

Donnerstag, 28.10.1999

09.30 Begrüßung und Eröffnungsansprachen

bis • K. Moser & B. Batinic [Lokale Organisation]

10.00 • W. L. Bernecker [Dekan der WiSo Fakultät Erlangen-Nürnberg]

10.00 **Fünf Jahre Online Forschung im deutschsprachigen Raum - eine Standortbestimmung** B. Batinic [Uni. Erlangen-Nürnberg]

bis 10.30

Online-Panels

Tests im Internet

10.45 **Online-Panels als Instrument für die qualitative Marktforschung**

Online Personality Assessment: Equivalence of traditional and WWW personality measures T. Buchanan [Uni. of Sunderland, UK]

bis 11.15 T. Aragonés [MR&S Market Research & Services GmbH, Frankfurt/M.]

11.15 **Online-Panels: ein Methodestest**

Zur psychometrischen Qualität von neu entwickelten internet-administrierten Leistungstests O. Wilhelm, A. Witthöft, P. McKnight, & A. Größler [Uni. Mannheim]

bis F. Maruccia [MediaTransfer AG, Hamburg]

11.45

12.00 bis 12.30 **Online Research and Decision Making / Keynote-Vortrag** M. H. Birnbaum [California State Uni., USA]

12.30 bis 12.50 **Informationsveranstaltung der DGOF e.V.** Vereinsvorstand

12.50 bis 13.15 **Informationsveranstaltung zu den Messeständen**

Oberflächen- und Strukturdesign

Virtuelle Gemeinschaften

14.15 **WWW-Befragungen: Fragebögen „am Stück“ oder „jede Frage einzeln“?** L. Gräf [Globalpark, Köln]

Virtuelle Communities als Strategie im Online Marketing – Ergebnisse einer Delphi-Studie D. Lobin & T. Rudeck [Uni. Dortmund]

bis 14.45

14.45 **Drop-out-Analyse: Wirkungen des Untersuchungsdesigns** F. Knapp & M. Heidingsfelder [psyma GmbH, Rückersdorf & Rogator AG, Nürnberg]

Online-Communities als Demokratisierungsagenten und Marketingparadigma. Praxiserfahrungen aus 7 Jahren Communitybetrieb und Ergebnisse empirischer Erhebungen G. Lukawetz [MediaClan. Gesellschaft für Online Medien, Wien]

bis 15.15

15.15 **Finanzieller Anreiz, persönliche Informationen und Abbruchrate in Online-Untersuchungen** A. Frick, M.T. Bächtiger, U.-D. Reips [Uni. Zürich]

Determinanten der Gemeinschaftsbildung in Computernetzwerken C. Fink & L. Gräf [Hamburg & Globalpark, Köln]

bis 15.45

15.45 **Motivation und Medienkompetenz als zentraler Erfolgsfaktor für virtuelle Seminare** K. J. Jonas, M. Boos & J. B. Walther [Uni. Göttingen]

Es lohnt sich, kohärent zu sein! C. Cornelius & M. Boos [Uni. Göttingen]

bis 16.30

16.30 **Mitarbeiterbefragungen via Intranet** M. Deutschmann [Uni. - GH Duisburg]

You'll find it at Fred Meyer – ein Fallbeispiel für strategisches Online-Marketing B. Stark, T. Döbler & I. Schmidt [Uni. Hohenheim]

bis 16.30

16.30 **Innovative Möglichkeiten dynamischer Fragebögen im Internet** A. Payrhuber & T. Schmuk [domestic DATA, Wien]

Mittelbarkeit von Emotionen in Computer vermittelter Kommunikation J. Hartig, N. Jude & H. Moosbrugger [Uni. Frankfurt]

Posterpräsentation

• **Online-Befragung als neues Instrument zur Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit interaktiver Software am Beispiel einer Internet-Anwendung** M. Richter [UBS AG, Zürich]

• **Ein intelligentes Informationsmanagementsystem als Basis für Workflow- und Wissensmanagement im Unternehmensnetz** I. Albrecht & E. Ehm [Pxlpark, Berlin]

• **Teilnahmeverhalten bei nicht-restringierten Web-Surveys als Quelle zur Beurteilung der Qualität eines Fragenprogramms** W. Bandilla & M. Bosnjak [ZUMA, Mannheim]

• **Online Research – Akzeptanz und Verbreitung** S. Spintig [Uni. Erlangen-Nürnberg]

• **Bindung an ein virtuelles Seminar – die Rolle von Erfahrungen, Motiven und Erwartungserfüllung** S. Utz & K. Sassenberg [Kath. Uni. Eichstätt]

• **Replikation evolutionspsychologischer Ergebnisse mittels Online Research – eifersuchtsbezogene Geschlechtsunterschiede in Szenarien vorgestellter sexueller vs. Emotionaler partnerschaftlicher Untreue** M. Voracek, S. Steiger & A. Gindl [Uni. Wien]

SoftwareDemonstrationen

• **SE/SB – ein freies Softwaretool zur Erstellung und Durchführung von Online-Umfragen** F. Korf [Infomatec, Augsburg]

• **Entwicklung und Implementierung einer markup-orientierten Sprache zur flexiblen Erstellung und Durchführung von WWW-Umfragen** D. Lübbert [Uni. Dortmund]

	Neue Verfahren I	Inhaltsanalysen	Kommunikation mit speziellen Zielgruppen im Internet
16.30 bis 17.00	Virtuelle Realitäten in der Online-Marktforschung: Untersuchungsansätze und empirische Erkenntnisse A. Gadeib [Dialego Online Market Research, Aachen]	Inhaltsanalyse: Holo-caust-Diskussion im Internet A. Schelske [Medien Tenor/ Institut für Medienanalysen, Leipzig]	Online Research mit Kindern U.-D. Reips [Uni. Zürich]
17.00 bis 17.30	Einsatz der Conjoint Analyse zur Messung individueller Präferenzen via Internet T. Melles & M. Luzar [Uni. Münster]	Inhaltsanalyse von Webseiten: Probleme und Lösungsansätze H. Klein [Intext, Gehren]	Online - Sport – Befragung '99: Nutzung von Online - Sportangeboten R. Scholz & J. Bacher [Sporthochschule Köln]
17.45 bis 18.45	Online Research: Entwicklungstrends [Podiumsdiskussion] Moderation: B. Batinic & A. Werner [Uni. Erlangen-Nürnberg & screen media consulting, Mannheim]		
ab 19.30	Abendveranstaltung mit Buffet und Getränken		

Messestände sind gebucht worden von:

Dialego Online Market Research [Aachen], domestic DATA [Wien], Globalpark [Köln], Interrogare [Bielefeld], psyma [Rückersdorf], Rogator AG [Nürnberg] und Siemens AG [München]



Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V.

Am 28. und 29. Oktober diesen Jahres findet in Nürnberg die 3. German Online Research Tagung statt. Die GOR'99 wird wie in den vergangenen beiden Jahren von der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung D.G.O.F. e.V. veranstaltet. Lokaler Organisator ist der Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialpsychologie [Prof. Dr. K. Moser] der Universität Erlangen-Nürnberg.

Im Mittelpunkt der Tagung stehen empirische Studien die sich mit dem Internet als Erhebungsinstrument bzw. Erhebungsgegenstand auseinandersetzen. Dies beinhaltet Themen wie: Qualitätsaspekte einer netz-basierten Datenerhebung, Online-Methoden in der Markt- und Meinungsforschung, Computer-vermittelte Kommunikation, Marketing im Internet usw. Neben Fachvorträgen wird es auf der GOR'99 Poster-präsentationen, Messestände und eine Podiums-diskussion geben.

Tagungsadresse Universität Erlangen-Nürnberg
WiSo Fakultät
Lange Gasse 20
90403 Nürnberg

Tel. 09 11/53 02 - 247
Fax. 09 11/53 02- 243
E-Mail gor99@dgof.de

Anmeldemöglichkeiten sowie weitere Informationen finden Sie stets aktuell unter:

<http://www.gor.de/>

DESIGN OLIVER-HAASE@ARTWORX.BYTE.NET

Mit freundlicher Unterstützung durch



Freitag, 29.10.1999

	<i>Virtuelle Organisationen</i>	<i>Online & Offline</i>	<i>Kommunikation im Internet</i>
09.00 bis 09.30	Mikropolitische Aus- handlungsprozesse in einer virtuellen Organisation [Sigma] – Das interpretative Paradigma in der Online-Forschung G. Sandhoff [GMD, Sankt Augustin]	Computer Literacy und computerbezo- gene Einstellungen: Zur Vergleichbarkeit von Online- und Paper - Pencil - Erhebungen T. Richter, J. Naumann & S. Noller [Uni. Köln]	Wie arbeiten Web- Kommunikatoren? NETPRÄSENT 1998: Fünf Anbietergruppen im Vergleich P. Rössler, N. Klövekorn & T. Rebuzzi [Uni. München]
09.30 bis 10.00	Multimedia in der unternehmensinternen Weiterbildung - eine Studie zu Entwick- lungsstand und –per- spektiven T. Döbler, B. Stark & C. Dold [Uni. Hohenheim]	The Image and Expe- rience of Internet M. Epple, R. Gue- noun, J. Schäfer & L. Cantoni [Ipsos GmbH, Hamburg]	Online-Kommuni- kationspartner-Innen und soziales Kapital qualitativ und quan- titativ erforschen K. Schönberger [Uni. Tübingen]
10.00 bis 10.30	Konzeption und Durchführung der Siemens Mitarbeiter- befragung via Intra- net mit kontinuierlicher Sofortauswer- tung durch deskripti- ve Maßzahlen W. Bauer & C. Haupt- mann [Siemens AG, München]	Online-Offline. Me- thodologische Erträ- ge einer Studie zur Internetnutzung zur Klärung einer Zen- tralkategorie des On- line-Research T. Berker [Uni. Frankfurt/M.]	Erwartungshal- tungen zu Preisinfor- mationen im Electronic Commerce B. Negelmann [Uni. Erlangen- Nürnberg]
	<i>Rekrutierung</i>	<i>CMC</i>	<i>Mensch-Maschine Dialog</i>
10.45 bis 11.15	Intercepts – Optionen zur Gewinnung von Studienteilnehmern im WWW A. Werner [screen media consulting, Mannheim]	Fragmentierung oder Integration – Unter- suchung zur thema- tischen Überschnei- dung von Mailinglists C. Stegbauer & A. Rausch [Uni. Frankfurt]	Zauberwort 'Interakti- vität': Evaluationsme- thoden und Optimie- rungsstrategien für dynamische Web- Applikationen M. Hil- debrandt, J. Mischke, D. Janetzko & H.A. Meyer [Uni. GH Kassel]
11.15 bis 11.45	Erste Ergebnisse ei- nes ganzheitlichen Ansatzes zur Erfor- schung der Wirkung von Werbebannern und Unternehmens- Web-Sites P. P. Buder [Hamburg]	Selbstaufmerksam- keit in der computer- vermittelten Kommu- nikation K. Sassen- berg, S. Rabung & M. Boos [Uni. Göttingen]	Der Computer als Bremsklotz und Schrittmacher: Funk- tionen von Warte- zeiten beim Explorie- ren von Web Sites H. A. Meyer, M. Hänze, E. Güntekin, M. Grebe, P. Brede & M. Hildebrandt [Uni. GH Kassel]

11.45 bis 12.15	Systematische Aus- fälle bei E-Mail- Umfragen: Ansätze zur Milderung von nonresponse - Pro- blemen M. Welker [Uni. Mannheim]	Beurteilung einer Do- zentin in einer tele- matischen Kommu- nikationssituation M. Paechter, K. Schwei- zer & B. Weidenmann [Uni. d. Bundeswehr, München]	Induzierbarkeit von Stimmungslagen über das WWW A. Göritz, B. Batinic, A. Goersch & K. Moser [Uni. Erlangen-Nürnberg]
12.30 bis 13.00	Belohnungen und Bestrafungen im Netz / Keynote-Vortrag N. Döring [Uni. Heidelberg]		
	<i>Neue und klassische Medien</i>	<i>Experimente und Netz</i>	
14.00 bis 14.30	An empirical comparision of tra- ditional and web-based experi- mental survey administration: Could it be that spamming is OK after all? B. F. Frey [Massey Uni. at Albany, New Zealand]	Web-Experiment zur Farbhar- monie in der Benutzeroberflächen- gestaltung B. Laugwitz [Uni. Mannheim]	
14.30 bis 15.00	Riepils Gesetz im Online-Zeit- alter: Eine Sekundäranalyse über die Grenzen der Substitution von Massenmedien durch das Inter- net L. M. Hagen [Uni. Erlangen- Nürnberg]	JavaScript-Probleme: "Das habe ich unmöglich wissen können" - Ein Web-Experiment zum Rever- sed Hindsight Bias S. Schwarz & U.-D. Reips [Uni. Mannheim/ Uni. Zürich]	
15.00 bis 15.30	Der Computer als Medium der Medienintegration: Ergebnisse und Erfahrungen einer interna- tionalen online/ offline-Delphi- Befragung K. Beck & A. Raulfs [Uni. Erfurt & ComCult Research]	Web-unterstütztes Experimentie- ren: Das Netz im Labor? K. Polkehr & H. Wandke [HU Berlin]	
	<i>Informationssuche und Navigationsstrategien</i>	<i>Neue Verfahren II</i>	
15.45 bis 16.15	Vergleich von Wissenserwerb und Navigationsstrategien bei li- nearen Texten und Hypertexten J. Waniek, A. Naumann & J. Kreams [TU Chemnitz]	Ehrliche Antworten auf peinliche Fragen: Die Randomized- Response Technik J. Musch [Uni. Bonn]	
16.15 bis 16.45	Informationssuche im WWW – Messung von Benutzerverhalten C. Hölscher [Uni. Freiburg]	Online-Analyse: Durchführung ei- ner bevölkerungsrepräsentativen Erhebung zur Ermittlung von Pla- nungsdaten für Online-Werbe- träger Holger Maaß [Fittkau & Maass, W3B Hamburg]	
16.45 bis 17.15	Online Research: Konsequenzen, Ziele & Initiativen [Abschlußdiskussion]		

Das Organisationsteam der GOR'99 setzt sich aus folgenden Personen zusammen:

Wolfgang Bandilla [ZUMA, Mannheim], Bernad Batinic [Universität Erlangen-Nürnberg], Michael Bosnjak [ZUMA, Mannheim], Lorenz Gräf [Globalpark, Köln], Klaus Moser [Universität Erlangen-Nürnberg], Ulf-D. Reips [Universität Zürich] und Andreas Werner [screen media consulting, Mannheim]



Deutsche Gesellschaft für Online Forschung e.V.

Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialpsychologie
Universität Erlangen-Nürnberg

GOR'99

German Online Research

<http://www.gor.de/>

28. und 29. Oktober 1999