



German Society for Online Research [DGOF]



Universität Zürich  
Sozial- und Wirtschaftspsychologie

# G.O.R.05

## General Online Research 2005



### PROGRAMM

22. und 23. März 2005

Universität Zürich

### *PROGRAM*

*March 22-23, 2005*

*University of Zurich*



Machen Sie jetzt den

# BOXEN STOPP



Wir bringen Sie auf die Überholspur:

- **erfrischende Energy-Drinks** bringen Ihren Energiespeicher in Sekundenschnelle wieder auf Hochtouren
  - **echten High-Speed** erleben Sie beim „Freien Training“ auf unserer G4-Software
- Unser eingespieltes Rennstall-Team freut sich auf Ihren Besuch!

**Rogator**

more than you ask for





## Seventh International Conference General Online Research / GOR 2005

### Program Committee

---

Frank Faulbaum  
Klaus Jonas  
Uwe Matzat (Chair)  
Ulf-Dietrich Reips  
Olaf Wenzel

### Organisation DGOF-office

---

Dr. Olaf Wenzel (SKOPOS GmbH)  
Dr. Uwe Matzat (Eindhoven University of Technology)  
*DGOF-office:*  
Franziska Sörgel  
Eugen Besel

### Local Organisation

---

*University of Zurich, Department of Psychology,  
Social and Business Psychology:*  
Prof. Dr. Klaus Jonas  
PD Dr. Ulf-Dietrich Reips

### Support

---

Irène Calanchina  
Christian Fichter  
Holger Geissler  
Eva Hammächer  
Tobias Heilmann  
Carmen Lebherz  
Esther C. Maier  
Sergei Minkov  
Stefan Pielicke  
Karl Schmid

### Conference Languages:

Conference Languages are English and German. All oral presentations include English language transparencies. We recommend that posters will be held in English.



**Monday, March 21, 2005**

**Montag, 21.03.2005**

*Pre-Conference Workshops*

<p>12:00 - 13:30</p>	<p><b>WORKSHOP</b> Non-reactive Methods of Data Collection on the Internet, Part 1 <i>Nicht-reaktive Datenerhebung im Internet, Teil 1</i> <b>Dr. Dietmar Janetzko</b></p>	<p><b>WORKSHOP</b> Online Experiments <i>Online Experimente</i> <b>PD Dr. Ulf-Dietrich Reips</b></p>	<p><b>WORKSHOP</b> <b>! NOTE: Start at 13:00 !</b> Online Employee Surveys, Part 1 <i>Mitarbeiterbefragungen, Teil 1</i> <b>Holger Geißler</b></p>
<p>13:45 - 15:15</p>	<p><b>WORKSHOP</b> Non-reactive Methods of Data Collection on the Internet, Part 2 <i>Nicht-reaktive Datenerhebung im Internet, Teil 2</i> <b>Dr. Dietmar Janetzko</b></p>	<p><b>WORKSHOP</b> The Analysis of Social Networks in the Field of Internet Research <i>Analyse sozialer Netzwerke in der Internet-Forschung</i> <b>Prof. Dr. Chris Snijders</b></p>	<p><b>WORKSHOP</b> Online Employee Surveys, Part 1 <i>Mitarbeiterbefragungen, Teil 2</i> <b>Holger Geißler</b></p>
<p>15:30 - 18:30</p>	<p><b>WORKSHOP</b> Data Mining &amp; E-Business <i>Data Mining und E-Business</i> <b>Prof. Dr. Andreas Weigend</b> <b>(Stanford University, Former chief scientist of Amazon.com)</b></p>		<p><b>WORKSHOP</b> Psychological Measurement on the Internet <i>Psychologische Messungen in Online-Umgebungen</i> <b>Dr. Tom Buchanan</b></p>
<p>18:45</p>	<p>DGOF Membership Meeting <i>DGOF Mitgliederversammlung</i></p>		
<p>20:00</p>	<p>Early Bird Meeting with Registration <i>Early-Bird-Meeting mit Anmeldung</i> <i>Hotel Righhof, Universitätsstrasse 101, 8033 Zürich</i></p>		



**Tuesday, March 22, 2004**

**Dienstag, 30. März 2005**

**08:30**

**Opening GOR05 *Eröffnung GOR05***

**Prof. Dr. Klaus Jonas** (University of Zurich)

**PD Dr. Ulf-Dietrich Reips** (University of Zurich)

**Dr. Olaf Wenzel** (DGOR e.V. Germany)

**Prof. Dr. Alexander A. Borbély** (Vice-President, University of Zurich)

**09:15-10:15**

**THE KEYNOTE SPEECH *KEYNOTE-VORTRAG***

**Prof. Dr. Andreas Weigend**

**(Stanford University, USA, former Chief Scientist of Amazon.com)**

People & Data

**10:15**

**COFFEE BREAK & EXHIBITION *KAFFEEPAUSE & AUSSTELLUNG***

**10:30-12:00**

**SESSION 1**

**Methods of Data Collection**

***Methoden der Datenerhebung***

**Wolfgang Neubarth; Lars Kaczmirek;**

**Michael Bosnjak; Wolfgang Bandilla**

Using mobile technology to increase responses of people with an active lifestyle

**Robert Follmer**

*Online oder CATI? Ein komplexes Methodenexperiment*

**Stefan Stieger; Martin Voracek**

Do not touch data from late-received online questionnaires: Analysis of late responders in a closed-pool online survey

*Hände weg von spät eingetroffenen Online-Fragebögen: Eine Analyse von Late Respondern in einer Closed-Pool Online Studie*

**Stangl, Anna**

Data Quality in On-line Surveys

**Chris Snijders; Uwe Matzat**

The Quality of Ego-Centered Network Data:

A comparison of online versus offline data collection



---

**10:30-12:00 SESSION 2 Website Evaluation I**  
***Webseiten-Evaluation I***

---

**Julia Herfordt**

Criteria for credibility in the internet  
*Kriterien für Glaubwürdigkeit im Internet*

---

**Morten Moshagen; Meinald T. Thielsch**

Aspects underlying the aesthetic quality of websites

---

**Iris Wernher; Josef Nerb**

Self-orientation and group-orientation: Intercultural differences in attitudes toward personalized Web sites  
*Die Ich- und die Wir-Orientierung: Interkulturelle Unterschiede in der Einstellung gegenüber personalisierten Internetseiten*

---

**Markus Döle**

The viewing behaviour of Internet users  
*Das Blickverhalten auf der Startseite als Prädiktor für die Usability der gesamten Website*

---

**Hema Banati; P.S. Grover**

Usability and Metrics

---

---

**10:30-12:00 SESSION 3 The Social Use of Weblogs**  
***Die soziale Nutzung von Weblogs***

---

**Martin Welker**

The journalists` use of blogs  
*Weblogs und Journalismus: Zwischen Idealismus und Kalkül: was deutsche Journalisten mit Blogs anfangen*

---

**Nicola Döring**

Mobile Weblogs  
*Mobile Weblogs*

---

**Rasco Perschke; Maren Lübcke**

Future: Blogging?! How To Describe A New Communication Phenomenon In Terms Of Communication Theory  
*Zukunft: Weblog?! – Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationstheoretischer Sicht*

---



---

**Jan Schmidt**

Blogging as social action – the trias of practice, rules and relations  
*Bloggen als soziales Handeln – zur Trias von Praxis, Regeln und Relationen*

---

**Jinsun Lee**

The Network of Civic Participation: A Case Study of the Alternative Medium "OhmyNews" in Korea

---

**10:30-12:00 SESSION 4 E-Democracy  
E-Democracy**

---

**Patrick Rössler; Daniel Schneider**

Party office, agora or fun fair? Web sites by Parties, Parliamentary groups and politicians and their users: Results of an online survey  
*Zwischen Geschäftsstelle, Agora und Rummelplatz? Web-Sites von Parteien, Fraktionen und Politikern und ihre Nutzer: Ergebnisse einer Online-Befragung*

---

**Isa Dücke**

Use of the Internet by NGO umbrella organizations in Japan, Korea, and Germany – a comparative study

---

**Abanomy, Abdulmohsen; Mayhew, Pam**

A conceptual framework for eGovernment websites

---

**Andreas Jonen; Volker Lingau; Jochen Müller; Paul Müller**

Balanced E-Gov-Decision-Card: Support for Decisions concerning E-Government-Projects

---

**Gabriele Winker; Tanja Carstensen**

E-Empowerment – New Public Spaces through Women's Networks on the Internet  
*E-Empowerment – neue Öffentlichkeiten durch Frauennetze im Internet*

---

**12:00-13:00 LUNCH & EXHIBITION MITTAGSPAUSE & AUSSTELLUNG**



**13:00-14:40 PANEL DISCUSSION:**  
**Survey design and representativeness in online- surveys:**  
**The study "Perspektive Deutschland"**  
**PANEL-DISKUSSION:**  
***Umfragedesign und Repräsentativität in Onlineumfragen:***  
***Die Studie „Perspektive Deutschland“***

- 13:00-13:30 Fassbender, Heino (McKinsey)**  
Aims and design of the survey "Perspektive Deutschland"
- 13:30-13:45 Discussion / Diskussion**
- 13:45-14:15 Winter, Joachim (Universität München)**  
Reducing the participation bias of an internet survey
- 14:15-14:40 Discussion / Diskussion**

**13:00-14:00 SESSION 5 E-Commerce I**  
***E-Commerce I***

**Kornelia Hagen; Brigitte Preissl**  
Evaluation of E-Commerce

**Nicolaj Bøggild; Christian Fink; Simon Lang**  
Current challenges and strategies for the use of e-business in SMEs  
*Aktuelle Herausforderungen und Strategien zur Nutzung des e-Business in KMU (Current challenges and strategies for the use of e-business in SMEs)*

**Manfred Leisenberg; Kerstin Wedemeyer; Vanessa Vieselmeier**  
Identification of customer requirements in the area of E-commerce and E-business  
*Einsatz von Self-Organizing Maps zur Klassifikation von Kundenprofilen im E-Commerce*

**Schmeißer, Daniel; Sauer, Michael**  
Usability-factors for success in eCommerce  
*Usability-factors for success in eCommerce – Ergebnisse einer Grundlagenstudie zum Online-Versandhandel*





---

**13:00-14:00 SESSION 6 Digital Divide & Digital Inequality I**  
*Digitale Spaltung und digitale Ungleichheit I*

---

**Eszter Hargittai; A. Hinnant**

Young Adults' Internet Uses: The Role of Skill and Social Support

---

**Maren Hartmann**

The non-user – an unknown quantity? Conception of the internet non-user as a research category

*Der Nicht-Nutzer – das unbekannte Wesen? Konzeption der Internet Nicht-Nutzung als Forschungskategorie*

---

**Vesna Dolnicar; Vasja Vehovar; Pavle Sicherl**

Advanced Measuring of the Digital Divide: Composed and Time Distance Measures

---

**13:00-14:00 SESSION 7 E-Learning**  
*E-Learning*

---

**Meinald T. Thielsch; Yvonne Grabbe; Kristof Haaser; Robert Moeck**

Course evaluation online: Students' evaluation of university teaching by web-based assessment technology

*Lehrevaluation online: Studentische Lehrveranstaltungsevaluation mittels webgestützter Befragungsmethodik*

---

**Yves Hänggi**

Do participation fees change the way participants behave in online trainings? First answers of a parental training in coping with stress in the family

*Verändern Teilnahmegebühren das Teilnehmerverhalten bei online Trainings? Erste Antworten von einem Elterntraining gegen Familienstress.*

---

**Stefan Iske; Christian Swertz**

Methodological aspects of analysing navigational processes during elearning using the method of thinking aloud

*Methodologie der Analyse des Navigationsverhalten beim eLearning mittels der Methode des Lauten Denkens*

---

**Agbonlahor, Rosemary**

Electronic networks and the shrinking student-lecturer gap in information access: implications for student-lecturer relationships



---

**14:00-14:40 SESSION 8 Website Evaluation II**  
*Webseiten-Evaluation I*

**Anja Naumann; Angela Brunstein; Ina Wechsung; Ulf-Dietrich Reips**

User's mental model: The impact of navigation structure, user intention, and cognitive load on content acquisition  
*Das mentale Modell des Users: Der Einfluss von Navigationsstruktur, Userintention und kognitiver Auslastung auf den Inhaltserwerb*

---

**Yaron Ariel**

Web User's Gratifications Expectations

---

**14:40 COFFEE BREAK & EXHIBITION KAFFEPAUSE & AUSSTELLUNG**

---

**15:00-16:40 SESSION 9 Response Rates in Online Surveys I**  
*Rücklaufquoten und Effizienz in Online-Surveys I*

**Michael Bosnjak; Olaf Wenzel**

Effects of two innovative techniques to apply incentives in online access panels  
*Wirkung zweier innovativer Incentivierungstechniken im Online Access Panel*

---

**Birgit Leidenfrost; Barbara Strassnig**

The importance of ensuring anonymity in online research  
*Bedeutung der Zusicherung von Anonymität in Online-Untersuchungen*

---

**Tracy Tuten; Mirta Galesic; Michael Bosnjak**

Optimizing Prize Values in Web Surveys: Further Examination of the Immediacy Effect

---

**Steffen Lindner; Bernd Marcus; Michael Bosnjak; Stanislav Pilischenko; Stefan Melzer; Astrid Schütz**

Impact of Topic Salience, Survey Length, and Incentive Type on Response-Rates in a Web-Based Survey: A Field Experiment

---

**German Loewe; Daniel Read; Mara Airoidi**

Lessons From An Online Experiment

---



---

**15:00-16:40 SESSION 10 Online Market Research I**  
*Online-Marktforschung I*

---

**Stefan Althoff**

*Online-Studien im Bereich b2b – Erfahrungen aus der Luftfahrtbranche*

---

**Heiko Schmidt**

User classification in the domain of usability testing  
*Nutzerklassifikation auf dem Gebiet Usability-Testung. User classification in the domain of usability testing*

---

**Torsten Melles; Achim Daiber**

*Conjoint-Analysen im Internet. Zu Risiken und Nebenwirkungen*

---

**Markus Britschgi**

Translucent is the mind of the web user  
*Gläsern ist die Psyche des Webusers*

---

**Gila von Meissner; Ronald Zwartkruis; Jan Vriens**

Online market research in cities and municipalities (Eindhoven)  
*Bürgerbeteiligung durch Online-Umfragen (Stadt Eindhoven)*

---

---

**15:00-16:40 SESSION 11 Leadership and Internet**  
*Internet und Führung*

---

**Nicole Thiele; Nicole C. Krämer**

Leaders' acceptance and employment of mediated communication depending on situation  
*Akzeptanz und Nutzung von medierter Kommunikation durch Führungskräfte in Abhängigkeit von der Führungssituation*

---

**Andreas Glöckner; Karsten Grüner**

Internet-based 360 degrees feedback  
*Internetgestütztes 360° Feedback*

---

**Schwartz, Gilson**

Empowering by Surprise: The Digital Knoware in Brazil

---



---

**15:00-16:40 SESSION 12 Interaction Processes in Online Groups**  
*Interaktionsprozesse in Onlinegruppen*

---

**Thomas Leckner**

Reasons for customers to share opinions with others in the Internet  
*Motivation für Kunden, im Internet Meinungen und Erfahrungen mit anderen zu teilen*

---

**Uwe Matzat**

A Theory of Relational Signals in Online Groups

---

**Andrea Gurtner; Michaela Kolbe**

Perceived ability and personal relationships as antecedents of trust and work satisfaction in computer-mediated communication

---

**Rebeka Richter; Erko Martins; Friedemann W. Nerdinger**

Goal Setting and the Use of Information in Computer-Mediated Group Work. On the impact of goal setting and an information management tool on decision processes in computer mediated communicating groups. *Zielsetzung und Informationsnutzung bei computervermittelter Gruppenarbeit. Zur Wirkung von Zielsetzung und einem Tool zur Informationsverwaltung auf Gruppenentscheidungsprozesse bei computervermittelter Kommunikation.*

---

**16:40 COFFEE BREAK & EXHIBITION KAFFEPAUSE & AUSSTELLUNG**

---

---

**17:00-18:40 SESSION 13 Response Rates in Online Surveys II**  
*Rücklaufquoten und Effizienz in Online-Surveys II*

---

**Adam Joinson; Alan Woodley; Ulf-Dietrich Reips**

Personalization, authentication and self-disclosure in self-administered Internet surveys

---

**Jan Zajac**

Persuasiveness on the Internet: Factors influencing participation in Web survey

---

**Lars Kaczmirek; Wolfgang Neubarth; Michael Bosnjak; Wolfgang Bandilla**

Progress indicators in filter based surveys. Individual and dynamic calculation methods

---

**Katja Lozar Manfreda; Michael Bosnjak; Iris Haas; Vasja Vehovar**

Web survey response rates compared to other modes – A meta-analysis

---



---

**17:00-18:40 SESSION 14 Online Market Research II**  
*Online-Marktforschung II*

---

**Martin Fisch**

Measurement of Internet usage – Acceptance data of Websites.  
Survey and problems  
*Nutzungsmessung im Internet – Die Akzeptanz von  
Onlineangeboten. Überblick und Probleme*

---

**Stefan Raum**

The Advantage of Data Integration in Internet Audience Measurement

---

**Bodo Griehl**

*Stimmungsbarometer Marktforschung*

---

**Christian Irmer**

CIAO - Online Research-Barometer

---

**Christian Escher; Boris von Heesen; Gero Lipsmeier;  
Dominik Dallwitz-Wegner; Achim Daiber**

The spam problem from the point of view of the working group NEON  
*Das Spam-Problem aus Sicht der Arbeitsgruppe NEON*

---

---

**17:00-18:40 SESSION 15 Academic Communication  
and the Internet**  
*Wissenschaftskommunikation  
und das Internet*

---

**Christopher Carlson**

The Scientific Community, Open Access and the Internet  
*Die wissenschaftliche Gemeinschaft, Open Access und das Internet*

---

**Eleftheria Vasileiadou; Peter van den Besselaar**

Disseminating science – How the use of ICTs moves science to the  
public sphere

---

**Martin Use; Wolfgang Taube**

easySTATS – interactive exploration of quantitative research data in  
the public space of the Internet  
*easySTATS – interaktive Exploration quantitativer Forschungsdaten  
in der Öffentlichkeit des Internets*

---

**Peter van den Besselaar; Gaston Heimericks**

Digital Disciplinary Differences – Field Differences in Computer  
Mediated Science

---



---

**17:00-18:40 SESSION 16 Structures and Social Networks  
in Online Groups  
*Strukturen und soziale Netzwerke  
in Onlinegruppen***

---

**Bas Smit; Vanessa Dirksen**

Information Behaviour in Online Corporate Communities

---

**Andreas Brand; Kajetan Hinner**

A networkanalytical study of an open source-project

*Eine netzwerkanalytische Untersuchung eines Open Source-Projekts;*

*engl. A networkanalytical study of an open source-project*

---

**PD Dr. Christian Stegbauer**

Structural analysis of Internet-Chats

*Structural analysis of Internet-Chats* *Strukturelle Analyse von Chats*

---

**Bettina Hoser; Andreas Geyer-Schulz**

Eigenvector-centrality-like measurement based on simultaneous  
analysis of two way communication

*Eigenvektorzentralität bei gleichzeitiger Betrachtung*

*asymmetrischer Kommunikation*

---

19:00

**Apéro**

20:00

**GOR Conference Dinner** *GOR Konferenz-Dinner*

22:00

**GOR Party**

---



**Wednesday, March 23, 2005**

**Mittwoch, 23.03.2005**

**09:00-10:40 SESSION 17 Scale Construction & Methods' Effects**  
**Skalenkonstruktion und Methodeneffekte**

**Timo Gnambs**

Visual Analogue Scales in Internet-based Surveys  
*Graphische Analogskalen in Internet-basierten Erhebungen*

**Frederik Funke**

Visual analogue scales in online surveys  
*Visuelle Analogskalen in Onlinebefragungen*

**Eva Mayr; Marco Jirasko**

On- and off-line comparisons – Are there real differences or measurement artefacts? *On- und off-line Vergleiche – Zeigen sie wirkliche Unterschiede oder Messartefakte?*

**Siegmar Otto**

Online graphic rating scales

**09:00-10:40 SESSION 18 Organizational Development with online tools**  
**Organisationsentwicklung mit Online-Mitteln**

**Manuela Pötschke; Julia Simonson**

Online Interviews as an Instrument of the Development of Organizations. A Meta-Analysis of Online Surveys at Universities  
*Onlinebefragungen als Instrument der Organisationsentwicklung. Eine Meta-Analyse universitärer Befragungen*

**Ulrich Eimer**

Implementation of an Information, Communication and eLearning platform within the organisational structure of municipal environmental administration  
*Implementierung einer Informations-, Kommunikations- und Lernplattform im organisatorischen Gefüge kommunaler Umweltverwaltungen*

**Alexander Karapidis; Kathrin Schnalzer; Michael Wesoly**

Case Study: Fraunhofer-Gesellschaft Knowledge Management  
Online-Survey

**Dieter Mayer**

DSM – Dynamic Survey Method – how to measure knowledge and settings of employees and how to initiate changes efficiently – by the example of the project FIT4FUTURE  
*DSM – Dynamic Survey Method – Wissen und Einstellungen von Mitarbeitern verlässlich messen – Veränderungen effizient einleiten  
Beispiel des aktuellen Projektes FIT4FUTURE*



---

**09:00-10:40 SESSION 19 E-Health**  
***E-Health***

---

**Anett Kralisch; Bettina Berendt**

Access to medical information in a cross-linguistic and cross-cultural context

*Zugang zu medizinischen Informationen für Nutzer unterschiedlicher sprachlicher und kultureller Herkunft*

---

**Pamela Whitten; Michael Mackert; Brad Love**

Low-Literate Adult Access to Online Health Information: Developing a Research Design

---

**Udi Davidovich; John, B.F de Wit**

Challenges in conducting longitudinal randomized controlled trials online – The story of evaluating an online tailored HIV-prevention intervention

---

**Oliver B. Büttner; Sebastian Schulz; Günter Silberer**

Interaction with and evaluation of internet pharmacies

*Nutzung und Bewertung von Internetapotheken – Interaction with and evaluation of internet pharmacies*

---

---

**09:00-10:40 SESSION 20 Online & Offline:**  
**Relations and Social Networks**  
***Online & Offline:***  
***Beziehungen und soziale Netzwerke***

---

**Monica Whitty**

Cyber-cheating: Men and Women's understandings of what constitutes an act of online infidelity

---

**Gustavo Mesch**

Changes through Time in Online and Offline Ties

---

**Volker G. Täube**

Connected and Disconnected: Empirical Evidence Revisited

---

**Sonja Utz**

Email use in long-distance friendships

---

**Jeff Gavin; Jill Duffield; Adrian J. Scott**

Jeff Gavin; Jill Duffield; Adrian J. Scott Use of online and offline communication channels by internet dating site users

---





10:40 COFFEE BREAK & EXHIBITION & POSTER PRESENTATION

KAFFEEPAUSE & AUSSTELLUNG & POSTER-PRÄSENTATION

11:00-13:30 **POSTER PRESENTATION** *POSTER-PRÄSENTATION*

**Boris Blechschmidt**

Potentials and limits of web-usage mining combining server and client tracking data

*Möglichkeiten und Grenzen des Web-Usage Mining – Kombination von server- und clientseitigen Logfiles*

**Anand Chopra**

Bridging the Digital Divide Gap in India

**Sarawut Chutiwongpeti**

"At the Dawn of the 21st Century: A View-Thought 'The Red Window'"

**Martyn Denscombe**

The quality of internet survey data

**Markus Fister**

Selbstschutz, Persistenz und Optimismus bei Bedrohung persönlicher Fähigkeiten

**Malte Friedrich-Freksa; Merve Liebelt**

From short message service (SMS) – questionnaires to mobile Internet surveys: Integrating the mobile phone into market research  
*Von der SMS Befragung zu mobilen Internetumfragen: Integration des Mobiltelefons in die Marktforschung*

**Linda Gallant**

Ethnography of Communication Mobile Product Testing

**Anja Göritz**

Meta-Analyses on Contingent versus Unconditional Incentives

**Christian Hansen**

*Onlinebefragungen kostenlos – Der „Befragter“*

**Martina Jelinek; Sebastian Eschenbach**

"CIRCLE OF EXCELLENCE": e-learning and interactive action research for teachers

*„CIRCLE OF EXCELLENCE“: e-learning und interaktive Aktionsforschung für Lehrende*

**Lars Kaczmirek; Wolfgang Neubarth**

Active User Sampling. Intercept surveys without popups



**Silke Kirschning; Ernst von Kardorff**  
*Krebserkrankung und Internetnutzung*

**Marian Krawietz**  
*www.eccor-panel.org – Ein deutsch-polnisches Online-Access-Panel als Messstation kultureller Werte und Einstellungen*

**Kunzmann, Richard; Arthur Goldstuck (provisional);  
Christian van Copenhagen (provisional)**  
An Overview of the State of Computer-Mediated Communication Research in South Africa

**Jana Löffler; Knut Polkehn**  
The influence of thinking aloud on the quality of task completion in user tests

**Wilkin Luc; Faccin Ilaria**  
Getting Information beyond the screen: Place and role of Internet in college students seeking strategy

**Torsten Melles; Bernd Wittkamp**  
Online banking via financial management software compared to the use of online banking via Internet pages  
*Online-Banking mit Finanzmanagement-Software im Vergleich zur Nutzung des Online-Bankings über Internetseiten*

**Hesham Mesbah; Hesham Mesbah**  
The Impact of the Use of Information Technology on Social "openness"

**Dennis Mocigemba**  
TV Research Online: The Strength of the Eco-Symbols  
*Online-Fernsehforschung: Den Öko-Symbolen auf der Spur*

**Ursina Mögerle**  
The Experience of Spatial Presence in Hypertext Environments

**Mihaela Nedelcu**  
Migratory and Diasporic e-strategies of Highly Skilled Romanians

**Dr. Sylvie Richards**  
The Interactive Assignment: Anchoring Learning with Technology

**Susanne Royer; Kerry Donohue**  
Gaining Competitive Advantages with Intangible Web Goods – The Example

**Sylvia Sabin; Marco Jirasko**  
*Ein online Experiment: Varianten der online Fragebogengestaltung und ihr Einfluss auf die Bearbeitungseffizienz*



**Sandra Schaffert**

*Einsatz von Online-Prüfungen in der beruflichen Weiterbildung*

**Steffen Schilb**

*CardSort – Eine Software für computerbasiertes Card Sorting*

**Irene Sigismondi**

The Organization of Justice and the challenge of the "Internet trial".

**Stefanie Springer**

*Internet- und Softwareunterstützung in betrieblichen Produktinnovation*

**Christian Stamov Roßnagel**

Go EAST – implicit assessment of brand personality

**Stefan Stieger; Ulf-Dietrich Reips**

Dynamic Interviewing Program (DIP): Online- Interviews via ICQ

**Monika Taddicken; Stefan Reiser**

Effects of online surveys on data quality  
*Methodeneffekte in Online-Befragungen*

**Carolyn Thomas; Andreas Duscha; Holger Geißler**

Mystery Mailing – a methodological approach to evaluate the quality of service of email hotlines  
*Mystery Mailing – ein Testverfahren zur Überprüfung der Servicequalität von E-Mail-Hotlines*

**Dominika Urbanska – Galanciak**

Computer game players' community – sociological analysis of a microstructure

---

**12:00-13:30 SESSION 21 New Methods, Tools, and Sampling Approaches  
Neue Methoden, Werkzeuge und Auswahlverfahren**

**Anett Kralisch; Bettina Berendt**

Analysing and visualising logfiles: the Individualised SiteMap tool ISM  
*Analyse und Visualisierung von Logfiles: das Individualised SiteMap Werkzeug ISM*

---

**Michael Schulte-Mecklenbeck; Moritz Neun**

WebDiP – Tracing the decision maker on the net

---

**Thomas Blumer; Ulf-Dietrich Reips**

Internet-based research improved

---

**Marcus Bäumer**

Online Surveys in Travel Behaviour Research  
*Online-Befragungen in der Verkehrsforschung*



---

**12:00-13:30 SESSION 22 E-Commerce II**  
***E-Commerce II***

---

**Daniel Chandran**

Evaluation of e-commerce websites – a satisfaction-trust model

---

**Thomas S. Meier-Bickel; Thomas Bamert**Consumer evaluations of brand extensions – Illustrated by the largest internet search machine Google ("brand of the year" 2002)  
*Konsumentenvaluierung bei Markenerweiterungen – Illustriert am Beispiel der grössten Internetsuchmaschine Google („Marke des Jahres“ 2002)*

---

**Thomas Bamert; Thomas S. Meier-Bickel; Christoph Rüd**Optimal pricing of music downloads by using conjoint analysis  
*Preisgestaltung (Pricing) von Musik-Downloads mittels Conjoint-Analyse*

---

**12:00-12:45 SESSION 23 The Impact of Online Groups**  
***Die Auswirkungen von Onlinegruppen***

---

**Andreas Tasch**Business Potentials of Online Lifestyle Communities  
*Usability – Zentrale Erfolgsfaktoren im Online-Versandhandel, Usability – Key Success Factors in Online Retail*

---

**Sara O'Loan; Alan Poulter**

Old wine in new bottles: Scottish sectarianism and online communities

---

**12:45-13:30 SESSION 24 New Approaches for Studying Online Groups**  
***Neue Ansätze für die Analyse von Onlinegruppen***

---

**Maren Lübcke; Rasco Perschke; Klaus Stein; Christoph Schlieder**Semantically or Technically Connected? Analysing Newsgroup Discussions with COM  
*Semantisch oder technisch verknüpft? Eine vergleichende Analyse von Newsgroup-Threads mit COM*

---

**Bojana Lobe; Kylie Veale**

Bojana Lobe; Kylie Veale Mixed-Method Approach to Online Communities – Visions of the Third Methodological Movement



13:30-14:30 LUNCH & EXHIBITION MITTAGSPAUSE & AUSSTELLUNG

14.:30-15:30 PANEL DISCUSSION:

Current relevance and future of online access panels

**PANEL-DISKUSSION:**

*Aktuelle Bedeutung und Zukunft von Online-Access Panels*

*Carrier international online acces panel:*

**Christoph Irmer**, *Ciao AG*

**Michael Baierl**, *Greenfield online*

*Carrier national online acces panel:*

**Boris von Heesen**, *Speedfacts*

**Thomas Schwabl**, *Marketagent Österreich*

*Customer-side institute:*

**Andrew Mairon or Frank Wagner**, *TNS Emnid*

**Frank Knapp**, *Psyma Online*

*Scientific sites:*

**Anja Göritz**, *University of Erlangen*

**Germán Loewe**, *University of Barcelona*

*Moderation:*

**Holger Geißler**, *Board member DGOF*

14.:30-15:30 SESSION 25 Perception of websites

*Wahrnehmung von Webseiten*

**Ursula Szillis; Dagmar Stahlberg**

The face-ism effect in the internet-Differences in depicting women

**Meinold T. Thielsch; Marcus Schrameyer; Anne Ullmann**

Webasthetics – An exploratory study on the aesthetic perception of websites

„Webästhetik“ – Eine empirische Untersuchung zur wahrgenommenen ästhetischen Qualität von Webseiten

15:30 COFFEE BREAK & EXHIBITION KAFFEPAUSE & AUSSTELLUNG



---

15:45-17:15 **SESSION 26** Audience measurement online -  
the AGOF's way towards a standardized  
measurement of online coverage  
*Online-Reichweitenmessung -  
der Weg der AGOF zu einer  
einheitlichen Reichweitenwahrung*

---

**Jurgen Sandhofer**

"die internet facts" – a standardized audience measurement system  
for Germany  
*die internet facts" – einheitliche Reichweitenwahrung fur  
Deutschland*

---

**Thomas Knauer**

Thomas Knauer One site survey circumventing pop-up blockers  
*OnSite-Befragung unter Umgehung von Pop-Up-Blockern*

---

**Oliver S. Pischke**

The pixelbox2-Measurement-Framework  
*Das pixelbox2-Measurement-Framework*

---

**Gero Lipsmeier**

Datacollection and Datahandling with the crosssite Sample of the  
OnSite-Survey in the AGOF Project "die internet facts"  
*Datenerhebung und Datenhandling mit der siteübergreifenden  
Stichprobe der OnSite-Befragung des AGOF Projektes „die internet  
facts“*

---

**Stefan Noller**

Profiling: the transformation of machine to user based data  
*Profiling: Vom Unique Client zum Unique User*

---



**15:45-17:15 SESSION 27 The Internet and Organizations**  
*Internet und Organisationen*

**Bernad Batinic**

Preferences for online versus offline applications of applicants and employers  
*Die Entscheidung, sich online versus offline zu bewerben aus Sicht potenzieller Bewerber und Unternehmen*

**Christian Montel**

Options of automating internet-based Career-counselling – an example  
*Testgestützte Karriereberatung über das Internet – Möglichkeiten des automatisierten E-Counsellings*

**Karsten Paul; Katja Preisig; Klaus Moser**

Increasing information load at the workplace – does a systematic working style endorse coping with the "new stress" of the new media?  
*Informationsüberflutung am Arbeitsplatz durch E-Mail – hilft ein planender Arbeitsstil, den „neuen Stress“ der Neuen Medien zu bewältigen?*

**Michaela Kolbe; Andrea Gurtner**

Computer-mediated communication at work: Subjective evaluation of its relation to performance and work relationships

**15:45-17:15 SESSION 28 Antecedents and Consequences of Mobile Phone Use**  
*Vorbedingungen und Konsequenzen der Nutzung von Mobiltelefonen*

**Sebastian Schnorf**

*Diffusion Networks in mobile communication*

**Heidemarie Hanekop**

Re-Localisation of mobile Internet? Empirical Findings on the Usage of location based mobile Internet-services  
*Re-Lokalisierung mobiler Internet-Dienste? Empirische Befunde zur Nutzung von raumbezogenen, mobilen Diensten*

**Jinbong Choi**

Understanding Culture and Characteristics of Cellular Phone Communication in South Korea and the U.S.



---

**15:45-17:15 SESSION 29 Digital Divide & Digital Inequality II**  
*Digitale Spaltung und digitale Ungleichheit II***Olaf Schroth**

"Community Computer Centers" – Public Internet Access and Learning Centers in Urban Community Planning

---

**Nadia Kutscher**

Social Usability and Informal Education in the virtual space

---

**Balázs Kovács; László Lőrincz**

Reverse Socialization: The case of parents learning computer skills from their children

---

**Sumitra Srinivasan**

Does Open-Source Software Really Close the Digital Divide ? The Political-Economy of Linux Adoption in India: A Case Study ...

---

---

**17:15 COFFEE BREAK & EXHIBITION KAFFEPAUSE & AUSSTELLUNG**

---

---

**17:30 FEEDBACK, POSTER AWARDS, GOR06 AND GOODBYE  
FEEDBACK, VERLEIHUNG DER POSTERPREISE, GOR06  
UND VERABSCHIEDUNG**

---



**MARKETAGENT.COM**  
online reSEARCH

**We have 65.000 consumers  
waiting to answer your questions!**

Ihr Online Access Panel-Partner  
für Österreich, Deutschland und die Schweiz.

:: [info@marketagent.com](mailto:info@marketagent.com) :: +43 (0)2236 205 886



# NetQuestionnaires

*Online-Forschung leicht gemacht*



Mit NetQuestionnaires erstellen Sie im Handumdrehen auch komplizierte Online-Fragebögen und Umfragen - ganz ohne Programmierkenntnisse.

NetQuestionnaires in Kürze:

- ✓ Benutzerfreundlich
- ✓ Professionelle Funktionalitäten
- ✓ Ergebnisse in Echtzeit

Auch mehrsprachige Fragebögen werden problemlos umgesetzt, so dass internationale Studien preisgünstig und schnell durchgeführt werden.

Kundenzufriedenheit

Mitarbeiterbefragung

Werbewirkungsstudie

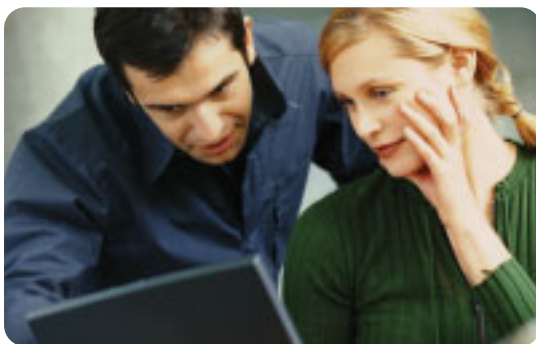
Produkttest

Website-Umfrage

Qualitätsmanagement

Messebefragung

Online-Datenerhebung



Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.netq.ch](http://www.netq.ch)

Natürlich freuen wir uns über Ihren Anruf –  
Sie erreichen uns unter +31 – 30 - 261 81 00

#### Methodenkompetenz

Mit ca. 150 Onsite-Befragungen im Jahr, Usability-Tests einschließlich Eyetracking und Methoden vom Preis-Test über multivariate Treiber-Analysen bis hin zu Online-Conjoint können wir unseren Kunden umfangreiche Erfahrungen bieten.

#### Branchenkompetenz

26 Automobilhersteller, 14 Versicherungen, 6 Mobiltelefonie-unternehmen sowie ca. 20 Großunternehmen in den Bereichen Intranet und Job & Karriere-Sites vertrauen unserem Rat.

#### Beratungskompetenz

Unser Beratungsportfolio beinhaltet neben der Abdeckung von Expertengutachten, Sekundärforschung und Primärerhebung, die Erfahrung in der Durchführung internationaler Projekte und die Begleitung langfristiger Projekte durch mehrphasige Forschungskonzepte.

#### Psyma Online Research GmbH

Fliedersteig 15-17, 90607 Rückersdorf  
Tel: +49-911-99574-70, Fax: +49-911-99574-99  
info@psyma-online.com

Psyma Online Research ist ein Unternehmen der international agierenden Marktforschungsgruppe PSYMA GROUP AG.

# INTERROGARE

ONLINE RESEARCH SOFTWARE

## Ihre Anforderungen – unsere Lösungen

Exquisite Services und Software für Agenturen, Unternehmensberatungen und Forschungsinstitute, betriebliche Personal-, Marketing- und Marktforscher.

Kernkompetenz in Prozessen der Datenerhebung und Datenverarbeitung. Hochperformante und innovative Befragungssoftware für alle Erhebungsmethoden.

## Wir überzeugen Sie !

- IRQuest® Befragungssoftware
- Datenerhebung
- Datenverarbeitung
- Online Research

## Referenzen von AGOF bis WEB.DE

Interrogare GmbH | Meisenstrasse 96 | 33607 Bielefeld  
T +49 521 2997 340 | F +49 521 2997 3460  
info@interrogare.de | www.interrogare.de