

Nikolaus Jakob · Harald Schoen
Thomas Zerback (Hrsg.)

Sozialforschung im Internet

Methodologie und Praxis
der Online-Befragung

LEHRBUCH



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Nikolaus Jakob · Harald Schoen · Thomas Zerback (Hrsg.)

Sozialforschung im Internet

Nikolaus Jakob · Harald Schoen
Thomas Zerback (Hrsg.)

Sozialforschung im Internet

Methodologie und Praxis
der Online-Befragung



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Frank Schindler

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16071-9

Inhaltsverzeichnis

Einführung

Thomas Zerback, Harald Schoen, Nikolaus Jakob & Stefanie Schlereth
Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet – Eine Analyse zur Nutzung
von Online-Umfragen in den Sozialwissenschaften 15

Martin Welker & Uwe Matzat
Online-Forschung: Gegenstände, Entwicklung, Institutionalisierung und
Ausdifferenzierung eines neuen Forschungszweiges 33

Thomas Roessing
Internet für Online-Forscher: Protokolle, Dienste und Kommunikationsmodi 49

Methodologische Studien

Marcus Maurer & Olaf Jandura
Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und
Validität von Online-Befragungen 61

Manuela Pötschke
Potentiale von Online-Befragungen: Erfahrungen aus der Hochschulforschung 75

Monika Taddicken
Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung: Zusammenhänge
zwischen computervermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte 91

Nina Baur & Michael J. Florian
Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen 109

Wolfgang Bandilla, Lars Kaczmarek, Michael Blohm & Wolfgang Neubarth
Coverage- und Nonresponse-Effekte bei Online-Bevölkerungsumfragen 129

Thorsten Faas & Harald Schoen
Fallen Gewichte ins Gewicht? Eine Analyse am Beispiel dreier Umfragen
zur Bundestagswahl 2002 145

<i>Marek Fuchs & Frederik Funke</i> Die video-unterstützte Online-Befragung: Soziale Präsenz, soziale Erwünschtheit und Underreporting sensitiver Informationen	159
<i>Udo Kelle, Alexandra Tobor & Brigitte Metje</i> Qualitative Evaluationsforschung im Internet – Online-Foren als Werkzeuge interpretativer Sozialforschung	181
<i>Michael Schulte-Mecklenbeck & Ryan O. Murphy</i> Prozessdaten online erheben: Verschiedene Methoden im Überblick	197

Fallstudien

<i>Ansgar Wolsing & Thorsten Faas</i> Können offene Online-Umfragen dynamische Prozesse der Einstellungsentwicklung erfassen?	213
<i>Philipp Pohlenz, Jan-Peter Hagenmüller & Frank Niedermeier</i> Ein Online-Panel zur Analyse von Studienbiographien. Qualitätssicherung von Lehre und Studium durch webbasierte Sozialforschung	233
<i>Falk Schützenmeister & Maike Bußmann</i> Online-Befragungen in der Wissenschaftsforschung	245
<i>Senja Post</i> Speziell und hochengagiert – Eine Online-Befragung der deutschen Klimaforscher	261
<i>Dorette Wesemann, Alexandra Grunwald & Martin Grunwald</i> Vergleich verschiedener Befragungszeiträume bei Online-Befragungen von Betroffenen mit Essstörungen und deren Angehörigen	273
<i>Nina Kahnwald & Thomas Köhler</i> Die Sifa-Langzeitstudie: Design und Umsetzung einer Online-Erhebung zur Tätigkeit von Fachkräften für Arbeitssicherheit	289
<i>Roger Berger, Marta Burek & Christiane Saller</i> Online-Vignettenexperimente. Methode und Anwendung auf spieltheoretische Analysen	305
<i>Jürgen Maier & Frank Brettschneider</i> Wirkungen von Umfrageberichterstattung auf Wählerverhalten: Ein Online-Experiment zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg 2006, Rheinland-Pfalz 2006 und Hessen 2008.	321

<i>Thorsten Faas, Sebastian Holler & Ansgar Wolsing</i> Wenig Aufwand, viel Ertrag? Erfahrungen aus acht Online-Befragungen von Direktkandidaten bei Landtagswahlen	339
<i>Kathleen Arendt & Patrick Rössler</i> Kinder online befragen – Herausforderungen und erste Erfahrungen am Beispiel einer Kampagnenevaluation	355
Zu den Autoren	371

Vorwort

Von Nikolaus Jakob, Harald Schoen & Thomas Zerback

In den letzten Jahren hat die Online-Befragung als Forschungsmethode deutlich an Beliebtheit und an Stellenwert gewonnen. Es wird geschätzt – und kann auf Basis von Daten ganz unterschiedlicher Quellen untermauert werden –, dass heute bereits rund ein Drittel aller weltweit durchgeführten Umfragen Online-Befragungen sind.¹ Und es ist nicht ausgeschlossen, dass für die Mehrheit aller Befragungen in Zukunft die Möglichkeiten des World Wide Web genutzt werden. Das ist jedoch Spekulation. Fest steht hingegen, dass zur raschen Verbreitung des neuen Instruments nicht ein eng umrissener Personenkreis beigetragen hat. Vielmehr haben Personen unterschiedlichster Provenienz und mit durchaus nicht einheitlichen Zielsetzungen und Interessen diese neue Methode eingesetzt. Kommerzielle Markt- und Meinungsforscher haben die Online-Befragung als Ergänzung ihres Methodenarsenals entdeckt. Andere Anwender in Unternehmen setzen sie für Mitarbeiterbefragungen ein. Ganz ähnlich bedienen sich Hochschulen dieses Instruments, um beispielsweise Evaluationen von Lehrveranstaltungen durchzuführen. In der akademischen Welt, aber nicht nur dort, haben sich Methodenspezialisten dieses Verfahrens angenommen, um dessen Stärken und Schwächen auszuloten. Technische Grundlagen und Möglichkeiten stehen im Mittelpunkt des Interesses von Informatikern, die sich mit der Online-Befragung befassen. Für viele Kommunikationswissenschaftler, Ökonomen, Politikwissenschaftler, Psychologen, Soziologen und Wissenschaftler anderer Disziplinen schließlich ist die Online-Befragung vor allem deshalb interessant, weil sie es erlaubt, mit vergleichsweise geringem Aufwand Umfragedaten zu erheben, mit deren Hilfe sie ihre fachwissenschaftlichen Fragen bearbeiten können. Bereits diese knappe Skizze zeigt, dass die Gemeinde der Online-Forscher vielgestaltig und facettenreich ist.²

Diese Vielfalt ist freilich nicht unbedingt allen Mitgliedern dieser *Community* bewusst. Das ist nur allzu verständlich, da sie sich bevorzugt für ihre Spezialgebiete interessieren und nicht für die Entwicklung des Forschungsfeldes „Online-Befragung“. Zugleich könnten sich Kenntnisse über die vielfältigen Problemperspektiven, Methoden und Befunde jedoch als nützlich erweisen, und zwar für jeden einzelnen Forscher wie für die Gemeinschaft. Einzelne Nutzer könnten etwa davon profitieren, das Instrument als eine Option oder aber bereits erprobte technische Lösungen bei der Durchführung von Online-Befragungen kennenzulernen. Sie könnten jedoch auch inhaltliche Anregungen für eigene Untersuchungen erhalten, sei es, dass ihr Interesse an substantiellen Fragen geweckt wird, sei es, dass theoretische Perspektiven ihnen neue intellektuelle Horizonte eröffnen. Schließlich könnte die wechselseitige Kenntnis der erste Schritt auf dem Weg zu einer fruchtbaren Zusammenarbeit sein. Für das Forschungsgebiet insgesamt könnte es insofern von Vorteil sein, als der

¹ Vgl. u.a. Evans & Mathur 2005: 196; Deutskens u.a. 2006: 119; vgl. auch www.adm-ev.de [Jahresbericht 2007].

² Es existiert bereits ein großer Bestand an Forschungsliteratur – sowohl aus der Methodenforschung als auch im Kontext der jeweiligen sozialwissenschaftlichen Forschungsgegenstände (vgl. als Überblick z.B. Batinić et al. 1999; Couper 2000; Reips & Bosnjak 2001; Welker et al. 2004; Welker & Wenzel 2007). Beispielhaft für die Einsatzmöglichkeiten in der Sozialforschung sei weiterhin die Studie von Jakob et al. (2008) genannt.

Austausch von Ideen und Erkenntnissen eine wichtige Voraussetzung für wissenschaftlichen Fortschritt darstellt.

Einen Beitrag, die Vielgestaltigkeit der Forschung zu und mit Online-Befragungen abzubilden und die interdisziplinäre Kommunikation anzuregen, soll der vorliegende Band leisten. Er versammelt Aufsätze von Autoren unterschiedlichster Herkunft und zu verschiedenartigen Problemperspektiven. Um die beschriebene Vielgestaltigkeit des mit Online-Befragungen befassten Forschungsfeldes möglichst umfassend abzubilden, erging im Frühjahr 2007 ein Call for Papers an die Methodensektionen aller großen Fachgesellschaften in den Sozialwissenschaften (u.a. Kommunikationswissenschaft, Pädagogik, Politikwissenschaft, Psychologie, Soziologie), mit der Bitte, geeignete Beiträge einzureichen. Dabei standen zwei Aspekte im Mittelpunkt, die auch die Gliederung des vorliegenden Buches vorgeben: *erstens* die Methodologie der Online-Befragung (bzw. des Online-Experiments) und *zweitens* die praktische Anwendung in der Forschung.

Der nun vorliegende Band enthält daher Beiträge, die sich generell mit methodischen Fragen beschäftigen und damit die Möglichkeiten und Grenzen des Instruments ausloten (*Teil 2*): Wichtige Themen in diesem Methodenteil des Buches sind u.a. die vieldiskutierten Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen sowie der oftmals kritisierte Mangel an Repräsentativität und Validität dieses Erhebungsmodus. Die Beiträge von Marcus Maurer und Olaf Jandura sowie von Nina Baur und Michael J. Florian loten entsprechend aus, mit welchen Problemen Wissenschaftler in diesem Kontext konfrontiert werden und wo sich potenzielle Lösungsmöglichkeiten auftun. Dass der Einsatz von Online-Befragungen jedoch nicht nur methodische Probleme bereitet, sondern auch eine Fülle von Chancen und neuen Perspektiven bietet, zeigen die Beiträge von Manuela Pötschke, Marek Fuchs und Frederik Funke sowie Udo Kelle, Alexandra Tobor und Brigitte Metje. Auch wenn diese Beiträge nur ausschnittsweise die Potentiale des neuen Erhebungsmodus dokumentieren – so etwa für die Hochschulforschung, für qualitative Sozialforschung sowie für den Einsatz multimedialer Messinstrumente – wird die Nützlichkeit der Online-Befragung für die sozialwissenschaftliche Methodenlehre und Forschung unterstrichen. Typische Fragestellungen der sozialwissenschaftlichen Methodologie greifen schließlich die Beiträge von Monika Taddicken, von Wolfgang Bandilla, Lars Kaczmirek, Michael Blohm und Wolfgang Neubarth sowie von Thorsten Faas und Harald Schoen auf: So werden Methodeneffekte auf die erreichbare Datengüte, Coverage- und Nonresponse-Effekte bei Bevölkerungsumfragen und die Möglichkeiten von Gewichtungungsverfahren bei online erhobenen Daten diskutiert. Den Abschluss des Methodenteils bildet ein Beitrag von Michael Schulte-Mecklenbeck und Ryan O. Murphy, die den Lesern Verfahren zur Erhebung von Prozessdaten vorstellen, d.h. aufzeigen, wie dem Methodenforscher durch bestimmte Softwarelösungen Einsicht in die Benutzung seiner Instrumente im Feld gewährt werden kann.

Neben den methodenorientierten Beiträgen wurden Texte aufgenommen, die im Sinne von Fallbeispielen das Design und die Ergebnisse von Online-Befragungen vorstellen (*Teil 3*). Einige dieser Arbeiten zeigen Möglichkeiten und Grenzen von Online-Befragungen in speziellen Populationen auf. Philipp Pohlenz, Jan-Peter Hagenmüller und Frank Niedermeier präsentieren in ihrer Fallstudie Anwendungsmöglichkeiten für Online-Befragungen in der Hochschulforschung. Falk Schützenmeister und Maike Bußmann sowie Senja Post stellen jeweils Studien vor, die auf Befragungen von Wissenschaftlern beruhen. Dorette Wesemann, Alexandra Grunwald und Martin Grunwald zeigen am Beispiel von an Essstörungen Erkrankten und deren Betroffenen auf, wie Online-Befragungen in sensiblen Bereichen der psychologischen Forschung zum Einsatz kommen können. Nina Kahnwald und

Thomas Köhler beschäftigen sich mit Online-Befragungen in der betrieblichen Arbeitswelt – konkret mit der Erhebung von Informationen über Fachkräfte für Arbeitssicherheit. Thorsten Faas, Sebastian Holler und Ansgar Wolsing berichten über Erfahrungen mit Online-Befragungen von Direktkandidaten bei verschiedenen Landtagswahlen. Kathleen Arendt und Patrick Rössler zeigen, welche Probleme sich bei der online Befragung von Kindern auftun. Ansgar Wolsing und Thorsten Faas untersuchen, welchen Beitrag offene Online-Umfragen leisten können, die Entwicklung der öffentlichen Meinung in Wahlkämpfen zutreffend abzubilden. Zwei Beiträge kombinieren die Online-Befragung mit einem experimentellen Design: Jürgen Maier und Frank Brettschneider setzen dieses Instrument ein, um Wirkungen von Wahlumfragen auf die Wahlentscheidung zu analysieren. Und Roger Berger, Marta Burek und Christiane Saller schließlich präsentieren eine Fallstudie zum Einsatz von Online-Befragungen in Vignetten-Experimenten.

Den beiden großen thematischen Blöcken dieses Buches ist eine Einführung (*Teil 1*) vorangestellt, in der Thomas Zerback, Harald Schoen, Nikolaus Jakob und Stefanie Schlehreth sowie Martin Welker und Uwe Matzat zeigen, wie weit die Online-Befragung als Methode mittlerweile in den Sozialwissenschaften etabliert ist, wie sie Eingang in einschlägige Journals der Fächer gefunden hat und welche organisatorischen Strukturen sich um das Instrument und die mit ihm befassten Forscher herum gebildet haben. Außerdem gibt Thomas Roessing einen kurzen Überblick über die (technischen) Möglichkeiten des Internets als Forschungsplattform.

In der Zusammenschau vermitteln die Beiträge dieses Buches einen Eindruck davon, wie dynamisch sich die Online-Forschung in den vergangenen Jahren entwickelt und ausdifferenziert hat. Zugleich wird erkennbar, über wie viele disziplinäre und andere Grenzen hinweg die Online-Befragung verbindend wirken kann. Diese Funktion kann dieser Band nur deshalb erfüllen, weil zahlreiche Beiträge eingereicht wurden, die zu qualitativ hochwertigen und informativen Kapiteln für dieses Buch geführt haben. Den Autoren Kapitel muss hier ebenso gedankt werden, wie den anonymen Gutachtern, die in einem für alle Seiten (Autoren, Herausgeber und Gutachter) arbeitsintensiven aber ungemein fruchtbaren Prozess immer wieder den richtigen Weg gewiesen haben. Dank gebührt ebenfalls Herrn Martin Welker und der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V.: Durch die finanzielle Förderung von Seiten der D.G.O.F. wurde es den Herausgebern ermöglicht, eine Inhaltsanalyse von Fachzeitschriften zu diesem Band beizusteuern, die ein Bild vom Status Quo der Implementation von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften zeichnet. Schließlich gilt unser Dank dem Verlag für Sozialwissenschaften, der die Publikation dieses Buches überhaupt erst ermöglicht hat.

Literatur

- ADM – Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (2007): Jahresbericht 2007. Frankfurt am Main [www.adm-ev.de].
- Batinic, B., Werner, A., Gräf, L. & Bandilla, W. (Hrsg.) (1999): Online Research: Methoden, Anwendungen und Ergebnisse. Göttingen et al.
- Couper, M. P. (2000): Web Surveys. A Review of Issues and Approaches. In: Public Opinion Quarterly, 64, S. 464-494.
- Deutskens, E., de Jong, A., de Ruyter, K. & Wetzels, M. (2006): Comparing the Generalizability of Online and Mail Surveys in Cross-National Service Quality Research. In: Marketing Letters, 17, S. 119-136.
- Evans, J. R. & Mathur, A. (2005): The Value of Online Surveys. In: Internet Research, 15, S. 195-219.

- Jackob, N., Arens, J. & Zerback, T. (2008): Immobilienjournalismus in Europa – eine international vergleichende Studie. München.
- Reips, U.-D. & Bosnjak, M. (Hrsg.) (2001): Dimensions of Internet Science. Lengerich.
- Welker, M. & Wenzel, O. (Hrsg.) (2007): Online-Forschung 2007. Grundlagen und Fallstudien. Neue Schriften zur Online-Forschung, Band 1. Köln
- Welker, M., Werner, A. & Scholz, J. (2004): Online-Research. Heidelberg.

Teil 1: Einführung

Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet – eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften

Von Thomas Zerback, Harald Schoen, Nikolaus Jakob & Stefanie Schlereth

1. Einleitung

Das Internet hat der Umfrageforschung mit der Online-Befragung ein neues Instrument zur Datenerhebung beschert. Seit ihrem Aufkommen Mitte der 1990er Jahre hat diese Methode rasch an Popularität und Bedeutung gewonnen. Ablesen lässt sich das an der kaum mehr zu überblickenden Zahl von Online-Umfragen unterschiedlichster Art. Zu der enormen Verbreitung tragen zahlreiche internetgestützte Befragungen von nicht-professionellen Nutzern bei, worin die gleichsam demokratisierende Wirkung des Internets auf die Umfrageforschung zum Ausdruck kommt¹ – man denke etwa an Umfragen von Massenmedien zu Unterhaltungszwecken („Stimmen Sie ab: Welcher Koch soll zu Kerner?“). Allerdings werden nicht alle Unterhaltungsumfragen als solche kenntlich gemacht, in einigen Fällen wird auch der Anschein der Wissenschaftlichkeit erweckt. Wie hoch die Zahl dieser „schwarzen Schafe“ ist, darüber lassen sich bislang ebenso nur Spekulationen anstellen wie über die Gesamtzahl von Online-Umfragen dieses Typs. Im Vergleich dazu lässt sich die quantitative Entwicklung der Online-Befragung in der kommerziellen Markt- und Meinungsforschung gut nachzeichnen: Während der Anteil der Online-Interviews an allen Umfragen von den deutschen Instituten im Jahr 1998 mit einem Prozent nahezu unbedeutend war, wuchs er bis 2007 auf 27 Prozent.² Damit überflügelte die Online-Umfrage erstmals das persönliche Interview. Und der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) rechnet mit weiterem Wachstum.³ Die Ursachen dieser Entwicklung dürften in den offenkundigen Vorteilen des Instruments liegen: Online-Umfragen sind kostengünstig, schnell durchführbar und zudem mit einem geringen administrativen Aufwand verbunden.

Die dritte große Anwendergruppe stammt aus der akademischen Forschung. Trotz anhaltender Skepsis gegenüber diesem Datenerhebungsmodus deutet vieles darauf hin, dass er sich auch in der wissenschaftlichen Sphäre nach und nach durchsetzt. Er hat nicht nur in die akademische Lehre Einzug gehalten,⁴ sondern wird auch zur Datenerhebung in der sozialwissenschaftlichen Forschung neben traditionellen Formen wie der persönlichen, der telefonischen und der schriftlichen Befragung eingesetzt.⁵ Allerdings lassen sich bislang kaum zuverlässige Aussagen darüber treffen, wie häufig, zu welchen Zwecken und wie reflektiert

¹ Vgl. Couper 2000: 464.

² Vgl. ADM – Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. 2007: 12. Dem ADM gehören 66 Institute an, die zusammen rund 80 Prozent des Branchenumsatzes erzielen.

³ Vgl. ADM – Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. 2007: 12.

⁴ Ablesen lässt sich dies etwa an Lehrbüchern zu den Methoden der empirischen Sozialforschung (Vgl. etwa Dillman 2000; Schnell et al. 2005: 377ff.; Häder 2006; Diekmann 2007: 520 ff.).

⁵ Ein Anwendungsgebiet ist die Evaluation von Lehrveranstaltungen, die Hochschulen zur Selbstbeobachtung dient.

Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften eingesetzt werden. Dazu sind systematische Analysen erforderlich. Zwar liegen durchaus einzelne Untersuchungen vor, die Häufigkeit und Charakteristika von Arbeiten analysieren, die auf Online-Umfragen basieren. Allerdings beschränken sich diese in der Regel auf einzelne Disziplinen oder betrachten auch Arbeiten zu anderen Formen internet-gestützter Kommunikation.⁶ Darüber hinaus schenken sie den Zielsetzungen, dem Studiendesign und den Analysestrategien von Online-Befragungen nur wenig Aufmerksamkeit, so dass es etwa an Erkenntnissen darüber mangelt, inwieweit die auf Online-Befragungen gestützte Forschung einschlägigen Qualitätsanforderungen gerecht wird.

Der vorliegende Aufsatz soll dazu beitragen, diese Forschungslücke zu schließen. Er verfolgt das Ziel, Status Quo und Entwicklung der Online-Befragung in der sozialwissenschaftlichen Forschung zu untersuchen. Als Indikator für den Stellenwert der Online-Befragung verwenden wir die Anzahl an Publikationen in führenden Zeitschriften. Da (referierte) Zeitschriftenaufsätze in den Sozialwissenschaften zunehmend als Ausweis wissenschaftlicher Exzellenz gelten, dürften wir auf diese Weise tendenziell die Spitze der Forschung erfassen. Damit legen wir ein vergleichsweise strenges Kriterium an, wenn wir den quantitativen Stellenwert der Online-Befragung untersuchen. Zugleich dürften diese Publikationen relativ gut abschneiden, wenn wir uns – im zweiten Schritt – der Frage zuwenden, inwieweit diese Online-Umfragen nach den Regeln der Kunst durchgeführt und ausgewertet werden und ob die besonderen Vorzüge dieses Instruments genutzt werden. Abschließend folgt eine kurze Zusammenfassung und Diskussion der Befunde.

2. Anlage der Untersuchung

Grundlage der Analysen bildet eine Inhaltsanalyse von insgesamt 40 sozialwissenschaftlichen Fachzeitschriften der Fächer Kommunikations- und Publizistikwissenschaft, Politikwissenschaft, Psychologie und Soziologie.⁷ Pro Fach wurden zehn einschlägige Journals ausgewählt und die darin enthaltenen Beiträge für die Jahre 1997 bis 2006 darauf hin untersucht, ob und in welcher Weise Online-Befragungen zum Einsatz kommen. Bei der Auswahl der Fachzeitschriften wurde darauf geachtet, dass sowohl die für das jeweilige Fach bedeutendsten Publikationen vertreten sind („Top-Journals“⁸) als auch solche mit methodischem oder empirischem Schwerpunkt. Die Wahl der einzelnen Titel basiert durchgehend auf Expertenurteilen und bibliometrischen Maßen. Nicht berücksichtigt wurden Zeitschriften, die zur (sozialwissenschaftlichen) Analyse von Internet- oder Computerfragen gegründet wurden, aber für die betrachteten Disziplinen nicht zentral sind.⁹ Auf diese Weise soll eine systematische Verzerrung der Stichprobe vermieden werden.

⁶ Siehe Gould 2004; Skitka & Sargis 2006.

⁷ Die Autoren möchten der D.G.O.F. für die großzügige Förderung dieses Projekts danken.

⁸ Ausgeschlossen wurden solche „Top-Journals“, die ausschließlich theoretische Beiträge publizieren, da hier Online-Studien per definitionem nicht vorkommen.

⁹ Das gilt beispielsweise für „Social Science Computer Research“ und „Journal of Information Technology Management“.

Tabelle 1: Untersuchte Fachzeitschriften

Top Journals	Publizistik	Politikwissenschaft	Psychologie	Soziologie
	Journal of Communication	American Political Science Review	Annual Review of Psychology	American Journal of Sociology
International	Public Opinion Quarterly	American Journal of Political Science	Psychological Review	American Sociological Review
	The Harvard International Journal of Press/Politics	European Journal of Political Research	Psychological Bulletin	British Journal of Sociology
	European Journal of Communication	British Journal of Political Science	American Psychologist	European Sociological Review
National	Publizistik	Politische Vierteljahresschrift	Psychologische Rundschau	Zeitschrift für Soziologie
Methoden-/Empirie-Journals				
International	International Journal of Public Opinion Research	Political Analysis	Journal of Experimental Social Psychology	Sociological Methods and Research
	Communication Research	Political Psychology	Psychological Science	Sociological Methodology
	Journalism & Mass Communication Quarterly	Political Communication	Perception and Psychophysics	Quality and Quantity
	Human Communication Research	Journal of Politics	Cognitive Psychology	---
National	M&K (früher R&F)	Zeitschrift für Parlamentsfragen	Experimentelle Psychologie	ZUMA-Nachrichten
				Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie

Die methodisch bzw. empirisch orientierten Zeitschriften bilden einen wichtigen Teil des Untersuchungsmaterials, da anzunehmen ist, dass Online-Befragungen dort *erstens* früher verwendet und *zweitens* auch stärker unter methodischen Gesichtspunkten diskutiert wur-