

Intercepts – Optionen zur Gewinnung von Studienteilnehmern im WWW

Andreas Werner¹

Es ist hinlänglich bekannt, daß die „Banner-Click-Methode“ relativ ungeeignet ist um Teilnehmer für Webstudien zu gewinnen. Einerseits wirkt sich das Verfahren der Selbstselektion negativ auf die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse aus. Andererseits sinken die Clickraten stetig, so daß gewaltige Kontaktmengen gebucht werden müssen um Ausreichende Teilnehmerzahlen zu generieren. Das Verfahren der Teilnehmergewinning muß zwangsläufig aufdringlicher werden. Mittels Pop-up-Fragebögen lassen sich sehr viel leichter Studienteilnehmer gewinnen. Zudem ist es möglich auf der Ebene kontrollierter Netzwerke Stichproben zu ziehen und Ausschöpfungsraten zu bestimmen. Kontrollierte Netzwerke werden hier verstanden als Zusammenschlüsse von Sites, bei denen mindestens ein Element jedes Browser-Fensters zentral kontrolliert werden kann. Im Vortrag selbst werden die verschiedenen Möglichkeiten der Unterbrechenden Einfrage vorgestellt. Es werden Vor- und Nachteile verschiedener Einsatzmöglichkeiten erklärt sowie Ergebnisse verschiedener Studien präsentiert.

Schlüsselwörter: WWW-Befragung, Interview-Partner, Intercept

¹ Andreas Werner, Heinrich-Lanz-Str. 11, 68165 Mannheim, fon 0621-4465623
werner@pobox.com