

# > Internetnutzung in Markt- und Meinungsforschung

Datenerhebung und Ergebnispräsentation über Inter- und Intranet

von Josef Schmid, SPSS (Schweiz) AG  
Überarbeiteter Artikel, erschienen im Jahrbuch für Marketing Kommunikation

## INTERNET IN MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG

Umfragen sind seit jeher ein zentrales Werkzeug der Markt- und Meinungsforschung. Je nach vorhandenen Mitteln und zur Verfügung stehender Zeit werden Umfragen bis anhin mit persönlicher Face-to-Face Befragung, schriftlich / postalisch oder telefonisch durchgeführt. Auch die Präsentation der Resultate findet traditionellerweise mittels beachtlicher Papierberge statt.

In den letzten Jahren haben die Internetanschlüsse sowohl im Beruf als auch in Haushalten stark zugenommen. Mit dem Internet steht ein allgemein zugängliches und genutztes Medium zur Verfügung, welches den Umgang mit Umfragen stark verändert. Das Potenzial ist enorm: Fragebögen werden vermehrt auf dem Internet publiziert und über dieses vom angemalten Befragten ausgefüllt. Ebenso steht die Nutzung des Web für die Ergebnispräsentation noch ganz am Anfang, obwohl Resultate über das Internet viel schneller und einfacher einem Kunden zur Verfügung gestellt werden könnten als dies in Papierform möglich ist. Über das Internet ist es auch sehr einfach, bestimmte Inhalte, z.B. Befragungsergebnisse, gezielt nur einem bestimmten Benutzerkreis zur Verfügung zu stellen.

Bei der Betrachtung der Möglichkeiten, die das Web für die Markt- und Meinungsforschung bietet, nehmen wir hier zwischen Internet und Intranet keine Unterscheidung vor, da die Technologie bei Internet und Intranet dieselbe ist und der Unterschied im wesentlichen im Kreis der User besteht: beim Intranet ist der Zugriff im Gegensatz zum Internet in der Regel auf einen bestimmten Personenkreis, z.B. Mitarbeiter einer Firma, beschränkt.



## EIN MÖGLICHER ABLAUF FÜR EINE BEFRAGUNG ÜBER DAS WEB

Will man das Internet für eine Befragung nutzen, besteht bereits die Möglichkeit, dies in folgenden Schritten zu machen:

Auf dem PC wird mit einer Spezialsoftware ein Fragebogen erstellt. Der Fragebogen wird direkt auf einen Datensammlungs-/Webserver publiziert. Dieser beinhaltet im gleichen direkt eine Art kleine Datenbank, die zur Ablage ausgefüllter Bogen dient. Sobald auf dem Webserver der Fragebogen freigegeben wird, kann der Fragebogen ausgefüllt werden, wenn die URL (=Pfad) bekannt ist und grundsätzlich ein Zugriff auf den entsprechenden Server möglich ist. Sobald die Befragung abgeschlossen ist, steht der Datensatz zur Auswertung zur Verfügung und kann sofort auf Knopfdruck ausgewertet werden.

Die Resultate - in der Regel Tabellen, Grafiken und Kommentare - werden nicht ausgedruckt, sondern wiederum auf einem Webserver platziert, wo sie interessierten Kreisen, die über eine entsprechende Berechtigung verfügen, zur Verfügung stehen. Optional ist es den Benutzerinnen und Benutzern sogar möglich, interaktiv in den Resultaten zu „surfen“, das heisst, auf der Webseite eine eigene Sicht aufzurufen. Dieser Ablauf ist keineswegs eine Utopie, sondern es stehen schon heute sämtliche dafür benötigte Teile sozusagen „pfannenfertig“ zur Verfügung. Wieso solche internetbasierten Techniken noch eher selten zum Einsatz kommen, dürfte zum grossen Teil auf grundsätzliche Bedenken zurückzuführen sein.

Für Befragungen mit klassischer Anlage wie z.B. repräsentative Bevölkerungsstudien dürfte das Internet noch nicht den nötigen Verbreitungs- und Selbstverständlichkeitsgrad haben, um wirklich repräsentative Stichproben zu ermöglichen. Solche Anlagen sind vorerst noch auf traditionelle Methoden angewiesen, welche Repräsentativität gewährleisten - Repräsentativität in dem Sinne, dass keine systematischen Verfälschungen entstehen durch einen ungleichen Zugang zum Fragebogen der zu Befragenden.

Andere Studienanlagen hingegen sind bereits heute prädestiniert für den Einsatz dieses modernen Instrumentariums: so bietet sich in der Regel das Intranet für zeitkritische Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterbefragungen geradezu an, oder auch Lieferanten- und/oder Kundenbefragungen können - selbstverständlich unterschiedlich je nach Sektor - als geeignete Felder betrachtet werden.



## DATENSAMMLUNG ÜBER DAS INTERNET

Es existieren schon heute etliche Datensammlungstools für das Inter- und Intranet. Wer öfters das Internet benutzt, ist sicherlich auch schon auf Fragebogen gestossen, auch solche, die auf das Klickverhalten spezifisch reagieren. Grundsätzlich können drei Typen von Datensammlungsmethoden unterschieden werden:

- > **EIGENE AUSPROGRAMMIERUNG** einer Befragung über HTML: erfahrenen HTML-Programmierern ist es ohne weiteres möglich, einen Fragebogen zu programmieren und die Resultate in einer Datenbank zu erfassen. Ein solches Vorgehen gestaltet sich aber in der Regel als eher zeitintensiv und ist Insidern vorbehalten.
- > **FORMULARBASIERTE FRAGEBOGEN** sind von der Gestaltung her Papierfragebogen nachempfunden und können mit entsprechenden Tools sehr schnell erstellt werden. Solche Fragebogen unterstützen auch ‚Sprünge‘ (auf bestimmte Antworten werden entsprechend Fragen übersprungen) und Gültigkeitsregeln. Ein Nachteil ist, dass übersprungene Fragen weiterhin sichtbar bleiben. Allerdings gibt es heute bereits Tools, die es auch Programmierlaien erlauben, in kürzester Zeit einen solchen Bogen aufzubauen, einschliesslich Drop-Down-Menus, Radiobuttons etc.
- > **FRAGENBASIERTE FRAGEBOGEN** zeigen jeweils nur eine einzige Frage am Bildschirm. Entsprechend der erhaltenen Antwort wird dynamisch die nächste Frage aufgebaut. Jede antwortende Person erhält also einen individuell gestalteten Fragebogen, je nach den gegebenen Antworten. Hier ist die Integration von Multimedia-Elementen möglich (z.B. Abspielen eines passenden Musikstückes o.ä.).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Ausprogrammierung eigener Erhebungsbogen wohl immer seltener werden wird, dass sich formularbasierte Methoden am ehesten für die schnelle und unkomplizierte Erstellung einer Befragung eignen und dass fragenbasierte Erhebungen sozusagen das ‚high-end‘ darstellen, das sich entsprechend aufwendiger gestaltet. Auf alle Fälle lohnt es sich, bei der Konstruktion eines Bogens auf folgende Kriterien zu achten:

- > **DOWNLOADZEITEN:** Kurze Downloadzeiten, da zu lange Downloadzeiten die Rücklaufquote entscheidend vermindern. Auf aufwendige Graphiken etc. sollte möglichst verzichtet werden, um die Downloadzeiten nicht unnötig zu verlängern. Möglichst keine Applets für die Antwortenden erforderlich machen (Programmteile, die heruntergeladen werden müssen und sich in den Browser der Antwortenden integrieren).
- > **KOMPATIBILITÄT:** Auf Kompatibilität des Bogens für die verschiedenen Browser (Microsoft Internet Explorer vs. Netscape, Opera etc.) achten.
- > **SICHERHEIT:** Auch der Aspekt der Sicherheit sollte berücksichtigt werden. So stellen sich beispielsweise Fragen wie: Soll verhindert werden, dass die gleiche Person denselben Bogen mehrmals ausfüllt? Welches Niveau der Sicherheit ist nötig? Reicht es beispielsweise, mit einem Cookie zu arbeiten (eine Markierung auf dem PC der ausfüllenden Person, die das Ausfüllen weiterer Bogen verhindert), oder brauche ich Passwort-Security?

Von der Beantwortung dieser Fragen hängt ab, ob eventuell zusätzliche Programmteile benötigt werden. Häufig stellen Standardtools schon ein Grundinstrumentarium zur Verfügung.

## AUSWERTUNG

Sobald die Erhebungsphase abgeschlossen ist, beginnt die Auswertung. Diese sollte in der Regel möglichst schnell erfolgen, am besten auf Knopfdruck. Also sollte sie entsprechend vorbereitet sein. Wichtig ist hier, dass die Daten schon korrekt aufbereitet im richtigen Format vom Erhebungstool zur Verfügung gestellt werden, und dass das Erhebungstool automatisch eine möglichst umfassende Datenüberprüfung vorgenommen hat. Trotzdem ist in der Regel vor der Auswertung eine zusätzliche Plausibilitätsprüfung der Resultate nötig.

Idealerweise verfügt das Auswertungstool über Automatisierungsfähigkeiten. D.h. die Auswertung wird mit einem Teilfile vorbereitet, das Vorgehen also als ‚Makro‘ abgespeichert, und schliesslich wird die endgültige Auswertung auf Knopfdruck als Ganze ausgeführt. Selbstverständlich ist es wichtig, dass die Resultate ohne aufwendige Nachformatierungen präsentationsreif erstellt werden können und zwar sowohl als Tabellen wie auch in graphischer Form.

## ERGEBNISPRÄSENTATION ÜBER INTERNET

In den meisten Fällen werden die Ergebnisse von Studien noch in Form von Papierberichten, begleitet von umfangreichen Tabellenbänden, präsentiert. Auch hier kann das Internet eine wesentliche Beschleunigung des ganzen Prozesses bewirken - und zu einer Vermeidung von unnötigen Papiermassen beitragen. Die Präsentation von Ergebnissen per Internet kann grundsätzlich auf zwei Arten erfolgen:

- > EXPORT DER RESULTATE ALS HTML und Publikation. Das heisst, dass die produzierten Tabellen und Grafiken nicht nur im proprietären Format des verwendeten Auswertungsprogrammes abgespeichert und gegebenenfalls ausgedruckt, sondern dass die gesamten Resultate direkt als HTML, also Internet-publizierbar, ausgegeben werden. Dies stellt einen sehr einfachen und schnellen Weg dar - moderne Auswertungstools sind in der Lage, Ausgabedateien direkt als HTML zu exportieren (formatiert und einschliesslich Grafiken). Diese Methode hat den Vorteil, dass sie sehr schnell und unkompliziert anwendbar ist, hat aber den Nachteil, dass ein Tabellenband umfangmässig auf dem Web repliziert wird, ohne dass Optimierungsmöglichkeiten, die die elektronische Publikation bietet, ausgenutzt werden.
- > DYNAMISCHE PRÄSENTATION der Resultate auf dem Web: Eleganter aber auch etwas aufwendiger ist es, die Vorteile einer elektronischen Präsentation so zu nutzen, dass Tabellen und Grafiken nicht einfach ‚as is‘ auf das Web gestellt werden, sondern dass sie in dynamische Einheiten umgewandelt werden. Dies heisst, dass ein Benutzer auf dem Internet über Pulldown-Menüs und ähnliches interaktiv die Auswertung, die er wünscht, auswählen kann und sich nicht durch eine grosse Menge von Tabellen, die ihn gar nicht interessieren, bewegen muss. Technisch heisst dies, dass der Resultatband in logische Elemente aufgelöst wird, die ihrerseits in einer SQL-Datenbank gespeichert werden. So kann ein ganzer Tabellenband auf relativ wenige logische Elemente reduziert werden, die aber ihrerseits dynamische Eigenschaften haben. Aus der Sicht einer Tabelle zur Mitarbeiterzufriedenheit insgesamt kann beispielsweise direkt zur Ansicht auf die Zufriedenheitswerte der Mitarbeiter aus der Filiale XY gewechselt werden. Hier kann untersucht werden, ob es einen Unterschied gibt in der Zufriedenheit z.B. zwischen Männern und Frauen, verschiedenen Altersklassen, usw.

Bereits heute werden solche dynamischen Standardelemente durch moderne Auswertungstools schnell und einfach erzeugt. Besonders interessant ist, dass der Transfer solcher dynamischer Elemente auf das Web mittels weniger Mausklicks - also sehr einfach - erfolgen kann. Hinter der Publikationsengine liegt ein differenziertes Berechtigungssystem, das garantiert, dass jeder Besucher nur das einsehen kann, was für ihn bestimmt ist.

## INTERNET UND MARKTFORSCHUNG

Es zeichnet sich ab, dass auch in der klassischen Marktforschung das Internet zunehmend für Befragungen und Ergebnispräsentation genutzt werden wird. Bei der Durchführung von Befragungen konzentriert sich die Anwendung vorerst noch auf bestimmte prädestinierte Bereiche. Durch die Verwendung der Internettechnologie kann so wesentlich Zeit eingespart werden. Bei der elektronischen Ergebnispräsentation ist zu hoffen, dass auch seitens der Auftraggeber die Akzeptanz elektronischer Formen zunehmen wird, denn nur allzu oft verstauben dicke Tabellenbände ungelesen in den Regalen.

Bei der Auswahl von Tools für Datensammlung und Ergebnispräsentation auf dem Internet lohnt es sich, auf ein optimales Zusammenwirken der verschiedenen Bestandteile zu achten. Dies kann wiederum zu wesentlichen Zeitersparnissen führen. Schon heute stehen für Datensammlung, Auswertung und Ergebnispräsentation einfach zu bedienende und effiziente Tools zur Verfügung.

[WWW.ONLINE-BEFRAGUNGEN.CH](http://WWW.ONLINE-BEFRAGUNGEN.CH)

[WWW.SPSS.CH](http://WWW.SPSS.CH)

