



**Prof. Dr. Holger Lütters**, Fachbereich  
Wirtschaft der Hochschule für Nachhaltige  
Entwicklung, Eberswalde

Holger Lütters ist Mitbegründer der pangea labs GmbH und ist seit über 10 Jahren Forscher im Bereich der Online-Marktforschung mit methodischem Hintergrund. Seine Schwerpunkte sind neuere Forschungsansätze zu web2.0 und mobilen Befragungen.

Zu seinem Alter befragt meint er: Der True-Age Test auf Facebook ergab am 06.03.2010 ein Alter von 31 Jahren. Im letzten Monat haben 400 607 Menschen daran teilgenommen. Mein biologisches Alter wird zum Zeitpunkt des Vortrags 40 Jahre betragen.

## Face the Facebook

### Auswirkungen des web2.0 auf die Marktforschung

#### **Was ist die Ausgangslage Ihres Referats?**

Während die Marktforschung noch immer die beste Art der Stichprobenziehung für die Internetbefragung diskutiert und Paper-Pencil Fragebögen auf Bildschirmen reaktiviert, werden täglich bereits mehrere Millionen von Befragungen online durchgeführt, welche sich wenig um Qualitätsstandards kümmern. Die sozialen Netzwerke – allen voran Facebook – sind Plattform für Befragungen ohne ernsthaften Marktforschungshintergrund. Die heute noch spassig anmutenden Konzepte könnten aber bald einen ernsthaften Hintergrund bekommen. Nicht erst dann sollte sich die Marktforschung mit den Aktivitäten in den sozialen Netzwerken auseinandersetzen.

#### **Welche Frage- oder Problemstellung behandeln Sie in Ihrem Referat?**

Das Referat wird den steigenden Druck von ausserhalb der Marktforschung auf die Motivation potentieller Respondenten thematisieren. Bereits heute wird aus Konsumentensicht die Teilnahme an einem Quiz als Teilnahme an einer Befragung gewertet. Mit zunehmender Teilnahme an vielleicht unseriösen aber durchaus unterhaltsamen Quizzes wird die Teilnahmebereitschaft im Bereich der seriösen Forschung unter Druck geraten. Die Erwartung an den Entertainment-Faktor klassischer Befragungen wird grösser werden. Der Vortrag möchte auf diese Problematik aufmerksam machen und bereits erste Ansätze möglicher Lösungen anbieten.

#### **Wie sind Sie die Fragestellung angegangen (methodisch, forschungstechnisch, et cetera)?**

pangea labs erforscht bereits seit einigen Jahren die Möglichkeiten (und Grenzen) interaktiver Erhebungsformen. Verschiedene Experimente mit Erhebungsformen, bei denen der Teilnehmer unter Umständen sogar Freude während der Teilnahme empfinden kann, haben sich als vielversprechend erwiesen. Einige dieser Ergebnisse werden präsentiert.

#### **Wird im Referat ein Beispiel aus der Praxis gezeigt? Wenn ja, können Sie dazu ein paar Stichworte geben?**

Im Referat werden verschiedene Ansätze von interaktiven Befragungen aus dem Facebook-Universum gezeigt. Zusätzlich werden Forschungsergebnisse von Experimentalstudien mit neuen Erhebungsformen aufgezeigt, um mögliche Lösungen aus dem Kreis der Marktforschung zu diskutieren. Als Ausblick werden einige Beispiele interaktiver Befragungen als App auf den Plattformen iPhone bzw. Android dargestellt.

#### **Was fasziniert Sie selber am meisten an diesem Thema? Warum glauben Sie, ist es zentral für die Teilnehmenden vom Tag der Marktforschung?**

Während des Schweizer Tag der Marktforschung 2009 zählte Facebook weltweit 200 Millionen Nutzer. Inzwischen sind bereits über 400 Millionen Menschen auf der Plattform aktiv. Die seriösen Ansätze der Datenerhebung geraten durch die sozialen Netzwerke nun auch inhaltlich unter Druck. Der Teilnehmer erwartet mittlerweile ein individuelles Feedback und möchte dies am liebsten mit seinen Freunden teilen. Diese Denkhaltung widerspricht bisherigen Ideen zur Marktforschung. Bisher hat die Marktforschung diese Entwicklung nur am Rande betrachtet. Es wird Zeit, dass wir uns als Branche mit den Auswirkungen auf die Marktforschung beschäftigen. Let's Face the Facebook together.