

PRESSEINFORMATION

Fachkonferenz General Online Research vom 06.-08. April 2009 in Wien großer Erfolg

Hürth/Wien, 14. April 2009. Die Fortschritte der Online-Forschung standen auf der diesjährigen General Online Research Konferenz (GOR) in Wien im Mittelpunkt: Vom 6. bis zum 8. April 2009 diskutierten Besucher, Aussteller und Referenten die aktuellen Entwicklungen der Online-Forschung. Im Zentrum der Kongressmesse GOR 09 stand das Internet als Instrument der Markt- und Sozialforschung. Internationale Forscher aus Hochschulen, Instituten und Unternehmen präsentierten hierzu rund 100 Vorträge. Die Möglichkeit zum fachlichen Austausch bot sich des Weiteren auch auf der Fachmesse, in Workshops oder im Rahmen des Begleitprogramms, wie etwa der von Globalpark ermöglichten Party, auf welcher der „Best Practice Award“ vergeben wurde.

Neben dem umfangreichen Konferenzprogramm zog auch die **Begleitausstellung** Interessenten an: Hier präsentierten zahlreiche Markt- und Sozialforschungsunternehmen ihre innovativen Leistungen und Produkte zur Datenerhebung im Internet. Die Möglichkeit, sich nur für den kostenlosen Eintritt in die Ausstellung zu registrieren, wurde auch in diesem Jahr gut angenommen.

Zu den traditionellen Programmhilights gehören die beiden **Keynotes**, für welche auch in diesem Jahr prominente Sprecher gewonnen werden konnten. Prof. Dr. Jon A. Krosnick von der Stanford University zeigte die Auswirkungen von Zahlungen für Untersuchungsteilnehmer: Wie verändert sich die Qualität von Daten wenn Untersuchungsteilnehmer Geld für ihr Engagement erhalten? Aktuelle Trends griff auch der zweite Keynote-Sprecher, Hans Georg Stolz, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma), auf: Wie werden neue Internetangebote vermessen? Zählen in innovativen Formaten wie Blogs oder Communities die bewährten „Währungen“ wie die Aufrufhäufigkeit einzelner Seiten oder müssen nicht vielmehr neue Kategorien geschaffen werden?

Für besonderen Nervenkitzel sorgte der von respondi gesponserte und von markforschung.de präsentierte **„Best Practice Award“**, der in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal vergeben wurde: Sechs Präsentationen traten hierbei gegeneinander an. Die Vortragenden mussten sich nicht nur dem Votum der Fachjury, sondern mit Hilfe einer durch mobiTED initiierten Live-Abstimmung auch dem Urteil des Publikums stellen. Als leistungsfähigstes Projekt der betrieblichen Online-Marktforschung wurde "AGOF internet facts - increasing the response rate for onsite-surveys" von Anja Manouchehri (SPIEGEL Verlag) sowie Henner Förstel (YouGovPsychonomics) ausgezeichnet. Ihre Präsentation ermöglichte einen Blick hinter die Kulissen der Studienreihe „internet facts“ und zeigte den Zuhörern, welche Maßnahmen ergriffen wurden, um die Antworthäufigkeit zu erhöhen.

Beteiligen konnte sich das Publikum natürlich auch bei weiteren Veranstaltungen, wie den Podiumsdiskussionen oder den Diskussionen im Roundtableformat. Die **Podiumsdiskussionen** griffen aktuelle Themenstellungen auf: „Future of Polling Research – is online an option?“ bot die Diskussion mit Teilnehmern aus (Wahl-)forschung und Politik. Einer der führenden Trendforscher, Prof. Peter

Wippermann lieferte die Impulse zu "Consumer 2.0 - Does Market Research Need an Update?" und ermöglichte so einen Einstieg in die lebhafteste Diskussion um die Auswirkungen von technischen und sozialen Rahmenbedingungen auf die Marktforschung. Auch die so genannten **Roundtables** ermöglichten einen intensiven fachlichen Austausch. Hier findet eine moderierte Auseinandersetzung zwischen Publikum und Diskutanten zu bestimmten Themen statt. Als sehr aufschlussreich wurde etwa der Roundtable zu den ethischen und rechtlichen Aspekten von Onlineforschung empfunden: „Data Collection online: Can do, must (not) do, Should do“

Eine äußerst gelungene Premiere feierte der **“DGOF Research Thesis Award”** für Nachwuchswissenschaftler. Aus den über 35 Einsendungen wurden zwei Preisträgerinnen gekürt, welche auf der GOR in Wien nicht nur die Auszeichnungen entgegen nahmen, sondern auch ihre Dissertationsprojekte vorstellten: Jong-Eun Roselyn Lee von der Universität Stanford und Dr. Vera Toepoel von der Universität Tilburg.

Der traditionelle **Posterpreis**, welcher in diesem Jahr von YouGovPsychonomics ermöglicht wurde, ging ebenfalls an zwei Gewinner: An das Poster von Monika Taddicken/ Alice Hohn/ Peter Miltner und die Einreichung von Andreas Sackl. Ein Sonderpreis für ein weiteres herausstehendes Poster ging an Rik Koekenbier. Dieser Preis wurde von Globalpark zur Verfügung gestellt.

Die Möglichkeit, alte Kontakte zu pflegen oder neue zu knüpfen, bot sich auch im sozialen Begleitprogramm der GOR 09: Als ein besonderes Highlight ist sicherlich die von Globalpark gesponserte **Party** in der exklusiven Location „Moulin Rouge“ zu nennen.

Die Konferenz ist die größte und bedeutendste Konferenz ihrer Art. Sie findet seit 1997 in wechselnden Universitätsstädten statt. **Veranstalter** der Konferenz waren die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF) sowie vor Ort der Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ), das Expertenforum Online-Forschung und die Österreichische Werbewissenschaftliche Gesellschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien (WWG).

Mit der Research & Results hat die GOR seit mehreren Jahren einen kompetenten **Medienpartner** an ihrer Seite. Auch in weiteren Bereichen konnte die GOR in diesem Jahr wieder auf **großzügige und kompetente Unterstützung** zählen. Premiumsponsoren waren AC Nielsen sowie die GfK Austria. Die Party zur GOR 09 wurde von Globalpark ausgerichtet und das Catering während der Konferenz von Interrogare ermöglicht. Als weitere Sponsorenleistungen seien genannt: das Stiften des „Best Practice Awards“ (respondi), des Posterpreises (YouGovPsychonomics), der Schreibblöcke (psyma) oder die Organisation der Live-Abstimmung im Rahmen des „Best Practice Awards“ (mobiTED).



Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF)

Geschäftsstelle/ Office
c/o Skopos GmbH & Co. KG
Hans-Böckler-Str.163
50354 Hürth

Tel.: +49(0)2233-51-8298
Fax.: +49(0)2233-51-8449
E-Mail: office@dgof.de
Web: <http://www.dgof.de>

Die Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V. (DGOF) vertritt die Interessen der Online-Forscher im deutschen Sprachraum. Zu den Mitgliedern der DGOF zählen Wissenschaftler, Anwender und Unternehmen der deutschen und internationalen Gemeinschaft der Online-Forschung. Online-Forschung umfasst in erster Linie jegliche Art von Forschung, deren Gegenstand oder Mittel das Internet ist. Die DGOF unterstützt und fördert akademische und anwendungsbezogene Online-Forschung. Wichtig dabei sind die Akzeptanz, Diskussion und Weiterentwicklung der Methoden zur Erhebung von Daten mit Hilfe des Internets. Außerdem unterstützt die DGOF die internationale Anerkennung der Online-Forschung im deutschen Sprachraum. Weitere Informationen finden Sie unter www.dgof.de.



EXPERTENFORUM
ONLINEFORSCHUNG

WWG
Österreichische Werbewissenschaftliche Gesellschaft
an der Wirtschaftsuniversität Wien