

Internationaler
Kongress für Online-
Forschung in Bielefeld vom 21. bis 22.
März 2006

General Online Research 2006

Die Bedeutung der Online-Forschung wächst – rasant, wie manche Branchenkenner meinen. Die GOR ist das jährliche Stelldichein der Online-Szene – und damit die Gelegenheit, sich vor Ort über die neuesten Trends in Praxis und Wissenschaft zu informieren. Unsere Vorschau zeigt, was zu erwarten ist.

Die internationale Gemeinde der Online-Forscher trifft sich vom 21. bis 22. März in der Ravensberger Spinnerei in Bielefeld, wenn die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung (D.G.O.F.) zur GOR 2006 lädt. „Die D.G.O.F. erwartet dieses Jahr mindestens 400 Besucher auf der General Online Research in Bielefeld“, stellt der D.G.O.F.-Vorsitzende Olaf Wenzel fest, wobei etwa 30 Prozent aus dem nicht deutschsprachigen Ausland kommen sollen. „Die Anzahl der bisher erfolgten



Olaf Wenzel,
D.G.O.F.-Vorsitzender: Erfolgstrend setzt sich fort

Anmeldungen lässt darauf schließen, dass diese Zahl deutlich überschritten wird. Damit setzt sich der Erfolgstrend der GOR auch 2006 fort“, freut sich Wenzel. Erstmals findet die GOR in diesem Jahr nicht auf dem Campus einer Universität statt. Die Idee dazu sei schon vor mehr als einem Jahr geboren worden, so Wenzel weiter. Man wolle der Tatsache

Rechnung tragen, dass die GOR keine rein wissenschaftliche Veranstaltung für Akademiker sei, sondern Fragen aus der Praxis der Online-Forschung aufgreife. Außerdem soll Hauptsponsor TNS Infratest nicht ganz unbeteiligt gewesen sein, der in Form des ehemaligen Emnid-Institutes in Bielefeld ansässig ist. „Die General Online Research ist seit vielen Jahren fester Bestandteil unseres Kongress-Kalenders“, bekundet TNS Infratest-Geschäftsführer Hartmut Scheffler. Da sei das Engagement nur folgerichtig.

Fachkonferenz und Kongressmesse

Neben ihrem Charakter als Fachkonferenz ist die GOR gleichzeitig Kongressmesse. Auch dieses Jahr präsentieren sich Unternehmen der Branche

- vom Softwarehersteller über den Panelanbieter bis hin zum Marktforschungsinstitut, wie der Veranstalter mitteilt (siehe auch S. 16-17 dieser Ausgabe). Mehr als 20 Firmen seien entweder mit einem Messestand vertreten oder als Sponsoren oder Werbekunden aktiv. „Neue Geschäftsideen und Projekte bahnen sich an, alte Beziehungen werden gepflegt. Und so mancher erfolgreiche Kollege der kommerziellen Online-Forschung hat seine ersten Kontakte zur Branche auf einer zurückliegenden GOR geknüpft“, weiß Olaf Wenzel. „Die GOR ist das Get-Together der Online-Szene! Nicht zuletzt – oder vielleicht gerade – deshalb ist die legendäre GOR-Party das inoffizielle Highlight der GOR.“ Peter Wiegmann, Geschäftsführer des diesjährigen Party-Sponsors Interrogare, verspricht denn auch: „Die Party in Bielefeld wird richtig gut werden.“ (Siehe auch S. 30-31 dieser Ausgabe)

„Die GOR ist seit ihrer ersten Austragung 1997 in Köln immer ein Forum für den Austausch von Wissenschaftlern und Praktikern gewesen“, blickt Olaf Wenzel zurück und ist sich sicher, dass die GOR in ihrer thematischen Bandbreite – auch international – einzigartig ist. Entsprechend hat das Programmkomitee knapp 200 Einreichungen für Vorträge oder Poster und damit wiederum eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr registriert. Ergebnis bei Redaktionsschluss: 125 Vorträge, 16 Poster, sechs Workshops und zwei Paneldiskussionen.

**Research & Results
ist Medienpartner der GOR**
Wir freuen uns auf Ihren Besuch am
Stand von Research & Results

General Online Research 2006 – Time Table

Monday, March 20 2006		
12:00 – 17:30	Pre-Conference Workshop Program	7 Workshops (partly in parallel)
18:00 – 20:00	DGOF Membership Meeting	
20:00	Early Bird Meeting with Registration	
Tuesday, March 21 2006		
08:00	Registration	
08:45 – 09:15	Opening	
09:15 – 10:00	Keynote Speech	Social Networks of the Digital Individual
10:00 – 12:00	Conference Program / Coffee Break / Exhibition	Sessions 1-4 (in parallel)
12:00 – 13:15	Lunch & Exhibition	
13:15 – 18:30	Conference Program / Coffee Breaks / Exhibition	Panel Discussion; Sessions 5-13 (partly in parallel)
20:00	Conference Dinner	
22:00	GOR-Party	
Wednesday, March 22 2006		
09:00 – 12:30	Conference Program / Coffee Break / Exhibition	Panel Discussion; Sessions 14-20 (partly in parallel)
12:30 – 13:30	Lunch & Exhibition	
13:30 – 14:30	Posters & Exhibition	
14:30 – 17:15	Conference Program / Coffee Break / Exhibition	Sessions 21-28 (partly in parallel)
17:15 – 17:30	Feedback, poster prizes, GOR07 and Goodbye	



Ravensberger Spinnerei, Bielefeld

Internationales Vortragsprogramm

Das Programm der GOR (siehe Abbildung Time Table) umfasse sowohl methodische Beiträge zur Online-Datenerhebung als auch inhaltliche Beiträge zu verschiedenen aktuellen und klassischen Themen der Online-Forschung, erklärt Uwe Matzat, Vorsitzender der Programmkommission der GOR06. „Die Vortragenden sind universitäre und kommerzielle Forscher sowie Praktiker aus Unternehmen, die Methoden und Verfahren der Online-Forschung anwenden“, wie Matzat erläutert. Die GOR umfasse mit ihrem länderübergreifenden Publikum eine große Bandbreite aus der internationalen Online-Forschung.

Deutliche inhaltliche Schwerpunkte sollen Kohärenz schaffen. Zum einen gibt es laut Uwe Matzat einen kontinuierlichen Stream von Sessions, die sich mit Problemen der vor allem quantitativen „Datenerhebung in Onlineumgebungen“ befassen. Stichworte sind hier

GOR06: Das meinen Präsentatoren ...



Ulrike Creß, Psychologisches Institut, Universität Tübingen

Die GOR ist für uns als Vortragsplattform interessant, weil man dort ein sehr breites Spektrum an Adressaten erreichen kann: Hier kommen Wissenschaftler und Wirtschaftsvertreter zusammen, die sich vor ganz unterschiedlichen Hintergründen mit Online-Forschung beschäftigen. Und unser grundlagenorientierter und zugleich anwendungsrelevanter psychologischer Ansatz zum Wissensmanagement ist wiederum für all diese Beteiligten von Interesse.

tionelle und methodische Stärke unserer Studie zu überprüfen und revisionsbedürftige Punkte zu erhellern. Unser Paper befasst sich mit der Verbindung zwischen Offline- und Onlineformen von politischem Aktivismus und Involvement in die Gemeinschaft.



Andera Gadeib, Dialego

Dialego wird mit dem Beitrag „Virtual Research Worlds - Simulate the Difference! Efficient Concept Testing within Virtual Market Simulations Online“ vertreten sein. In dem Vortrag stellen wir das innovative Instrument FutureMarket mit dem virtuellen Shelf vor und erläutern die Vorgehensweise. Dabei stehen Validierungen aus dem Dialego Research Center im Vordergrund, die gemeinsam mit Industrie und Wissenschaft realisiert wurden.



Anja Göritz, Online-Forscherin, Universität Erlangen-Nürnberg

Ich besuche die GOR, um mich mit Kollegen auszutauschen. Ich selbst bin mit zwei Beiträgen vertreten. Im ersten Beitrag geht es um die Grenzen und Möglichkeiten von Instant Messaging (IM) zur Datenerhebung. Weil IM weit verbreitet ist und spezifische Vorzüge gegenüber anderen Methoden aufweist, erhoffe ich mir reges Interesse seitens der GOR-Besucher. Im zweiten Beitrag gehe ich der Frage nach, ob Verlosungen als Anreize für die Studienteilnahme im Rahmen von Online-Panels etwas bringen.



Dirk Helmold, rc - research & consulting

In den Vorträgen von rc möchten wir einerseits Themen vorstellen, die noch nicht gängige Praxis in der Anwendung des Mediums Online sind, und andererseits unsere Erfahrungen zur Diskussion stellen. Das erste Thema fokussiert das Stichprobenthema im weitesten Sinne. Der zweite Vortrag beschäftigt sich mit dem Thema alternativer Messmethoden: Quizzing steht für ein virtuelles Testverfahren, bei dem die Feasibility und Usability verschiedener Konzepte bei definierten Anwendungen gemessen werden.

Yael Levanon, Gustavo Mesch, Department of Sociology and Anthropology, University of Haifa, Israel

Die GOR ist für ihre hohe Qualität und ihren Schwerpunkt auf innovativer Forschung bekannt. Daher ist sie eine ideale Plattform, um die konzeptuelle



Uwe Matzat, Vorsitzender GOR-Programmkommission: Bandbreite internationaler Online-Forschung

die Sicherung der Datenqualität, bestehende und neue Methoden, Skalierung und Verzerrungen im Antwortverhalten. Zum anderen liegt ein Schwerpunkt in den Vorträgen zu inhaltlichen Fragen mit der Themengruppe „Online-Communities und soziale Netzwerke“. Für die Verknüpfung beider Themenstränge sorgen die Paneldiskussion am Dienstag zum Thema „Communities und/oder eCommerce: Wer sind die



Marc Smith, Microsoft Research: Keynote

Treiber für das Internet von morgen?“ sowie die Keynote von Marc Smith, Microsoft Research. „Zeigen werde ich die Ergebnisse unserer aktuellen Arbeit zur Vermessung und Visualisierung von Bereichen computervermittelter kollektiver Aktion. Wir haben einige interessante Resultate – und Bilder – von computervermittelten Gruppen in Usenet Newsgroups, Web-Boards und Blogging-Systemen“, verspricht Smith. www.gor.de

Fotos: Uni Tübingen, Uni Erlangen-Nürnberg, Dialego, rc

www.mafo-profi-line.de

Professionelle Marktforschung über alle Projektstufen hinweg!

Projektdesign & -management



Walburgisweg 10
90537 Feucht
Tel. 09128 / 91 22 92
www.marketing-research-office.de

Feldmanagement



Türkeistraße 14
90518 Altdorf
Tel. 09187 / 908 - 0
www.reisloehner.de

Datenerfassung & Auswertung



Martin-Albert-Straße 1
90491 Nürnberg
Tel. 0911 / 59 876 - 0
www.deba-datenauswertung.de