

Der erste Eindruck zählt?
Abbrecherquoten in Online-Studien in
Bezug auf Anonymität und Datenschutz

Unipark Anwendertag 2008

Julia Fröhlich & Julia John

Lehrstuhl für Arbeits- Wirtschafts- und
Organisationspsychologie der Universität Bonn

Gliederung

1. Hintergrund der Studie
2. Ablauf der Studie
3. Fragestellungen
4. Stichprobe
5. Ergebnisse
6. Diskussion

Hintergrund der Studie

- Datenschutz als viel diskutiertes Thema
- Praktisches Interesse daran, Abbrecherquote möglichst gering zu halten
- Einfluss verschiedener Formen von Datenschutzerklärung auf die Abbrecherquote, Witzki und Kramer (2008)
- Explorative Beleuchtung unterschiedlicher Faktoren, die zum Abbruchverhalten führen könnten

Ablauf der Studie



**Herzlich Willkommen zur Studie „Persönlichkeitseigenschaften und Beziehungstreue“
der Universität Bonn**

Diese Studie untersucht den Zusammenhang von Beziehungstreue und einigen Persönlichkeitseigenschaften. Sie wird von der Abteilung Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie des Psychologischen Instituts der Universität Bonn durchgeführt. Wir freuen uns, wenn Sie in den nächsten **5 Minuten** einige Fragen dazu beantworten.

Wenn Sie möchten, können Sie Im Anschluss Ihre Email-Adresse hinterlassen. Wir schicken Ihnen dann die Ergebnisse nach Ablauf der Erhebung zu.

Datenschutz

Alle persönlichen Angaben werden entsprechend der deutschen Datenschutzgesetzgebung streng vertraulich behandelt und stets anonym ausgewertet. Dabei müssen keine persönlichen Kontakt- und Adressdaten angegeben werden.

Um detaillierte Auswertungen zu erhalten, ist es jedoch notwendig soziodemographische Merkmale (Geschlecht, Alter, etc.) der Teilnehmer/innen zu erheben. Browserinformationen, IP und Hostname des benutzten Rechners, Ihr Eintrittspfad auf die Befragungshomepage sowie Zeit und Datum Ihrer Teilnahme können zu Forschungszwecken erhoben und gespeichert werden. Die erhobenen Daten werden ausschließlich zu Forschungszwecken genutzt. Es werden keine Daten an Dritte weitergegeben.

Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der Daten erfolgt nach den strengen Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes und der Deutschen Gesellschaft für Online-Forschung e.V. Die erhobenen Daten werden nur insoweit verarbeitet und genutzt, wie dies für die Durchführung der Untersuchung erforderlich und gesetzlich zulässig ist. Die Teilnahme ist freiwillig. Wenn Sie weitere Auskünfte wünschen oder inhaltliche bzw. technische Probleme haben, stehen wir Ihnen unter der Email-Adresse untersuchungsleitung@aow-bonn.de gerne zur Verfügung.

- nicht teilnehmen teilnehmen



Herzlich Willkommen zur Studie "Persönlichkeitseigenschaften und Beziehungstreue" des Marktforschungsinstituts AOW

Diese Studie untersucht den Zusammenhang von Beziehungstreue und einigen Persönlichkeitseigenschaften. Sie wird vom Marktforschungsinstitut AOW mit Sitz in Bonn durchgeführt. Wir freuen uns, wenn Sie in den nächsten **5 Minuten** einige Fragen dazu beantworten.

Wenn Sie möchten, können Sie Im Anschluss Ihre Email-Adresse hinterlassen. Wir schicken Ihnen dann die Ergebnisse nach Ablauf der Erhebung zu.

Hintergrund

Die Themen Liebe und Partnerschaft sind so alt wie die Menschheit und verlieren dennoch nie an Aktualität und allgemeinem Interesse. Welcher „Liebestyp“ bin ich? Welcher Partner passt zu mir? Wie gestalte ich eine Beziehung, in der ich mich wohl fühle? Was tun bei Partnerschaftsproblemen? In Zeiten moderner Medien, wie dem Internet, stellt es sich für manche Menschen als bedeutend einfacher heraus, romantische Beziehungen zu knüpfen und auch über weitere Entfernungen intensiver aufrecht zu erhalten. Wie sich dann die Beziehungsqualität gestaltet, hängt von vielen Faktoren ab: So spielt zum Beispiel die frühe Bindung zur Mutter eine Rolle aber auch Persönlichkeitseigenschaften und Lernerfahrungen. In unserer Studie beschränken wir uns auf den Faktor Persönlichkeitseigenschaften und möchten herausfinden, wie Persönlichkeit, Internetverhalten und die Treue beider Partner zusammenspielen.

Datenschutz

Alle persönlichen Angaben werden entsprechend der deutschen Datenschutzgesetzgebung streng vertraulich behandelt und stets anonym ausgewertet. Die erhobenen Daten werden ausschließlich zu Forschungszwecken genutzt und nicht an Dritte weitergegeben.

- nicht teilnehmen teilnehmen



Herzlich Willkommen zur Studie „Persönlichkeitseigenschaften und Beziehungstreue“ der Universität Bonn

Diese Studie untersucht den Zusammenhang von Beziehungstreue und einigen Persönlichkeitseigenschaften. Sie wird von der Abteilung Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie des Psychologischen Instituts der Universität Bonn durchgeführt. Wir freuen uns, wenn Sie in den nächsten **5 Minuten** einige Fragen dazu beantworten.

Wenn Sie möchten, können Sie Im Anschluss Ihre Email-Adresse hinterlassen. Wir schicken Ihnen dann die Ergebnisse nach Ablauf der Erhebung zu.

Datenschutz

Alle persönlichen Angaben werden entsprechend der deutschen Datenschutzgesetzgebung streng vertraulich behandelt und stets anonym ausgewertet. Die erhobenen Daten werden ausschließlich zu Forschungszwecken genutzt und nicht an Dritte weitergegeben.

nicht teilnehmen teilnehmen

Weiter



Herzlich Willkommen zur Studie "Persönlichkeitseigenschaften und Beziehungstreue" des Marktforschungsinstituts AOW

Diese Studie untersucht den Zusammenhang von Beziehungstreue und einigen Persönlichkeitseigenschaften. Sie wird vom Marktforschungsinstitut AOW mit Sitz in Bonn durchgeführt. Wir freuen uns, wenn Sie in den nächsten **5 Minuten** einige Fragen dazu beantworten.

Wenn Sie möchten, können Sie Im Anschluss Ihre Email-Adresse hinterlassen. Wir schicken Ihnen dann die Ergebnisse nach Ablauf der Erhebung zu.

- nicht teilnehmen teilnehmen

Weiter


Ablauf der Studie



Fragestellung

- Unterscheiden sich die Abbrecherquoten je nach Startseite?
- Lesen Teilnehmer die Datenschutzerklärungen?
- Welche Bedeutung hat Anonymität in verschiedenen Online-Settings?
- Wie wird die Anonymität in verschiedenen Online-Settings wahrgenommen?

Stichprobe – Rekrutierung

- **Rekrutierung über das Online-Panel von **
- **Informationen zu Sozioland:**
 - Informations- und Meinungsportal zu gesellschaftlichen Themen
 - Studienteilnehmer sind registrierte Nutzer
 - Anonyme Registrierung
- **Grund für die Nutzung eines Panels:**
 - Objektivität
 - Effizienz

Stichprobe

- N = 1809 Teilnehmer

Alter	<ul style="list-style-type: none">• Ø 35 Jahre• SD 12,3
Geschlecht	<ul style="list-style-type: none">• 54% w• 46% m
Schulbildung	<ul style="list-style-type: none">• Kein Abschluss 1%• Realschule 27%• Andere 2%• Haupt-/Volksschulabschluss 7%• (Fach-)Abitur 62%
Internetnutzung	<ul style="list-style-type: none">• bis 5 h/Woche 20%• mind. 15h/Woche 49%• 5 bis 15 h/Woche 36%
PC-/ Internetkenntnisse	<ul style="list-style-type: none">• sehr gut 24%• gut 57%• kaum Kenntnisse 0,2%• Grundkenntnisse 19%

Ergebnisse

Ergebnisse - Abbrecherquoten

- Abbrecher nach Urheber

Startseite	Abbrecher auf Startseite
Uni	9%
Mafo	11,3%

- Abbrecher nach Datenschutzbedingung

Startseite	Abbrecher auf Startseite
Datenschutz lang	10,9%
Text lang	11,4%
Datenschutz kurz	8,4%
Keine Datenschutzerklärung	9,9%

Ergebnisse - Abbrecherquoten

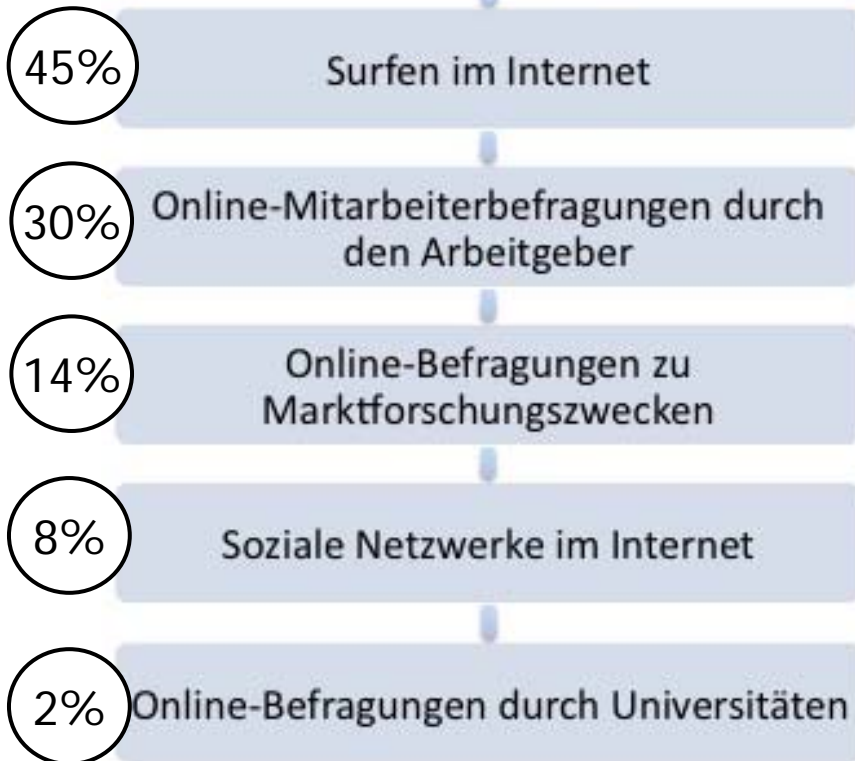
- Abbrecherquoten nach verschiedenen Faktoren

Startseite	Abbrecher auf Startseite	Abbrecher über gesamten Fragebogen
Uni Datenschutz lang	10,4%	19,6%
Mafo Datenschutz lang	11,4%	24,5%
Uni Text lang	10,9%	23,6%
Mafo Text lang	12%	19%
Uni Datenschutz kurz	7,3%	17,1%
Mafo Datenschutz kurz	9,5%	20,5%
Uni keine Erklärung	7,6%	21,4%
Mafo keine Erklärung	12,1%	23,5%

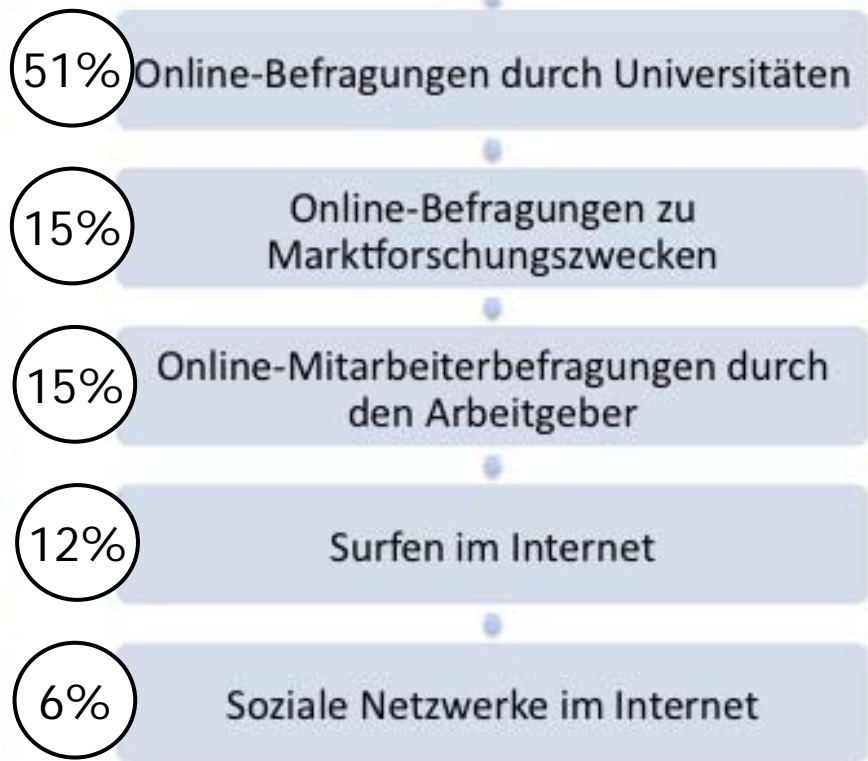
Ergebnisse - Rankings

- n = 1587

Wichtig



Gegeben



- **Unterscheiden sich die Abbrecherquoten je nach Startseite?**
 - Mehr Abbrüche bei
 - Urheber: Marktforschungsinstitut
 - Startseite mit viel Text
 - Kein Unterschied lange Datenschutzerklärung/ inhaltliche Beschreibung
- **Lesen Teilnehmer die Datenschutzerklärungen?**
 - Nicht gelesen: 26%
 - Überflogen: 54%
 - Gelesen: 20%
 - Zusammenhang mit Urheber der Studie und Personenmerkmalen

Ergebnisse im Überblick

- **Welche Bedeutung hat Anonymität in verschiedenen Online-Settings?**
 - Besonders wichtig: Surfen im Internet, Mitarbeiter-Befragung
- **Wie wird die Anonymität in verschiedenen Online-Settings wahrgenommen?**
 - Größtes Vertrauen in Online-Befragungen von Unis und Mafos
- Angabe der Email-Adresse unabhängig von allen untersuchten Faktoren

+

- Große Stichprobe
- Experimentelles Design

-

- Verzerrung der Stichprobe durch Panel-Nutzer
- Einfluss der Themenwahl auf Abbrecherquote?

Fragen oder Anregungen?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!