

## Onlinebefragungen auf mobilen Endgeräten: Potentiale und Herausforderungen

Silber, Henning; Weiß, Bernd; Struminskaya, Bella; Durrant, Gabriele B.

Postprint / Postprint

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Silber, H., Weiß, B., Struminskaya, B., & Durrant, G. B. (2018). Onlinebefragungen auf mobilen Endgeräten: Potentiale und Herausforderungen. *Psychotherapie, Psychosomatik, medizinische Psychologie (PPmP)*, 68(7), 319-320. <https://doi.org/10.1055/a-0587-9767>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

**gesis**  
Leibniz-Institut  
für Sozialwissenschaften

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Mitglied der  
  
Leibniz-Gemeinschaft

## **Onlinebefragungen auf mobilen Endgeräten: Potentiale und Herausforderungen**

Web Surveys on Mobile Devices: Opportunities and Challenges

### **WAS WIRD ERKLÄRT?**

Zentraler Vorteil von Onlinebefragungen auf mobilen Endgeräten (Tablet, Smartphone) ist ihre Allgegenwart und ihr technologisches Potenzial. Umfragemethodisch sind solche Befragungen jedoch eine Herausforderung und die Konsequenzen für die Datenqualität nicht ignorierbar.

### **Ausgangssituation**

Für Online-Befragungen ist von besonderer Bedeutung, dass der Anteil der Bevölkerung mit internetfähigen Mobilgeräten (Smartphones und Tablets) in den letzten Jahren deutlich angestiegen und auch in Zukunft mit weiterem Wachstum zu rechnen ist. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in aktuellen Statistiken des GESIS Panel wieder [1], einer 2014 gestarteten mixed-mode (postalisch und online) Panelbefragung [2]. Interessant ist zum einen die Verbreitung von Mobilgeräten bei jüngeren Befragten, da sie entscheidend für die technologischen Anforderungen künftiger Onlinebefragungen sind. Für 2016 weist die jüngste Altersgruppe der 18-25-Jährigen gegenüber den übrigen Altersgruppen den höchsten Durchdringungsgrad an Mobilgeräten auf (98 vs. 81 %). Zum anderen ist in 2 Jahren in der Altersgruppe der über 25-Jährigen der Besitz von Mobilgeräten von 78 % (2014) auf 81 % (2016) gestiegen. Auch aktuelle Zahlen des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute [3] zu den verschiedenen Erhebungsmodi veranschaulichen, dass online-basierte Befragungen ab 2000 eine deutliche Zunahme erfahren haben. 2016 wurden 37 % aller Interviews in einem internetbasierten Befragungsmodus durchgeführt. Damit hat sich deren Anteil seit 2000 mehr als verzehnfacht. Ausschließlich Smartphone-basierte Befragungen mit speziellen Befragungs-Apps sind dagegen noch äußerst selten (1 %). Allerdings verwenden Befragte häufig Smartphones oder Tablets im Rahmen von regulären Onlinebefragungen. In der Online-Stichprobe des GESIS Panel haben 2017 insgesamt 27 % ein Mobilgerät beim Ausfüllen des Fragebogens genutzt (gegenüber 15 % im Jahr 2014) [1]. Auch hier gibt es wieder deutliche Alterseffekte: Für die Gruppe der 18-25-Jährigen sind die Anteile von 24 % (2014) auf 43 % (2017) gestiegen; für die Befragten über 25 Jahren von 14 % (2014) auf 25 % (2017).

### **Technische Charakteristika und Nutzungsverhalten**

In technischer Hinsicht unterscheiden sich PCs, Tablets und Smartphones in den Browserladezeiten, der Bildschirmgröße, und der graphischen Kapazität. Zudem werden Tablets und Smartphones i.d.R. mit einem Touchscreen gesteuert, während PCs mit einer Maus oder einem Touchpad bedient werden. Zudem bieten Smartphones und Tablets die Möglichkeit eine Applikation herunterzuladen, über die auch passive Datenerhebungen gelenkt werden können. Z. B. kann über eine Applikation die Erfassung von Sensordaten (z. B. visuelle Daten oder GPS-Daten) gesteuert werden, die traditionelle Befragungsdaten erweitern und komplimentieren können [4].

Das Nutzungsverhalten unterscheidet sich insbesondere zwischen Smartphones auf der einen Seite und PCs und Tablets auf der anderen Seite. während PCs und Tablets für gewöhnlich sowohl privat als auch beruflich für zeitaufwändige Tätigkeiten verwendet werden, kommen Smartphones meist für kurze Zeitspannen zum Einsatz (etwa zum Telefonieren, für Kurznachricht, Fotos oder die Interaktion in sozialen Netz-Werken).

Durch die technischen Unterschiede sollte bei mobilen Onlinebefragungen v. a. auf die Lesbarkeit der Fragen auf den Endgeräten geachtet werden [5]. Hierfür kann z. B. ein „responsives Design“, das auf das jeweilige Endgerät optimiert ist oder ein sogenanntes "mobile first design“, das auf Smartphones optimiert ist, eingesetzt werden. Der erhöhten Gefahr des Befragungsabbruchs bei Onlinebefragungen auf Smartphones [6], kann zum Beispiel durch Modularisierung (Aufteilung einer längeren Befragung auf mehrere kurze Befragungen) entgegengewirkt werden. Um Unit- und Item-Nonresponse zu minimieren, sollten schwierige Formate wie Matrixfragen oder Fragen mit offenen Textfeldern vermieden werden und stattdessen einfache Formate und Kurzskalen eingesetzt werden.

### **FAZIT FÜR DIE PRAXIS**

Durch ihre technischen Möglichkeiten erlauben Mobilgeräte die Sammlung neuartiger, sensorbasierter Daten. Klassische Umfragen lassen sich Bspw. Durch GPS-Informationen in Abhängigkeit vom räumlichen Kontext durchführen. Jedoch bringen technische Besonderheiten und das Nutzerverhalten auch nicht zu unterschätzende Anpassungsprobleme mit sich, die aufwendiges Testen und Optimieren erfordern. Wenn Dies nicht geschieht, kann es beim Antwortverhalten zwischen Befragten mit unterschiedlichen Geräten teilweise zu schwerwiegenden Unterschieden kommen. Mobilgeräte müssen daher schon beim Forschungs- und Fragebogendesign sowie der anschließenden Befragung berücksichtigt werden.

## Autorinnen/Autoren



**Henning Silber**

Abteilung für Survey Design and Methodology, B2,1  
GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences  
68159 Mannheim  
henning.silber@gesis.org



**Bernd Weiß**

Abteilung für Survey Design and Methodology, L13,9  
GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences  
68159 Mannheim  
bernd.weiss@gesis.org



**Bella Struminskaya**

Department of Methodology and Statistics, Utrecht University, Padualaan 14  
3584CH Utrecht  
Niederlande  
b.struminskaya@uu.nl



**Gabriele B. Durrant**

University of Southampton Department of Social Statistics and Demography S017 1BJ  
Southampton  
g.durrant@southampton.ac.uk

## Literatur

- [1] GESIS. GESIS Panel Standard Edition. Köln: GESIS Datenarchiv; ZA5665 Datenfile Version 22.0.0 2017 doi: 10.4232/1.12903
- [2] Bosnjak M, Dannwolf T, Enderle T et al. Establishing an open probability-based mixed-mode panel of the general population in Germany: The GESIS Panel. *Social Science Computer Review* 2017; 36: 103-115
- [3] ADM. Jahresbericht. Frankfurt: Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.; 2000-2016
- [4] Weiß B, Silber H, Struminskaya B et al. Mobile Befragungen. In: Baur N, Blasius J, Hrsg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer VS; 2018
- [5] Couper MP, Antoun C, Mavletova A. Mobile web surveys. In: Biemer PP, De Leeuw ED, Eckman S et al, Hrsg. *Total survey error In practice*. New Jersey: John Wiley & Sons; 2017: 133-154
- [6] Mavletova A, Couper MP. A meta-analysis of breakoff rates in mobile web surveys. In: Toninelli D, Pinter R, de Pedraza P, Hrsg. *Mobile research methods: Opportunities and challenges of mobile research methodologies*. London: Ubiquity press; 2015: 81-98