



LARS KACZMIREK

Human Survey Interaction. Usability and Nonresponse in Online Surveys

Neue Schriften zur Online-Forschung, 6

2009, Broschur, 213 x 142 mm

ca. EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 / sFr. 50,40

ISBN 978-3-938258-57-6

Über dieses Buch: Die Teilnahmequote ist eines der zentralen Qualitätsmerkmale bei Umfragen. Deren Erhöhung ist der zentrale Ausgangspunkt des hier entwickelten Modells der Mensch-Umfrage-Interaktion bei Online-Befragungen. Der Teilnahmeprozess ist von zahlreichen Schwierigkeiten begleitet, was zu unvollständigen Antworten und Abbrüchen führt. Im vorliegenden Buch verdeutlicht Lars Kaczmirek, wie die praktische Umsetzung von Prinzipien der Gebrauchstauglichkeit Teilnahmequoten erhöht. Zentrale Aspekte gelungener Interaktion von Teilnehmern mit Fragebögen beruhen hierbei auf erhöhter Fehlertoleranz und sinnvollen Rückmeldungen. Die Ergebnisse beruhen auf sieben Studien und Experimenten mit mehr als 33.000 Teilnehmern. Die untersuchten Personengruppen waren Studenten, Teilnehmer von Online-Panels, Personen über 40 Jahre sowie sehbehinderte und blinde Personen. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass mit gebrauchstauglichen Befragungen signifikant mehr vollständige Teilnahmen erzielt werden. Investitionen zur Verbesserung der Mensch-Umfrage-Interaktion zeigen dabei eine hohe Kosteneffektivität im Rahmen aktueller Umfragemethodik. (Buch in englischer Sprache.)

Über den Autor: LARS KACZMIREK studierte Psychologie an der Universität Mannheim mit dem Nebenfach Informatik. Seit 2003 arbeitet er beim Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) im Bereich Online-Umfragen, insbesondere bis 2006 im EU-Projekt zur Schaffung des Informationsportals Web Survey Methodology Site (www.websm.org). Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Usability von Online-Befragungen, Barrierefreiheit, Befragungssoftware, Evaluation.

Über die Reihe: Die Reihe *Neue Schriften zur Online-Forschung* beschäftigt sich mit praxisrelevanten und aktuellen Themen jeglicher Art von Forschung, deren Gegenstand oder Mittel das Internet oder mobile Kommunikation im weiteren Sinne ist. In Einzel- und Sammelpublikationen ergänzen sich Beiträge zur empirischen Online-Forschung und Praxisberichte von Forschungsprojekten.

Weitere Informationen:

http://www.halem-verlag.de/shop/product_info.php/products_id/184

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

Vorname und Name

Straße

Land, PLZ und Ort

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

E-Mail

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.