

Mobile Markt- und Sozialforschung

Methodische Qualität selbst-administrierter
mobiler Forschung

Emanuel Maxl



Universitätsverlag Ilmenau
2012

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Diese Arbeit hat der Fakultät für für Mathematik und Naturwissenschaften der Technischen Universität Ilmenau als Dissertation vorgelegen.

Tag der Einreichung: 6. Juli 2011
1. Gutachter: Prof. Dr. Nicola Döring
(Technische Universität Ilmenau)
2. Gutachter: Prof. Dr. Jens Wolling
(Technische Universität Ilmenau)
3. Gutachter: Prof. Dr. Wolfgang Mayerhofer
(Wirtschaftsuniversität Wien)
Tag der Verteidigung: 25. November 2011

Technische Universität Ilmenau/Universitätsbibliothek

Universitätsverlag Ilmenau

Postfach 10 05 65
98684 Ilmenau
www.tu-ilmenau.de/universitaetsverlag

Herstellung und Auslieferung

Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat OHG
Am Hawerkamp 31
48155 Münster
www.mv-verlag.de

ISBN 978-3-86360-021-1 (Druckausgabe)

URN [urn:nbn:de:gbv:ilm1-2011000484](http://nbn:de:gbv:ilm1-2011000484)

Titelfoto: photocase.com | Fasserhaus

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-------|---|-----|
| 1 | Einführung | 13 |
| 1.1 | Relevanz der Arbeit..... | 13 |
| 1.2 | Zielsetzung | 18 |
| 2 | Theorie | 21 |
| 2.1 | Begriffsdefinitionen | 21 |
| 2.1.1 | Mobilkommunikation..... | 21 |
| 2.1.2 | Mobile Markt- und Sozialforschung..... | 25 |
| 2.2 | Methodische Qualität | 29 |
| 2.3 | Technische Grundlagen | 41 |
| 2.3.1 | Mobilfunknetztechnologie | 42 |
| 2.3.2 | WLAN & Wireless Personal Area Networks..... | 43 |
| 2.3.3 | SMS & MMS..... | 45 |
| 2.3.4 | Mobiles Internet..... | 47 |
| 2.3.5 | Mobile Applikationen..... | 49 |
| 2.3.6 | Mobile Weblog | 51 |
| 2.3.7 | Positionsbestimmung | 53 |
| 2.3.8 | Kamera & Bilderkennung..... | 55 |
| 2.3.9 | Mobile Endgeräte..... | 57 |
| 2.4 | Mobile Marketing Grundlagen..... | 60 |
| 2.5 | Mobile Methoden – allgemein | 65 |
| 2.5.1 | Kontext-Modelle | 66 |
| 2.5.2 | Kontext in der Psychologie..... | 70 |
| 2.5.3 | Einteilung von mobilen Forschungsmethoden | 74 |
| 2.6 | Mobile Non-Voice Methoden..... | 78 |
| 2.6.1 | Selbst-administrierte mobile Non-Voice Befragungen..... | 79 |
| 2.6.2 | Qualitative mobile Forschungsmethoden..... | 93 |
| 2.6.3 | Non-reaktive mobile Methoden | 96 |
| 2.6.4 | Push-Rekrutierung | 102 |
| 2.6.5 | Pull-Rekrutierung..... | 105 |
| 2.6.6 | Gesamtübersicht mobiler Methoden..... | 107 |
| 2.7 | Forschungsstand zur methodischen Qualität..... | 109 |
| 2.7.1 | Coverage..... | 109 |
| 2.7.2 | Sampling..... | 119 |
| 2.7.3 | Nonresponse..... | 122 |
| 2.7.4 | Measurement | 127 |
| 2.8 | Forschungsfragen | 130 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 3 | Empirischer Teil..... | 139 |
| 3.1 | Push-Studie ohne Kontextbezug: Effekte von Einladungs-Modi | 140 |
| 3.1.1 | Zielsetzung und Fragestellungen | 143 |
| 3.1.2 | Methode..... | 146 |
| 3.1.3 | Ergebnisse | 154 |
| 3.1.4 | Diskussion – Push-Studie ohne Kontextbezug..... | 160 |
| 3.2 | Push-Studie im Kontext: Ortsbezogene Mobile Befragung..... | 165 |
| 3.2.1 | Zielsetzung und Fragestellungen | 166 |
| 3.2.2 | Methode..... | 169 |
| 3.2.3 | Ergebnisse | 175 |
| 3.2.4 | Diskussion – Push-Studie im Kontext | 183 |
| 3.3 | Pull-Studie im Kontext: Mobile Blogging..... | 187 |
| 3.3.1 | Zielsetzung und Fragestellungen | 191 |
| 3.3.2 | Methode..... | 194 |
| 3.3.3 | Ergebnisse | 203 |
| 3.3.4 | Diskussion – Pull-Studie im Kontext | 220 |
| 4 | Diskussion..... | 227 |
| 4.1 | Methodische Qualität..... | 229 |
| 4.2 | Limitationen der vorliegenden Arbeit..... | 234 |
| 4.3 | Zusammenfassung: Vorteile und Schwächen mobiler Methoden | 235 |
| 4.4 | Praxisempfehlungen zu mobilen Methoden | 241 |
| 4.5 | Zukünftige Entwicklung mobiler Methoden | 242 |
| | Literaturverzeichnis | 245 |
| | Anhang..... | 263 |