforderungen unterschiedlicher Nutzergruppen in der EU

**16:15-18:00 Session 13 Online Gruppen & Reputationssysteme: Elektronische Auktionen (Raum 3)**

Session Chair: Uwe Matzat

**Ben Jann, Andreas Diekmann & David Wyder**

Trust and Reputation in Internet-Auctions

**Sonja Utz**

Vertrauen bei eBay - abhängig von der Bewertung des Verkäufers oder der Darstellung der Ware?

**Richard L. Zijdeman & Chris Snijders**

Reputation and Internet Auctions: EBay and Beyond

**Dirk Obermeier & Michael Bosnjak**

Vorhersage und Erklärung des Nutzungsverhaltens bei Online-Auktionen- Ein Vergleich zweier handlungstheoretischer Modelle

**18:05**

Mitgliederversammlung der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

**ab 19:30**

GOR Konferenz-Dinner

GOR Party

**Mittwoch, 31.03.2004**

**9:00-10:30 Session 14 Respondenten- Motivierung (Raum 1)**

Session Chair: Manuela Pötschke

**Anja Göritz**

Materielle Anreize in webbasierten Untersuchungen: Zwei Meta-Analysen

**Elisabeth Deutskens, Martin Wetzels & Ko de Ruyter**

Motivations underlying the intention to participate in Internet-based research

**Rainer Böhme**

Der Einfluss motivierender Elemente auf Antwortstrategien in Online-Befragungen

**Bernad Batinic**

Determinanten der Teilnahmebereitschaft in Online-Panels

**9:00-10:30 Session 15 Web-Site Analyse (deutschsprachig) (Raum 2)**

Session Chair: Olaf Hofmann

**Frank Knapp**

Optimierung & Erfolgskontrolle von Websites durch Benchmarking

**Matthias Koch & Daniel Baier**

Erscheinungsformen und Unterschiede von Kommunal- und Regionalportalen im local eCommerce

**Heidemarie Hanekop**

Erwartungen von Kunden an Serviceleistungen im Web: Self-Service und Beratung? Ergebnisse aus Focusgruppendifkussionen mit Kunden

**Thomas Bamert & Rudolf Ergenzinger**

"User" und "Non-User" Verhalten - Illustriert am Beispiel des grössten Internethändlers

**9:00-10:30 Session 16 E-Health (deutschsprachig) (Raum 4)**

Session Chair: Frank Faulbaum

**Volker Hüfken, Marc Deutschmann, Thomas Baehring & Werner Scherbaum**

Gesundheit aus dem Internet? Wer sind die Nutzer von Gesundheitsinformationen im WWW

**Friedhelm Meier**

Online-Forschung mit AQS 10i in der klinischen und Gesundheitsforschung entsprechend den Qualitätsforderungen von FDA und ICH (GCP, GLP)

**Martina Stille**

Einsatz von Webcams für Ärzte- und Apothekerbefragungen.

**Bernhard Witt**

Two Rivers - Market Research meets aCRM

**9:00-10:30 Session 17 Online-Offline-Beziehungen (Raum 3)**

Session Chair: Ulf-Dietrich Reips

**Volker Taeube**

Connected and Disconnected? On the Impact of Internet Use on Social Connectedness

**Gustavo S. Mesch & Ilan Talmud**

Making Friends Online: Personal Needs and Social Compensation

**Monica Whitty**

Shopping for Love on the Internet: Men and Women's experiences of using an Australian Internet dating site

**10:30**

Kaffeepause & Ausstellung

**11:00-12:00 Poster-Ausstellung**

**Marleen Brinks:**

Aggression against Computers

**Andrea Frick, C. Neuhaus & T. Buchanan:**

Versuchsabbruch in Online-Untersuchungen: Einfluss von Design-Elementen und Persönlichkeit auf Dropout und Nonresponse

**Yves Hänggi:**

Wie wirkungsvoll ist webbasierte Stressprävention? Erste Erfahrungen mit dem online Eltertraining zur Bewältigung von Familienstress

**Martin Heidingsfelder & Wolfgang Neubarth:**

Standardisierung bei Online-Mitarbeiterbefragungen

**Markus Joos, Sascha Weber & Boris Velichkovsky:**

Untersuchungen mit Hilfe von Eye-Tracking.

**Alexander Karapidis & Gabriele Korge:**

Dienstleistungsperformance von Unternehmen Online messen und bewerten

**Michael Stiller:**

Konzeptioneller Rahmen eines individuellen Kaufentscheidungsunterstützungssystems

**Sandra Wagner:**

Politische Internetnutzung im Online-Survey – ein Beispiel für die Verzerrung von Online-Access-Panels

**Andrea Weidenfeld:**

Fragebogentools zur Onlineforschung

**Mirko Wendland & Anja Berger:**

Flowerleben in einem Onlinespiel

**Janka Willige:**

Vergabe von Incentives und Durchführung von Verlosungen: Maßnahmen zur Steigerung der Teilnahmebereitschaft in einem Online-Panel (HISBUS-Studierendenpanel)

**12:00-ca. Panel-Diskussion: 10 Jahre Online-Research: Perspektiven und Herausforderungen**

**13:30 (deutschsprachig) (Raum 1)**

**Dr. Bernad Batinic** (Moderation)

(Universität Erlangen)

**Dr. Michael Bosnjak**

(Universität Mannheim)

**Dr. Lorenz Graef**

(Globalpark, Köln-Hürth)

**Olaf Hofmann**

(SKOPOS, Köln-Hürth)

**Dr. Frank Knapp**

(Psyma Online Research, Rückersdorf)

**Dr. Herbert A. Meyer**

(Humboldt-Universität zu Berlin)

**Dr. Ulf-Dietrich Reips**

(Universität Zürich)

**12:00-13:00 Session 18 Elektronische Demokratie & die Zivilgesellschaft** (Raum 3)

Session Chair: Chris Snijders

**Lilliard Richardson**

American State Legislators in the Internet Age

**Dirk Meurer**

Aufmerksamkeitsstrukturen politischer Kommunikation im World Wide Web Eine Analyse der Vernetzung politischer Webangebote

**12:00-13:00 Session 19 Online-Offline: Soziale Netzwerke & Beziehungen** (Raum 4)

Session Chair: Uwe Matzat

**Krisztina Csüllög & Csaba Szabó**

The role of ICTs in maintaining interpersonal relationships

**Jeff Gavin, Jill Duffield & Adrian Scott**

Meet me in the Real World: Internet Dating and the Transition from Online to Offline Relationship

**13:00**

Mittagspause

**14:00-15:45 Session 20 Methodeneffekte (deutschsprachig)** (Raum 2)

Session Chair: Marc Deutschmann

**Thorsten Faas**

Liefern Access Panels wirklich repräsentative Ergebnisse?

**Lars Balzer**

Die Nutzung des Internet im Rahmen einer Delphi-Studie

**Axel Theobald**

How not to do it: Der Einfluss suggestiver Fragen und schlechter Skalen auf die Ergebnisse von Online-Befragungen

**Heike Ollesch, Edgar Heineken & Frank P. Schulte**

Online- und Labor-Experimente im Vergleich: Ein Forschungsprogramm

**Simon Riek, Christian Rietz & Thomas Krüger**

Webbefragungen in Mixed-Mode Ansätzen: Ein experimenteller Vergleich mit "traditionellen" Befragungsmethoden

**14:00-15:45 Roundtable 21 Online-MaFo & Spam (deutschsprachig)** (Raum 1)

Session Chair: Olaf Wenzel

**Hanno Müller**

(epublica GmbH, Hamburg, Spam-Experte und IT-Gutachter)

**Dieter Mayer**

(Mayer&Mayer Marketing Consulting)

**Olaf Hofmann**

(Vorsitzender der DGOF)

**Erich Wiegand**

(ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.)

**Eric Hilgendorf**

(Ordinarius für Strafrecht, Strafprozessrecht, Informationsrecht und Rechtsinformatik Universität Würzburg)



**14:00-15:45 Session 22 Internet & Wissenschaft** (Raum 3)

Session Chair: Frank Faulbaum

**Peter Mutschke**

Wissenschaftliche Kooperationsstrukturen im Invisible Web: Evaluation verteilter Ko-Autoren-Netzwerke auf der Basis heterogener Web-Datenquellen

**Franz Barjak**

Zur Integration des Internets in die Wissenschaftskommunikation

**Andrea Scharnhorst & Colin Reddy**

The Web as a self-organized complex network - consequences for indicator research

**14:00-15:45 Session 23 Online-Gruppen als Online-Gemeinschaften?** (Raum 4)

Session Chair: Sonja Utz

**Lothar Krempel**

Identity and Social Innovations in the Web

**Andreas Brand**

Die Struktur und Funktionsweise des Open Source-Projekts KDE 2

**Claudia Verstraete**

Virtual communities of brands

**Andreas Tasch & Oliver Brakel**

Akzeptanz von mobilen Community-Diensten

**Georg Groh, Christian Hillebrand, Oliver Brakel & Andreas Tasch**

Privacy-Einstellungen bei Lokalisierungsdiensten

**15:45**

Kaffeepause & Ausstellung

**16:15-17:35 Session 24 Respondenten- Motivierung** (Raum 2)

Session Chair: Anja Göritz

**Vanessa Vieselmeier, Manfred Leisenberg & Julian Ratzke**

Die automatische Segmentierung von Nutzerprofilen für E-Commerce-Anwendungen auf der Basis von Neuronalen Netzen

**Adam Joinson & Ulf-Dietrich Reips**

Salutation, Power and behaviour in on-line panels

**Peter Müßig-Trapp**

HISBUS Online Panel: Ein virtuelles Studierendendorf als Instrument der Politikberatung und Blitzinformation

**Trent Buskirk & Charlotte Steeh**

R U There? Using Text Messaging as a method of contact in Wireless Phone Surveys

**16:15-17:35 Session 25 Qualität in der Online-Marktforschung (deutschsprachig)** (Raum 1)

Session Chair: Dieter Mayer & Martin Welker

**Martin Welker**

Qualitätschecks im Internet: Möglichkeiten und Formen

**Olaf Hofmann**

Qualitätssicherung in der internationalen Onlinemarktforschung

**Dieter Mayer**

"Kritische Erfolgsfaktoren von Marktforschungsprojekten - ein Best-Practice-Benchmarking"

**Holger Geißler**

Qualitätskriterien von Online-Mitarbeiterbefragungen

**16:15-17:15 Session 26 The Relevance of Online-News (Raum 4)**

Session Chair: Anja Naumann

**Matthias Hastall, Silvia Knobloch & Shyam Sundar**

Bedeutsamkeit journalistischer Werte für Leser von Online-Nachrichten: Ein interkulturell vergleichendes Experiment

**Özen Odag & Margrit Schreier**

Der Dritte Golfkrieg: Zur Glaubhaftigkeit der medialen Berichterstattung

**16:15-17:35 Session 27 Die digitale Spaltung (Raum 3)**

Session Chair: Lorenz Gräf

**Christian Stegbauer, Gerd Paul & Claus Tully**

Digitale Spaltung zwischen Alten und Jungen?

**Jan Schmidt**

Die Nutzung öffentlicher Internet-Zugangsorte

**Nadia Kutscher, Alexandra Klein & Stefan Iske**

Das Internet als ein sozialer Raum fuer die Selbstoneignung von Bildung?

**Ankündigungen:**

<b>17:40</b>	Dr. Olaf Wenzel, Mitglied im Vorstand der DGOF
-	
<b>17:50</b>	Gewinner des Posterpreises der GOR 04
	GOR 05
	(Raum 1)

**Ende der GOR 04**

**Past-Conference Workshops**

	<b>Workshop</b>	<b>Workshop</b>
<b>18:00</b>	Online-Experimente, Teil 3	Nichtreaktive Datenerhebung, Teil 2
-		
<b>19:30</b>	(nach individueller Absprache)	<b>Dietmar Janetzko</b>
	<b>Ulf-Dietrich Reips</b>	

**Donnerstag, 1.04.2004**

<b>Zeit</b>	<b>Workshops</b>
	<b>Workshop</b>
<b>8:30</b>	"How the Visual Layout of Questions Influences Answers to Web and Other Self-Administered Surveys"
<b>s.t.</b>	Teil 1
-	Don A. Dillman
<b>10:00</b>	
	<b>Workshop</b>
<b>10:30</b>	"How the Visual Layout of Questions Influences Answers to Web and Other Self-Administered Surveys"
-	Teil 2
<b>12:00</b>	Don A. Dillman

Aussteller auf der GOR04



Globalpark GmbH  
Kalscheurer Strasse 19a  
D-50354 Hürth



Innofact AG  
Mutier-Ey-Strasse 5  
D-40213 Düsseldorf



Interrogare GmbH  
Meisenstrasse 96  
D-33607 Bielefeld



ISI GmbH  
Ascherberg 2  
D-37124 Göttingen-Rosdorf



Mangold Software & Consulting GmbH  
Graf von Deym Strasse 5  
D-94424 Arnstorf



Mediascore GmbH  
Von-Werth-Strasse 1  
D-50670 Köln



Rogator Software AG  
Pilotstrasse 3  
D-90408 Nürnberg



SPSS GmbH Software  
Rosenheimer Strasse 30  
D-81669 München



Tobii Technology  
Saltmätargatan 8A  
SE-113 59 Stockholm

# Technologie für erfolgreiche Onlineforschung

*„Für unser Online-  
Textilpanel brauchen  
wir einen flexiblen,  
zuverlässigen und  
absolut kompetenten  
Technologie-Partner.*

*Darum arbeiten wir  
mit Globalpark.“*

**Thilo Lohmüller**  
Leiter GfK Textilpanel  
GfK AG

*„Zielsetzung, Methodik  
und Qualität stehen  
im Vordergrund. Die  
technischen Möglich-  
keiten und die Bediener-  
freundlichkeit einer  
Online-Befragungs-  
Software müssen sich  
daran ausrichten.*

*Das sind exakt unsere  
Gründe mit dem  
umfragecenter von  
Globalpark zu arbeiten.“*

**Björn Wolke**  
Leiter Marktforschung  
Otto GmbH & Co. KG

*„Um den hohen  
Anforderungen unserer  
Auftraggeber gerecht zu  
werden, benötigen wir  
eine zuverlässige und  
flexible Software.*

*Das umfragecenter  
von Globalpark macht  
professionelle Online-  
Marktforschung  
möglich.“*

**Holger Geißler**  
Leiter Online-Marktforschung  
psychonomics AG



**Intelligente Technologie  
für Online-Befragungen**

**Wolfgang Vogt, AUDI AG:**

„Wir haben uns für Interrogare und die Software IRQuest® entschieden, weil sowohl die angebotenen Dienstleistungen als auch die Software einen klaren Ursprung in der klassischen Markt- und Meinungsforschung haben. Interrogare überzeugt durch ein Netzwerk mit starken Partnern und eine **klare Kernkompetenz**: die Onlineforschung.“

**Thomas Leickert, Consilium:**

„Bei allen Online Projekten arbeiten wir mit Interrogare als Feldinstitut zusammen. Kompetenz, Einfallsreichtum und fundierte Zusagen, die gehalten werden, erlauben uns, selbst **komplexeste Projekte** online durchzuführen. Auf die Interrogare GmbH können wir uns stets verlassen, es macht Spaß, deren Leistungen in unseren Projekten mit anzubieten!“

**Prof. Dr. Becker, GIB:**

„Obwohl Interrogare erst 5 Jahre alt ist, haben wir bereits beim ersten Projekt von der großen Erfahrung der Mitarbeiter profitieren können. Die **professionelle und marktforscherische Herangehensweise** bei der Projektumsetzung – für uns CATI und CAWI – hat mich überzeugt.“

**Birgit Jesske, Infas:**

„Für unsere Kunden wollen wir individuelle und auf die speziellen Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen erarbeiten. **Interrogare liefert die Tools**, damit wir unsere Ziele erreichen können.“

**André Ketzler, ISM Global Dynamics:**

„Wir haben eine mächtige Software gesucht, die internationale Standards umsetzt und mit der wir Projekte in allen Sprachen durchführen können. Die haben wir gefunden. Seit wir gemeinsam mit Interrogare unsere **internationalen Projekte** abwickeln, haben sich unsere Möglichkeiten, hochqualifizierte, valide Forschung im Internet anzubieten, deutlich erweitert.“

**Udo Jellesen, TNS Emnid Healthcare:**

„Eine aus der Praxis entwickelte Befragungssoftware, ein umfangreiches Online-Auswertungstool und das **erfahrene und flexible Team** der Interrogare GmbH führen zu sehr zufriedenen TNS Healthcare Endkunden! Was will man mehr!“

**René Lamsfuß, WEB.DE AG:**

„Nachdem ich mit unterschiedlicher Software für Onlineforschung gearbeitet habe, kann ich IRQuest® für Onlinebefragungen nur empfehlen: Alle Standards der Onlineforschung erfüllt, schnelles und gutes Team, **mächtige Software**.“

□

# Online- Marktforschung.

*Die Software. Das Team. Die Lösung.*

+++ Kaffee +++ Latte Macchiato +++ Cappuccino +++ Espresso +++ Melange +++ Mokka +++ Ristretto +++

... nehmen Sie Platz im Rogator-Café.

Rogator Software AG  
Pilotystraße 3  
90408 Nürnberg  
Fon +49(0)911 81005-50  
info@rogator.de

[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

**Rogator**   
more than you ask for