

R General Online Research 2007

Internationaler Kongress für Online-Forschung in Leipzig vom 26. bis 28. März 2007

Auf Schillers Spuren und gleichzeitig in der Moderne wird die internationale Gemeinde der Online-Forscher bei der diesjährigen GOR in Leipzig wandeln. Ein breites Themenspektrum bis hin zur Schnittmenge von Online-Forschung und Journalismus ist geboten – und vieles mehr, wie unsere Vorschau zeigt.



Vom 26. bis 28. März ist es wieder soweit – die Welt der universitären und kommerziellen Online-Forschung konzentriert sich auf einen Punkt, und das ist in diesem Jahr Leipzig. Zum neunten



D.G.O.F.-Vorsitzender Olaf Wenzel:
Forum für innovative Entwicklungen

Mal öffnet die GOR (General Online Research) ihre Pforten, zum ersten Mal in den neuen Bundesländern. „Leipzig ist eine pulsierende Stadt mit bewegter Vergangenheit“, meint der D.G.O.F.-Vorsitzende Olaf Wenzel. „Die GOR passt hier als Forum für innovative Entwicklungen im Rahmen der Online-Forschung – wie ich finde – besonders gut hin.“

Auch Martin Welker, D.G.O.F.-Vorstand und bei der Universität Leipzig für die lokale Organisation verantwortlich, freut sich über die Wahl des Tagungsortes. „Modernes und Historisches liegen hier eng beieinander“, erläutert Welker.



Martin Welker, D.G.O.F.-Vorstand:
Internet verändert Journalismus

„Die Medienstiftung der Sparkasse unterstützt die D.G.O.F. mit ihrem neuen, futuristischen Campus – die Räume wurden im Herbst 2006 eingeweiht. Das Gohliser Schlösschen als zweiter Tagungsort hingegen wurde schon von Schiller als Konzerthaus geschätzt.“ Interessierte können auch Schillers

nahe gelegenes Haus in Leipzig Gohlis besichtigen.

„Was als überschaubare Veranstaltung 1997 in Köln begann, hat sich mittlerweile als größte internationale Fachkonferenz und Kongressmesse zum Thema Online-Forschung etabliert“, beschreibt Olaf Wenzel die Bedeutung der GOR. „Dass ich mir ein umfassendes Bild über den Stand der Online-MaFo und Software machen konnte“, schilderte denn auch im vergangenen Jahr ein Besucher sein GOR-Erlebnis und ein anderer lobte die Mischung aus Praktikern, Methodologie und Sozialwissenschaft.

Internationales Publikum

Ende Januar verzeichneten die Veranstalter bereits mehr als 200 Anmeldungen. „Die G.O.R.07 ist eine Konferenz,

die gerade betriebliche Marktforscher sich nicht entgehen lassen sollten“, appelliert Stefan Althoff, Marketing Research Manager bei der Lufthansa Technik AG (LHT), an seine Kollegen. Die Online-Anmeldung (www.gor.de) ist weiterhin möglich, wobei teilweise Rabatte auf den Eintrittspreis eingeräumt werden, etwa für D.G.O.F.-Mitglieder und Besucher aus universitären Einrichtungen. Insgesamt werden etwa 400 Teilnehmer aus über 20 europäischen und außereuropäischen Ländern erwartet.



Stefan Althoff, Research Manager Lufthansa Technik

Das Programm der GOR07 besteht aus 134 Beiträgen, vier Workshops und zwei Paneldiskussionen und gibt nationalen und internationalen Praktikern und Wissenschaftlern die Möglichkeit, ihre Forschungen und Aktivitäten im Bereich Online einem Fachpublikum vorzustellen. Beispielsweise werden Lufthansa-Forscher Stefan Althoff und der topcom-Projektmanager Udo Dumke die Ergebnisse ihres gemeinschaftlichen Projektes „Magnitude Estimation Scaling Online“ präsentieren. In einer unternehmensweiten Onlinestudie der LHT wurden dazu zwei Methodentests eingebunden.

Grundsätzlich geht es auf der GOR sowohl um methodische Beiträge zur Online-Datenerhebung als auch um inhaltliche Beiträge zu verschiedenen aktuellen und klassischen Themen der Onlineforschung, erläutert Uwe Matzat von der Technischen Universität Eindhoven als Vorsitzender des Programmkomitees. „Gleichzeitig gibt es aber eine



Fotos: Masterprogramm Medien Leipzig, D.G.O.F., Lufthansa

gemeinsame Klammer bei den Forschern der GOR-Community: Im Vordergrund steht theoretisch-empirische Forschung, die problem- und ursachenorientiert ist“, betont Matzat, der wie schon in den vergangenen Jahren auf der GOR07 deutliche inhaltliche Schwerpunkte sieht. Durchgängig „ist die wachsende Bedeutung von so genannten ‚Web 2.0‘-Themen“. Weitere Schwerpunktthemen seien die Datenerhebung in Onlineumgebungen sowie Online-Communities und soziale Netzwerke.

Spannende Podiumsdiskussionen erwartet Olaf Wenzel. „Eine der Diskussionen dreht sich um die in Bewegung befindlichen Rahmenbedingungen für den Nachrichtenjournalismus“, kündigt Wenzel an. Martin Welker sieht dabei eine zunehmende Schnittmenge zwischen Journalistik, Informatik und Online-Forschung. „Das Internet verändert mit großen Schritten den klassischen



Uwe Matzat, D.G.O.F.-Vorstand: neue Entwicklungen in der Online-Forschung

Journalismus - nicht nur in Bezug auf das Medium, auch auf dessen Methoden“, stellt Welker fest und fügt hinzu: „Und à propos Medium: Die Online-Medien und Online-Werbung boomt, das freut auch die Online-Journalisten.“

In der zweiten Podiumsdiskussionsrunde wird ein Blick auf die zukünftige Entwicklung der Software für Online-Befragungen geworfen. Darüber disku-



tieren führende Vertreter von Online-Survey-Software und Statistik-Software. „Besonders positiv ist, dass sich auf den GOR-Konferenzen eine Themenpalette etabliert hat, die dafür sorgt, dass Probleme mit hinreichender Tiefe analysiert werden, die aber gleichzeitig auch neue Entwicklungen innerhalb der Onlineforschung aufgreift und vorantreibt“, charakterisiert Uwe Matzat das Programmangebot.

Mehr als 20 Aussteller und Sponsoren

Über 20 Unternehmen der Branche unterstützen die GOR als Aussteller oder Sponsor, bilanziert Olaf Wenzel erfreut. Dabei sei die gesamte Bandbreite der

Zunft von Full-Service-Instituten über Online-Panels bis zu den Softwarehäusern vertreten. „Eine gute Gelegenheit, sich die neuesten Tools einmal live demonstrieren zu lassen, Kontakte zu knüpfen oder einfach mal die Menschen persönlich kennen zu lernen, mit denen man bereits im Tagesgeschäft auf elektronischem oder telefonischem Wege in Berührung gekommen ist“, empfiehlt Wenzel und verheißt Studienabgängern auf der Suche nach einem Job in der Online-Forschung gute Chancen, den richtigen Ansprechpartner zu finden. Überhaupt sei die GOR schon immer der Szene-Treff gewesen. „Wir freuen uns auf eine anregende, interdisziplinäre Tagung“, betont Martin Welker, „und natürlich auf eine coole GOR-Party“.

www.gor.de

R Aussteller und Sponsoren der GOR07

Dabei sein ist alles



Jim Rimmer,
Managing Director Brainjuicer

Als eines der stärksten und innovativsten Online-Institute bringen wir preisgekrönte Forscher und patentierte Technik zusammen. Wir liefern Ergebnisse mit hohem Nutzen im Full-Service auf Basis quantitativer Forschung mit qualitativer Diagnose – und das bei Online-Geschwindigkeit und –Kosten. Wir stellen auf der GOR aus, weil wir überzeugt sind, dass Online die Zukunft der Forschung in Europa und darüber hinaus darstellt. Wir nutzen das Web, um den Markentiteln neue, aufregende Ansätze zu bieten.
www.brainjuicer.com



Bernd Hacker,
VP Client Development Ciao

Gern beteiligen wir uns dieses Jahr erstmalig auch als Aussteller an der GOR, weil sich diese Veranstaltung als feste Größe in der Branche etabliert hat. Nähe zu unseren Kunden und Partnern ist uns überaus wichtig, so dass wir hier hervorragend bestehende Kontakte pflegen und vertiefen beziehungsweise neue Kontakte aufbauen können. Auch wir haben einige interessante Neuerungen für unsere Kunden parat, die wir gern in persönlichen Gesprächen vorstellen werden.
www.ciao-group.com



Andera Gadeib,
Vorstand Dialago

Die GOR ist seit zehn Jahren die Leitveranstaltung für die Deutsche Online-Forschung und hat ihren festen Platz im Kalender aller Online-Forschungsinteressierten. Sie hat sich ihren wissenschaftlichen Charakter erhalten und bietet oft interessante Vorträge aus Universität und Institut. Ich würde mir wünschen, dass in Zukunft mehr Praxis bei der GOR Einzug hält und weniger Parallelveranstaltungen angeboten werden. Dabei wäre eine Fokussierung der Veranstaltung auf Online-Forschungsthemen empfehlenswert.
www.dialago.de



Dr. Lorenz Gräf,
Geschäftsführer Globalpark

„Unipark. The academic online-research network“ – mit diesem Selbstverständnis ist das Unipark-Programm von Globalpark dieses Jahr zum Relaunch angetreten. Zur GOR 2007 präsentiert es sich runderneuert dem Fachpublikum. Ich freue mich, dass wir mit Unipark erstmals als Sponsor der Konferenz auftreten. Außerdem unterstützen wir die Ausrichtung der traditionellen GOR-Party. Markus Weiß, Projektleiter des Unipark-Programms, wird dabei selbst als DJ mit Berliner Club-Erfahrung auflegen.
www.unipark.de



Uwe Lorenz,
Managing Director
Zentral- und Ost-Europa GMI

Als Anbieter von Software-Technologien ist für GMI der Austausch zu Neuentwicklungen in der Online-Marktforschung sehr wichtig. GMI wird auf der Messe das gesamte Portfolio von Software- und Serviceangeboten präsentieren und demonstriert unter anderem, wie das Produkt Media Intelligence die Online-Umfragen auf die Ebene eines interaktiven Dialogs bringt.
www.gmi-mr.com



Christian Decker,
Geschäftsführer Ingress

Auch in diesem Jahr werden wir wieder unsere Leistungen auf der GOR präsentieren. Im Mittelpunkt steht dabei unsere All-in-One-Software keyingress. Hier ist insbesondere die Verbindung von Online-Befragungen mit CATI- oder CAPI-Projekten interessant. Ein besonderes Augenmerk werden wir auf die Vorstellung unseres Panel-Moduls legen. Wir freuen uns auf viele spannende Gespräche und interessante Kontakte. Aber auch für das Rahmenprogramm sind unsere Erwartungen hoch.
www.ingress.de



**Christian Dicke, Marketing
und Vertrieb Interrogare**

Für Interrogare ist die GOR ein unverzichtbares Plenum für die marktrelevanten Entwicklungen der Onlineforschung. Nicht nur die Nähe zu universitären Forschern, sondern auch der enge Kontakt zu den Gesprächspartnern aus Instituten und Dienstleistern der Szene ermöglichen einen sehr guten Erfahrung- und Ideenaustausch mit stets fruchtbaren Ergebnissen. Die GOR trägt stark zur weiteren Integration und zum Selbstverständnis der Erhebungsform „CAWI“ in der Marktforschung bei. Interrogare wird auf der Podiumsdiskussion „Die Zukunft der Online-Umfrage-Software“ vertreten sein.
www.interrogare.de



**Herbert Höckel, Geschäftsführer
mo'web research**

Die GOR ist sicherlich eine der wichtigsten Veranstaltungen im Jahreskalender der Deutschen Online-Forschung. Für uns als international tätiges Institut für Online-Marktforschung stellt die GOR eine hervorragende Möglichkeit dar, unser Institut und Leistungsspektrum der interessierten Zielgruppe zu präsentieren. Wir hoffen durch unsere Teilnahme als Aussteller neue Kontakte zu knüpfen – sowohl zu Kunden, Partnern als auch zu Mitbewerbern.
www.mowebresearch.com



Marcel Maeder, NetQuestionnaires

NetQuestionnaires beteiligt sich nun zum dritten Mal und gehört zu den alten Bekannten der GOR. Seit fünf Jahren bieten wir ein äußerst benutzerfreundliches Programm, womit ohne Programmierkenntnisse auf professionellem Niveau Fragebögen erstellt und Umfragen durchgeführt werden können: übers Internet, mit PDA/Tablet-PC, telefonisch und auch „mixed mode“. Die GOR ist eine ideale Plattform, um uns in ungezwungener Atmosphäre einem professionellen Publikum zu präsentieren.
www.netq.de



Christoph Irmer,
Geschäftsführer ODC Services

Als eine der wichtigsten Veranstaltungen für die Online-Marktforschungsbranche im Jahr 2007 ist die GOR für uns die ideale Plattform, um unsere Feld- und Paneldienstleistungen einem breiten Publikum zu präsentieren. Der persönliche Kontakt zu unseren Kunden ist uns sehr wichtig, daher freuen wir uns darauf, bestehende Kundenbeziehungen zu pflegen und interessante neue Kontakte zu knüpfen. Auch und besonders im Hinblick auf den Austausch neuer Trends und Entwicklungen aus Wissenschaft und Praxis ist die GOR07 für uns natürlich ein Pflichttermin.
www.odc-services.com



Michael Baierl,
Account Manager Panelbiz

Panelbiz beteiligt sich an einem der wertvollsten Ereignisse der deutschen Marktforschung des Jahres, der GOR07, um über neueste Trends zu informieren und um Erfahrungen mit Wissenschaftlern, Anwendern und Unternehmern auszutauschen. Panelbiz ist ein Unternehmen der Verlagsgruppe Holtzbrinck und bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen der Online-Marktforschung (SampleOnly, Programmierung, Hosting, Panelbus).
www.panelbiz.com



**Holger Geißler, Senior
Manager psychonomics**

Die GOR ist die zentrale Konferenz für die Online-Forschung in Europa. Alle neuen Entwicklungen und Trends des Internets tauchen hier bereits auf, lange bevor sie andere Marktforschungskonferenzen erreichen. Das liegt zumeist an den herausragenden Keynote-Vorträgen. Aber auch in der Vielzahl der Vorträge und Workshops findet sich immer wieder eine Perle, aus der sich neue Anregungen für Instrumente in der Online-Marktforschung von psychonomics ergeben. Deshalb sind wir seit 99 bei der GOR dabei und bringen uns gerne auch dieses Jahr wieder in Form von Vorträgen, Posters, Workshops und als Sponsor ein.
www.psychonomics.de



**Dr. Frank Knapp,
Managing Director Psyma
Research+Consulting**

Die GOR bietet für uns immer wieder die Möglichkeit, neue Entwicklungen und Ideen kennen zu lernen und zu vertiefen. Die Mischung aus Sozialwissenschaften, Markt- und Sozialforschung sowie technischer Aspekte des Internets ist in dieser Form einmalig. Daher unterstützt Psyma gerne die GOR07.

www.psyma.com



**Marc Smaluhn,
Managing Director Central
Europe Research Now**

Wir glauben, dass neben den großen internationalen Instituten gerade die inhabergeführten und mittelständischen Häuser einen guten Überblick zur Online-Methodik in Leipzig gewinnen werden. Konkret stellen wir neue Befragungstechniken vor, die ab sofort für unsere Kunden einsetzbar sind. Diese Techniken führen zu einer hohen Akzeptanz für die Studienteilnehmer und einer noch besseren Qualität der Ergebnisse. Gleichzeitig ist es uns ein Anliegen, den Stellenwert der Online Marktforschung gemeinsam mit allen Ausstellern zu unterstreichen.

www.research-now.de



**Marc Sörgel,
Vertrieb/Marketing Rogator**

Die GOR bietet auch dieses Jahr wieder die Gelegenheit, die neuesten methodischen und technische Entwicklungen hautnah zu erleben. Die Rogator Software AG bietet Ihnen dieses Jahr als Hauptaussteller mit dem Internetcafé den perfekten Rahmen, um Entwicklungen zu diskutieren, Kontakte zu pflegen und in angenehmer Atmosphäre die Konferenz zu genießen. Selbstverständlich wird auch Rogator Ihnen in eigenen Workshops die neuesten technischen und methodischen Entwicklungen präsentieren.

www.rogator.de



**Dr. Otto Hellwig,
Vorstand Respondi**

Hochschulen bieten wir 2007 ein ganz besonderes Angebot: In Kooperation mit dem unipark-Programm wurden 2006 über

30 wissenschaftliche Online-Umfragen durch die Respondi AG kostenlos durchgeführt. Diese Zusammenarbeit mit Hochschulen hat auch im Jahr 2007 Bestand. Davon unabhängig arbeitet die Respondi AG nun im dritten Jahr exklusiv mit der ZUMA kontinuierlich an neuen Methoden der Online-Forschung. Teile dieser Zusammenarbeit werden auf der GOR07 in einem gemeinsamen Vortrag zu hören sein.

www.respondi-ag.de



**Olaf Hofmann,
Geschäftsführer Skopos**

Die GOR erfüllt für uns vor allem zwei Funktionen: Nähe zu wichtigen Grundlagenforschungsergebnissen, vor allem methodologischer Art (Research on Research) und Kontakt zu unseren Kunden. Da SKOPOS mittlerweile gut 30 Prozent aller Projekte online durchführt, sind die Gespräche mit Kunden vor Ort, aber auch mit Lieferanten für den Geschäftserfolg essentiell. Daher kommt es auch, dass wir uns seit Jahren bei den GOR's durch Vorträge sowie durch Ausstellungen und Sponsoring engagieren.

www.skopos.info



**Andrew Mairon, Global Commercial
Director TNS Global Interactive**

Wir freuen uns darauf, auch dieses Jahr als Sponsor der GOR auftreten zu können. Nach der sehr erfolgreichen GOR06 in Bielefeld ist es unser Anliegen, auch in diesem Jahr die qualitative Weiterentwicklung der Online-Marktforschung, auch im Interesse unserer Kunden, zu unterstützen. Fragestellungen rund um Stichprobengüte, Reliabilität der Messungen, Fragebogendesign bei Onlinebefragungen et cetera sind, nicht nur in Deutschland, derzeit im Zentrum der Diskussionen bei unseren Kunden und unter Kollegen. Wir freuen uns auf einen spannenden Dialog mit Ausstellern und Besuchern in Leipzig.

www.tns-global.com



**Boris von Heesen,
Managing Director Germany,
Toluna (Speedfacts)**

Als Mitglied der DGOF und einer der deutschen Innovatoren für Online-Forschung ist die GOR für die Toluna Germany GmbH (ehemals Speedfacts)

ein Muss. Wir schätzen die Konferenz nicht nur als Aussteller, sondern auch als Besucher des umfassenden Fachprogramms. Das wissenschaftliche Umfeld der GOR eignet sich hervorragend zur Vorstellung neuer Produkte und Ideen. So wird Toluna Germany in diesem Jahr die Gelegenheit nutzen, ihren neuen B2B-Panelansatz vorzustellen.

www.toluna-speedfacts.de



**Otje Mohrbeck, Leiter Vertrieb
und Marketing topcom**

Der Erfolg durch die erste Teilnahme an der GOR06 hat uns bestärkt, aktuelle Neuerungen in der Analyse von Online-Studien in diesem Jahr auf der GOR07 in Leipzig vorzustellen. Mit einer umfassenden Präsentation zum Leistungsportfolio innerhalb der Datenanalyse mit topStud und der Integration zu führenden Herstellern von Online-Systemen wollen wir dem Publikum der GOR einen Einblick in bisher nicht genutzte Auswertungspotenziale geben.

www.topcom.de



**Bodo Griehl,
Projektleiter Webfrager**

Die Webfrager GmbH war bereits im letzten Jahr Aussteller im Rahmen der GOR in Bielefeld. Aufgrund der ausgesprochen positiven Resonanz der Besucher auf unsere Leistungen haben wir uns entschieden, auch in diesem Jahr wieder dabei zu sein. Als Anbieter von hochwertigen Online-Felddienstleistungen ist es für uns natürlich ein „Muss“, methodisch jederzeit auf dem neuesten Stand zu sein. Und genau das kann man durch interessante Gespräche unter Kollegen und die spannenden Vorträge und Seminare auf der GOR erreichen.

www.webfrager.de



**Tim Bosenick,
Geschäftsführer SirValUse**

Nach Redaktionsschluss hat uns die Nachricht erreicht, dass SirValuse aus Hamburg auf der GOR ausstellen wird. Das Unternehmen analysiert und optimiert elektronische Interfaces in den Dimensionen Usability (Benutzerfreundlichkeit), Utility (Nützlichkeit), Design und emotionale Beziehung zur Marke. (Anm. der Redaktion)