



01/P12

Online-Befragungen

Eine Alternative zu paper-pencil Befragungen in der Gesundheitsberichterstattung bei Studierenden?

Gusy, B., Marcus, K.

2012

Schriftenreihe des Instituts für Prävention und psychosoziale Gesundheitsforschung (Nr. 01/P12)

Freie Universität Berlin
FB Erziehungswissenschaft und Psychologie
AB Public Health: Prävention und psychosoziale
Gesundheitsforschung

Habelschwerdter Allee 45

14195 Berlin

Projekt Gesundheit im Studium «GiS»

Projektleitung: Gusy, B. & Lohmann, K.

E-Mail: ppg@fu-berlin.de

Webseite: www.ppg-berlin.de/forschung/

Dieser Forschungsbericht ist als Nr. 01/P12 in der Schriftenreihe des Instituts für Prävention und psychosoziale Gesundheitsforschung (ISSN 1436-2090) erschienen.

Zitiervorschlag:

Gusy, B. & Marcus, K. (2012). *Online Befragungen: Eine Alternative zu paper-pencil Befragungen in der Gesundheitsberichterstattung bei Studierenden* (Schriftenreihe des AB Public Health: Prävention und psychosoziale Gesundheitsforschung Nr. 01/P12). Berlin: Freie Universität Berlin.

Dieser Bericht steht als kostenloser Downlaod zur Verfügung unter:
www.ppg-berlin.de/publikationen/forschung/index.html

Inhalt

Online Befragungen in der Hochschulforschung	3
Spezifika von Online-Befragungen	4
Zur Datengüte bei Online-Befragungen in der Hochschulforschung	6
Teilnehmerrekrutierung und Rücklaufquote	6
Fragebogengestaltung	9
Fazit	10
Literaturverzeichnis	10

Online Befragungen in der Hochschulforschung

Die flächendeckende Einführung des Internets hat neue Befragungstechniken ermöglicht, die zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das Spezifikum von Online-Erhebungen ist, dass das Internet als Darbietungs- oder Transportmedium für Kommunikationsinhalte genutzt wird, ein Fragebogen entweder auf einem Server abgelegt (z.B. als Webseiten) und dort ausgefüllt oder aber heruntergeladen bzw. via E-Mail zugestellt werden kann, lokal ausgefüllt und als Mailanhang zurückgesandt wird.

Rund ein Drittel der Befragungen weltweit werden nach Schätzungen von Evans & Mathur (2005) internetbasiert durchgeführt, die Tendenz ist steigend. Zerback et al. (2009) unterscheiden drei Anwendergruppen von Online-Befragungen. Der ersten Gruppe geht es darum Nutzerwünsche und Bewertungen ihrer Angebote zu erheben, die zweite Anwendergruppe entstammt der (kommerziellen) Markt- und Meinungsforscher. Diese Gruppe formuliert Qualitätsstandards für Studien ihrer Mitgliedseinrichtungen und stellt einen Anteil an 27% aller Online-Befragungen in 2007 (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Meinungsforschungsinstitute, 2007). Die dritte Gruppe ist die der akademischen Forschung, die das Befragungen, Experimente sowie Methodeneffekte online erforscht. Die Möglichkeit zur sinnvollen Nutzung von Online-Befragungen ist stark an die Verbreitung des Internets in den Gruppen gebunden, die erreicht werden sollen. Derzeit nutzen 23,6% der Weltbevölkerung das Internet, Europa belegt mit einem Nutzeranteil von 48,5% hinter Nordamerika (73,1%) und Australien/Ozeanien (59,9%) den dritten Platz (Internet World Stats, 2008). In Deutschland liegt der Anteil an Internetnutzern mit 63,7% deutlich über dem europäischen Mittel (Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V., 2008)¹. Die Internetnutzung sinkt mit zunehmendem Alter, 95,7% der 14-19 jährigen nutzen das Internet regelmäßig, in der Gruppe der 20-29 jährigen sind es 91,2%², ge-

¹ Die unterschiedlichen Schätzungen in verschiedenen Studien sind der Art und Weise geschuldet, wie Internetnutzung erfasst wird. Kriterium ist in den meisten Fällen die Nutzungsintensität, diese galt als erfüllt bei Zugang zum Internet, einmalige Nutzung innerhalb der letzten zwölf Monate bzw. im letzten Quartal (Stiftung Digitale Chancen, 2009)

² In der Gruppe der über 55-jährigen liegt der Anteil noch bei 37%

schlechtsspezifische Differenzen sind gering. 88% der Studierenden nutzen nach einer Erhebung von Eurostat regelmäßig das Internet (Europäische Gemeinschaft, 2006) sowohl in der Hochschule als auch zu Hause, die Nutzung erstreckt sich auf die Recherche von Informationen (91%), die Versendung von E-Mails (63%) sowie die Kontaktaufnahme (Chatrooms/ Diskussionsforen 58%) (Kahle & Timm, 2006).

Die weite Verbreitung und damit die hohe Erreichbarkeit von Bevölkerungs-(teil-)gruppen macht das Internet in den letzten Jahren auch für die Sozialforschung attraktiv. Auch die Werkzeuge zur Erstellung von Online-Befragungen benutzerfreundlicher geworden. War es eine lange Zeit ein Privileg derjenigen, die mit Datenbanken (z.B. PHP), Skripten (Perl) und HTML umgehen konnten, gibt es heute on- und offline Werkzeuge, mit denen sich ein Fragebogen ohne große Mühen zusammenstellen bzw. sich eine Erhebung durchführen lässt. Die Besonderheiten von Online-Befragungen werden im Folgenden dargestellt und aus bisherigen Studien bekannte Hinweise zur Erstellung eines Online-Instrumentes zusammen getragen.

Spezifika von Online-Befragungen

Die Verwendung internetbasierter Befragungen bietet gegenüber herkömmlichen Erhebungsmethoden wie z.B. Paper-Pencil-Befragungen oder computergestützten Telefoninterviews³ eine Reihe Vorteile, die die zunehmende Etablierung dieser Erhebungsform vorantreiben. Diese Besonderheiten gehen jedoch auch mit spezifischen Herausforderungen einher, die in der Planung und Durchführung einer Online-Befragung berücksichtigt werden müssen, um eine angemessene Datengüte zu garantieren. In Tabelle 1 werden die Vor- und Nachteile von Onlinebefragungen einander gegenüber gestellt und nachfolgend erläutert.

Tabelle 1: Vor- und Nachteile von Online-Befragungen

Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> » Ökonomie (Kosten- und Zeitersparnis) » Alokaltät und Asynchronität » Automatisierte Feldstatistik und Medienkonsistenz (direkte Verfügbarkeit der Daten, keine Interviewereffekte) » Besonderheiten der Fragebogengestaltung (multimediale Anwendungsmöglichkeiten, flexible Filterführung) » Hohe Akzeptanz bei den Befragten 	<ul style="list-style-type: none"> » Repräsentativität (erschwerter Ziehung einer Zufallsstichprobe; undefinierte Grundgesamtheit der Internetnutzer, Mehrfachteilnahmen) » Relativ geringe Rücklaufquoten » Technische Anforderungen

Mittels Online-Befragungen können mit vergleichsweise geringem Aufwand Umfragedaten kostengünstigen und schnell erhoben werden (Pötschke, 2009). Es entfallen nicht nur Kosten für den

³ CATI: Computer-Assisted Telephone Interview

Druck und postalischen Versand von Fragebögen sondern auch für Verbindungsgebühren z.B. bei Telefoninterviews bzw. für die Bezahlung von Interviewern.⁴ Eine große Anzahl an zu Befragenden kann in kurzer Zeit angesprochen werden, die erhobenen Daten sind direkt in elektronischer Form verfügbar (Methodenkonsistenz), kosten- und zeitintensive Verarbeitungsschritte wie z.B. die Übertragung in eine Datenbank zur Auswertung entfallen (Zerr, 2001; Pötschke, 2009). Pötschke (2009) legt dar, dass eine höher empfundene Anonymität auf Seiten der Teilnehmer ein ehrlicheres Antwortverhalten unabhängig von sozialer Erwünschtheit begünstigt (Pötschke, 2009).

Mit Hilfe automatisierter Feldstatistiken lässt sich die Erhebungsphase komfortabel dokumentieren, die Informationen können auch zur Erhebungssteuerung genutzt werden indem bei festgelegten Beteiligungsquoten und geringem Rücklauf sukzessive die Bruttostichprobe erweitert wird (Fischer, 2005). Die Vorteile internetbasierter Erhebungsinstrumente für die Teilnehmer liegen in der ort- und zeitunabhängigen Bearbeitung der Aufgaben, die meist auch unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgenommen werden kann (Fischer, 2005; Batinic, 2001; Batinic & Bosnjak, 1997). Dies führt zu einer Bevorzugung von Online-Befragungen unter Studierenden gegenüber schriftlichen oder telefonischen Erhebungsformen (Pötschke, 2009). Dabei spielen Besonderheiten der Gestaltung von Online-Erhebungsinstrumenten eine entscheidende Rolle, wie z.B. der Einsatz multimedialer Inhalte (Audio-, Video- oder Bildelemente)⁵ oder die Verwendung flexibler Filterführungen, die eine bessere Passung zwischen personalen Voraussetzungen bei den Befragten und Befragungsinhalten ermöglicht. Dies verringert in der Regel die Bearbeitungsdauer und erhöht die Zufriedenheit auf Seiten der Teilnehmer (Fischer, 2005; Gräf & Heidingsfelder, 1999).

Grundlegende Probleme von Online-Befragungen betreffen die Repräsentativität und den Rücklauf (Batinic, 2001; Kwak & Radler, 2002). Wenn nicht jeder zu Befragende einen Internetzugang hat oder die Grundgesamtheit unbestimmt ist, kann keine Zufallsauswahl erfolgen, ersteres gilt z.B. für bevölkerungsrepräsentative Erhebungen (Hauptmanns, 1999; Fischer, 2005). Ist die Grundgesamtheit jedoch bestimmbar und gut über das Internet erreichbar wie z. B. Studierende an Hochschulen, entfällt dieser Einwand (Pötschke, 2009). Aufmerksamkeit sollte jedoch auf den Rücklauf gerichtet werden, der durch eine sorgfältige Planung der Erhebung, eine motivierende Ansprache der Zielgruppe sowie eine angemessene Gestaltung des Fragebogens beeinflusst werden kann. Hier ist den Nutzergewohnheiten der Zielgruppe Rechnung zu tragen, auch technische Barrieren sollten so gering wie eben möglich sein.

⁴ Der Einwand, durch die Nutzung des Internets würde ein Teil der Kosten auf die Teilnehmer verlagert, ist laut Pötschke (2005) zu relativieren. In der Hochschulforschung kann z.B. von einer guten Infrastruktur ausgegangen werden, die Mitarbeitern und Studierenden einen kostenlosen Zugang zum Internet ermöglicht (vgl. Pötschke, 2005).

⁵ Laut Zerbeck et al. (2009) werden die Potentiale der Multimedialität bisher jedoch kaum ausgeschöpft, was auf die entsprechenden technischen Anforderungen zurückzuführen ist. So können große Bild- und besonders Videodateien die Ladezeiten der Webseiten enorm erhöhen, was wiederum eine gesteigerte Abbruchrate zur Folge haben kann.

Zur Datengüte bei Online-Befragungen in der Hochschulforschung

Da die Erreichbarkeit Studierender für postalische oder Online-Erhebung medienunabhängig ist und es auch keine Hinweise auf Verzerrungen gab begründet durch die Art der Präsentation lassen sich für die vorliegende Studie „<GiS> Gesundheit im Studium“ die die in der Sozialforschung üblichen (Vor-) Überlegungen zur Stichprobenbildung nutzen.

Teilnehmerrekrutierung und Rücklaufquote

Sollen aus Stichprobendaten auf Grundgesamtheiten geschlossen werden, erweisen sich Zufallsauswahlen⁶ als vorteilhaft, da systematische Fehler im Auswahlprozess vermieden werden. Dies setzt jedoch voraus, dass die Grundgesamtheit bekannt und definierbar ist und dass Listen existieren oder generiert werden können, in denen die Zugangsinformationen zu dem zu befragenden Personenkreis enthalten sind.

Für die Untersuchungsplanung ist als weitere Unterscheidung wichtig, ob es sich um eine offene oder um eine geschlossene Befragung handelt. Wenden sich erstgenannte an eine nicht näher bekannte Personengruppe wie z.B. die Nutzer eines Internetportals, richten sich geschlossene Befragungen an einen vorab eindeutig abgrenzbaren Personenkreis, wie im vorliegenden Falle Studierende einer Hochschule. Damit ist zunächst die Grundgesamtheit bestimmt, nicht aber deren Erreichbarkeit. Obwohl davon ausgegangen werden kann, dass alle Studierenden via E-Mail erreichbar sind, gibt es keine Listen, in denen ihre E-Mail-Adressen vollständig verzeichnet sind. Über die umfangreichsten Datenbestände verfügt wahrscheinlich die Studierendenverwaltung, mit der wir bei dieser Befragung kooperierten. In deren Listen sind von 80,2% der Studierenden der Freien Universität Berlin E-Mail-Adressen verzeichnet. Um systematische Verzerrungen auszuschließen, wurden ausgewählte Angaben von Studierenden mit E-Mail-Eintrag mit denen ohne E-Mail-Eintrag verglichen (vgl. *Tabelle 2*). Es zeigten sich keinerlei signifikante Unterschiede im Geschlecht und der Nationalität, wohl aber im Alter, den Studienjahren, der Zusammensetzung nach Fächern sowie dem angestrebten Studienabschluss. Diese Unterschiede sind im Wesentlichen auf die im Zuge der Einführung neuer Studienabschlüsse erfolgte elektronische Aktenführung zurück zu führen. Diese setzt ein E-Mail Konto der Studierenden voraus, über das studien- und prüfungsrelevante Angelegenheiten versendet werden, das von der Hochschule bei Studienbeginn zugewiesen wird und nur noch aktiviert werden muss. Auch wenn nicht alle Studierenden dieses Konto aktiv nutzen, sind meistens E-Mail-Weiterleitungen eingerichtet, die den Zugang zu den auf diesem Konto eingehenden Informationen sicherstellen. Daher ist der Anteil an Bachelor- und Masterstudierenden mit E-Mail Eintrag deutlich erhöht.

⁶ Alle Elemente der Grundgesamtheit müssen dieselbe Chance haben ausgewählt zu werden

Tabelle 2: Beschreibung und Vergleich der Listenpopulation mit und ohne Angabe der E-Mail Adresse

Merkmal	Studierende an der Freien Universität Berlin							
	E-Mail-Eintrag				Bruttostichprobe		Nettostichprobe (realisierte Stichprobe)	
	nein		ja					
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Alter	25.64	5.6	27.46	6.88	25.81	6.0	24.3	5.7
Anteil an Frauen	16299	79.8%	4117	20.2%	20.406	60.1	2.273	64.0
Herkunft	10939	80.7%	2611	19.3%				
deutsche Staatsbürger	22790	80.0%	5687	20.0%	28.477	83.9	2.084	96.5
andere EU Bürger	1887	83.7%	368	16.3%	2.255	6.6%	31	1.4
nicht EU Bürger	2510	79.3%	655	20.7%	3.149	9.3%	61	2.1
Studienjahrgänge	N	%	N	%	N	%	N	%
1	5.617	87.5	805	12.5	6.422	18.9	546	25.4
2	4.727	84.8	847	15.2	5.574	16.4	453	21.1
3	4.436	85.3	765	14.7	5.201	15.3	360	16.8
4	3.299	78.7	895	21.3	4.194	12.4	237	11.0
5	3.249	76.5	998	23.5	4.247	12.5	190	8.8
6 und mehr	5.896	70.9	2416	29.1	8.312	24.5	361	16.8
Studienfachgruppen (DSW)	N	%	N	%				
Sprach- und Kulturwissenschaften	8.934	80.5	2.167	19.5	11.101	32.7	739	36.4
Psychologie	1.032	85.6	174	14.4	1.206	3.6	81	3.8
Erziehungswissenschaften, Pädagogik	917	82.8	191	17.2	1.108	3.3	123	5.7
Rechtswissenschaft, Jura	2.386	84.3	443	15.7	2.829	8.3	107	5.0
Wirtschaftswissenschaften	2.541	93.9	166	6.1	2.707	8.0	129	6.0
Sozialwissenschaften	2.857	86.5	448	13.5	3.303	9.7	283	13.2
Mathematik, Naturwissenschaften	5.632	73.8	1.998	26.2	7.630	22.5	491	22.6
Medizin	912	65.3	485	34.7	1.397	4.1	53	2.5
Kunst, Musik	1.431	74.8	482	25.2	1.913	5.6	106	4.9
Ergänzungs-/Weiterbildungsstudium	196	76.9	59	23.1	255	0.8	21	1.0
Studienkolleg	10	20.8	38	79.2	48	.1	0	0
Sonstige	347	85.0	61	15.0	33.926	100	2.151	100
gesamt	27.207	80.2	6.719	19.8	11.101	32.7	739	36.4
angestrebter Studienabschluss	N	%	N	%				
Magister	4.973	71.5	1.978	28.5	6.591	20.5	200	9.2
Diplom	6.325	83.2	1.280	16.8	7.605	22.4	352	16.1
Staatsexamen	3.479	80.9	819	19.1	4.298	12.7	218	10.0
Bachelor	8.797	96.1	358	3.9	1.331	3.9	142	6.5
Master	1.149	86.3	182	13.7	9.115	27.0	1.093	50.1
Promotion	1.291	43.7	1.661	56.3	2.952	8.7	23	1.1
Sonstige	1.214	73.0	450	27.0	k. A.	k. A.	137	6.3

Die Abweichung von der Grundgesamtheit zur Listenpopulation (coverage error) muss mangels besserer Daten in Kauf genommen werden. Aus dieser Liste wurde in einem ersten Schritt eine Zufallsauswahl gezogen, die sicher stellen sollte, dass mindestens 10% der Studierenden der Freien

Universität Berlin beteiligt werden konnten. Zur Abschätzung der Größe der Bruttostichprobe wurden Erfahrungen aus Vorgängerstudien⁷ genutzt, in denen der Rücklauf bei ca. 30% lag. Bei erwartet ähnlich hohem Rücklauf in einer Online-Befragung wurden 9.000 Studierende per Zufall ausgewählt und zur Teilnahme an der Studie eingeladen.

Gute Bedingungen bei der Ziehung von Zufallsstichproben (definierte Grundgesamtheit, qualitativ hochwertige Listen) garantieren noch keine verallgemeinerbaren Ergebnisse – auch die Beteiligung sollte schlussendlich keiner systematischen Verzerrung unterliegen. Dies wird vielfach durch hohe Beteiligungsquoten illustriert⁸. Ausschöpfungsquoten von bis zu 70% berichten Maurer & Jandura (2009), andere Autoren nennen deutlich geringere Rücklaufquoten (Reips & Franek, 2004; Kaplowitz, Hadlock & Levine, 2004; Dillman, 2007). In der hier vorliegenden Studie wurde eine Ausschöpfungsquote von nur 7,7% erreicht⁹, die deutlich unter der aus vorherigen postalischen Befragungen bekannten Beteiligungsbereitschaft liegt. Dies liegt, wie offene Kommentare zur Befragung nahelegen, nicht am Befragungsinhalt, der von vielen Befragten als sehr bedeutsam eingestuft wurde und auch nur zum Teil am Bearbeitungsaufwand bzw. Bedenken bzgl. der Anonymität der Befragung bestanden. 4.000 von letztendlich angeschriebenen 27.200 Studierenden (14%) besuchten die Startseite der Erhebung.

Bereits Batinic & Moser (2005) schreiben von zunehmend schwierigeren Bedingungen bei der Stichprobengewinnung für Online-Studien, die Autoren nennen als Grund für diese Entwicklung die stetig wachsende Zahl an internetbasierten Befragungen. Studierende werden nicht nur als Internetnutzer vielfach zur Teilnahme an Online-Befragungen eingeladen, sie werden auch von ihrer Hochschule zur Evaluation des Studienangebots bzw. von Lehrveranstaltungen befragt. Der Zeitpunkt der Befragung fiel darüber hinaus in vielen Studiengängen mit erhöhten Leistungsanforderungen zusammen (studienbegleitende Prüfungsleistungen) und lag damit sicherlich aus der Befragtenperspektive zeitlich ungünstig, da sie mit Arbeiten für das Studium ausgelastet waren. Aus Forscherperspektive war diese Überschneidung aber erwünscht, um ein realistisches Bild von den Anforderungen und Belastungen im Studium zeichnen zu können.

Als Möglichkeit Verzerrungen zwischen Grundgesamtheit und realisierter Stichprobe aufzudecken, werden Häufigkeits- und Randauszählungen von Merkmalsverteilungen empfohlen (Maurer & Jandura, 2009). Beim Vergleich der Merkmalsverteilungen von Grundgesamtheit und Nettostichprobe in der hier vorliegenden Studie reproduziert sich der in Abhängigkeit der Erreichbarkeit via E-

⁷ Bei diesen handelte es sich um thematisch ähnliche postalische Erhebungen

⁸ Übersehen wird hierbei, dass auch Ausschöpfungsquoten von über 70% keineswegs sicher stellen, dass die Stichprobe keinerlei systematischen Verzerrungen unterliegt.

⁹ berechnet wurde das Verhältnis von Bruttostichprobe zur Nettostichprobe (vollständig ausgefüllter Bögen)

Mail genannte Befund; Studierende, die einen Bachelorabschluss anstreben sind wesentlich stärker repräsentiert¹⁰. Der Umstand, dass in dieser Befragung nur eine deutschsprachige Version des Fragebogens angeboten wurde, begründet darüber hinaus die deutlich höhere Beteiligung von Studierenden aus dem deutschen Sprachraum. Alle weiteren Wertedifferenzen sind dagegen wesentlich unauffälliger.

Die in der Literatur vorgeschlagenen Möglichkeiten zur Erhöhung des Rücklaufs, wie z.B. eine Erinnerung an die Teilnahme per Email, wurden sparsam eingesetzt. So wurde nur einmalig eingeladen und an die Teilnahme erinnert, auf eine persönliche Anrede dagegen aus Anonymitätsgründen ebenso wie auf materielle Anreize, die kontrovers diskutiert werden, verzichtet. Da die themenrelevanten Informationsbereiche ein breites Spektrum beinhalten, wurden sämtliche Möglichkeiten zur Verkürzung genutzt. Diese betrifft nicht nur die Filterführung sondern auch die Aufteilung der Inhaltsbereiche auf zwei Versionen, die den zu Befragenden per Zufall zugewiesen wurden.

Fragebogengestaltung

Das Leseverhalten im Internet ist flüchtiger als auf Papier, Fragen werden schneller und weniger genau gelesen (Gräf, 1999; Pötschke, 2009). Daher sind präzise Formulierungen sowie aufmerksamkeitslenkende Hervorhebungen von besonderer Bedeutung um die Nutzerfreundlichkeit zu erhöhen (Fischer, 2005). Dazu gehört insbesondere das Einhalten geläufiger Empfehlungen zur Bearbeitungslänge (um die 15 Minuten), da mit zunehmender Bearbeitungsdauer die Item-Nonresponse-Rate zunimmt (Fischer, 2005; Pötschke, 2009). Neben einer sorgfältigen Item-Auswahl kann dem entgegen gewirkt werden, indem z.B. eine flexible Filterführung eingesetzt und auf speicherintensive Grafiken¹¹ verzichtet wird, um erhöhte Ladezeiten zu vermeiden (Gräf & Heidingsfelder, 1999; Fischer, 2005). Der Einsatz eines Fortschrittbalkens erweist sich bei kürzeren Befragungen als empfehlenswert¹², bei denen Teilnehmer ihren noch einzusetzenden Bearbeitungsaufwand abschätzen können. Motivierend zur Fortsetzung der Befragung sind Rückmeldungen, die ein günstiges Verhältnis von Bearbeitungsaufwand und möglichem Beteiligungsnutzen vermitteln (Welker, Werner & Scholz, 2005; Pötschke, 2009). Bei umfangreicheren Befragungen, bei der eine längere Bearbeitungsdauer erforderlich ist, sollte es den Teilnehmern möglich sein, die Bearbeitung zu unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufzunehmen (persönlicher Zugangscode).

¹⁰ Da sich das Bachelorstudium gerade erst etabliert und max. sechs Semester dauert, begründet dieser Befund auch das deutlich geringere Alter der Nettostichprobe

¹¹ Hier gilt es eine für das Forschungsvorhaben angemessene Balance zwischen einer schlichten Gestaltung und der Vermittlung von Professionalität zu finden, also eine „anspruchsvolle Einfachheit“ (vgl. Fischer, 2005, S. 41).

¹² Bei längeren Fragebögen kann die Verwendung eines Fortschrittbalkens eher nachteilig sein und zum Abbruch führen, wenn sich trotz voranschreitender Bearbeitung die Anzeige kaum verändert Pötschke (2009).

Die Übersichtlichkeit und Handhabbarkeit des Online-Fragebogens wird gefördert durch eine Screen-by-Screen-Darstellung von Fragegruppen³³ unter Verzicht auf kompliziertes Matrixdesigns oder Tabellenformen (Pötschke, 2009; Fischer, 2005; Maurer & Jandura, 2009). Die Seiten eines Fragebogens sollten nicht den gesamten Bildschirm füllen und auf einen Blick (ohne Blättern des Bildschirms) wahrgenommen werden können (Pötschke, 2009; Maurer & Jandura, 2009). Skalenbeschriftungen sind ausreichend zu wiederholen und Fragen durch Nummerierung, Wahl deutlicher Kontraste und große Schrift voneinander abzusetzen um die Orientierung zu erleichtern. Durch Fehlermeldungen bei Nichtbearbeitung einzelner Fragen sowie der Möglichkeit, diese als „Pflichteingabe“ zu deklarieren, kann der Item-Nonresponse gesenkt werden (Maurer & Jandura, 2009), diese Möglichkeit sollte aber sparsam eingesetzt werden.

Fazit

Online-Befragungen erweisen sich als ökonomische Erhebungsform vor allen in Bevölkerungsgruppen, die über das Internet gut erreichbar sind. Dies gilt für Studierende an Hochschulen unter der Voraussetzung, dass dort vollständige, aktuelle Listen verfügbar sind. In der Fachliteratur werden Vorbehalte gegenüber Online-Befragungen artikuliert, die sich vor allem auf die Erreichbarkeit der zu beteiligenden Personen sowie den Rücklauf beziehen. Trotz einer guten Erreichbarkeit der Studierenden im Rahmen der Studie „<GiS> Gesundheit im Studium“ von 80% bestätigen sich die Vorbehalte. Systematisch verzerrt (Grundgesamtheit vs. Listenpopulation) ist die Ansprache via E-Mail zu Gunsten der Bachelorstudierenden, die im Zuge der Einführung von elektronischer Prüfungsverwaltung mit obligaten E-Mailadressen versorgt wurden. Diese Verzerrung lässt sich – wenn nötig – bei entsprechenden Analysen korrigieren. Die geringe Rücklaufquote (7,7%) bei zunächst intendierter Zufallsauswahl und anschließender Erweiterung auf eine Vollerhebung bleibt unbefriedigend und lässt Fragen offen bzgl. der Repräsentativität der Ergebnisse. Hervorzuheben ist aber dennoch, dass es sich trotz geringer Beteiligung um die größte an einer deutschen Hochschule durchgeführte Befragung zu diesem Thema handelt.

Literaturverzeichnis

- Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung e.V. (2008). Internet facts 2007-III. Zugriff am 02.05.2008. Verfügbar unter: <http://www.agof.de/archiv-studien.364.html>:
- Batinic, B. & Bosnjak, M. (1997). Fragebogenuntersuchungen im Internet. In B. Batinic (Hrsg.), Internet für Psychologen . Göttingen: Hogrefe.
- Batinic, B. & Moser, K. (2005). Determinanten der Rücklaufquote in Online-Panels. Zeitschrift für Medienpsychologie, 17 (2), 64-74.

³³ Eine einzelne Frage pro Screen könnte jedoch die Onlinezeiten zu stark erhöhen und zum Abbruch führen, so Fischer (2005).

- Batinic, B. (2001). Fragebogenuntersuchungen im Internet; Questionnaire studies on the Internet. Aachen: Shaker.
- Dillman, D. A. (2007). Mail and internet surveys: The tailored design method (2 ed., 2007 update with new Internet, visual, and mixed-mode guide). Hoboken, NJ: Wiley.
- Europäische Gemeinschaft. (2006). Internetnutzung durch Privatpersonen und Unternehmen. Statistik kurz gefaßt. Zugriff am 23.03.2009. Verfügbar unter: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-06-012/DE/KS-NP-06-012-DE.PDF:
- Evans, J. R. & Mathur, A. (2005). The Value of Online Surveys. *Internet Research*, 15
- Fischer, M. (2005). Möglichkeiten sozialwissenschaftlicher Surveys im Internet. Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung.
- Gräf, L. & Heidingsfelder, M. (1999). Bessere Datenqualität bei WWW-Umfragen - Erfahrungen aus einem Methodenexperiment mit dem Internet-Rogator. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research* (S. 113–126). Göttingen: Hogrefe.
- Gräf, L. (1999). Optimierung von WWW-Umfragen: Das Online-Pretest-Studio. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research* (S. 159–177). Göttingen: Hogrefe.
- Hauptmanns, P. (1999). Grenzen und Chancen von quantitativen Befragungen mit Hilfe des Internet. In B. Batinic, A. Werner, L. Gräf & W. Bandilla (Hrsg.), *Online Research*. Göttingen: Hogrefe.
- Internet World Stats. (2008). Internet Usage Statistics: World Internet Users and Population Stats, Internet World Stats. Zugriff am 23.03.2009. Verfügbar unter: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>:
- Kahle, I. & Timm, U. (2006). Internetnutzung und die Aneignung von E-Skills. Zugriff am 02.05.2008. Verfügbar unter: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Querschnittsveroeffentlichungen/WirtschaftStatistik/Informationsgesellschaft/Internetzugang__Eskills,property=file.pdf:
- Kaplowitz, M. D., Hadlock, T. D. & Levine, R. (2004). A Comparison of Web and Mail Survey Response Rates. *Public Opinion Quarterly*, 68, 94-101.
- Kwak, N. & Radler, B. (2002). A Comparison Between Mail and Web Surveys: Response Pattern, Respondent Profile, and Data Quality. *Journal of Official Statistics*, 18 (2), 257-273.
- Maurer, M. & Jandura, O. (2009). Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In N. Jakob, H. Schoen & T. Zerback (Hrsg.), *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. (S. 61–73). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Pötschke, M. (2009). Potentiale von Online-Befragungen: Erfahrungen aus der Hochschulforschung. In N. Jakob, H. Schoen & T. Zerback (Hrsg.), *Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung* (S. 75–89). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reips, U. Dietrich & Franek, L. (2004). Mitarbeiterbefragungen per Internet oder Papier? Der Einfluss von Anonymität, Freiwilligkeit und Alter auf das Antwortverhalten. *Wirtschaftspsychologie* (1), 67-83.
- Stiftung Digitale Chancen. (2009). Überblick über die wichtigsten Studien zur Internetnutzung in Deutschland. Zugriff am 23.03.2009. Verfügbar unter: <http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/aus.2/key.2595/secid.16/secid2.49>:
- Welker, M., Werner, A. & Scholz, J. (2005). *Online-Research. Markt- und Sozialforschung mit dem Internet*. Heidelberg: dpunkt.verlag.

- Zerback, T., Schoen, H., Jakob, N. & Schlereth, S. (2009). Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet - eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften. In N. Jakob, H. Schoen & T. Zerback (Hrsg.). Springer-11776 /Dig. Serial]:. Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung. (S. 15–31). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Zerr, K. (2001). Online-Marktforschung - Erscheinungsformen und Nutzenpotentiale. In A. Theobald, M. Dreyer & T. Starsetzki (Hrsg.), Online-Marktforschung . Wiesbaden: Gabler.