

Rekrutierung über Online-access Panels: The Good, the Bad, and the Ugly

Der überwiegende Teil der Rezeptions- und Wirkungsforschung beruht auf Selbstauskünften, die im Rahmen von Befragungen erfasst werden. Eine große Bedeutung haben hierbei Online-Access Panels erhalten, die die Rekrutierung von Personen repräsentativ für die Internetnutzer:innen ermöglichen. Gleichwohl stellen sich mit der Rekrutierung über Online-Access-Panels Fragen der Datenqualität. Dies gilt insbesondere für Panels, deren Mitglieder regelmäßig durch finanzielle Incentivierung zur Teilnahme motiviert werden (Callegaro et al. 2014; Taddicken, 2013).

Alternative Rekrutierungsmethoden zielen auf die von Forschenden direkt initiierte Ansprache ab. Beispielsweise lassen sich über bezahlte Anzeigen in sozialen Medien mittels Targeting-Möglichkeiten der Plattformen Nutzer:innen nach spezifischen Personenmerkmalen ansprechen (Boas et al., 2020). Alternativ können Teilnehmende durch Postwurfsendungen "offline" rekrutiert werden. Dieses Verfahren erlaubt eine Auswahl von Haushalten nach Zustellgebieten oder Postleitzahlen und eignet sich daher insbesondere für regional begrenzte Befragungen (Bornschein & Pohl, 2014; Bachl et al., 2013).

Wie sich diese unterschiedlichen Rekrutierungswege auf die Datenqualität und Ausschöpfung von Personen in der Zielgruppe jedoch unterscheiden, ist kaum Gegenstand systematischer Untersuchungen. Somit bleiben mögliche Effekte der Rekrutierung von Teilnehmenden auf die realisierte Stichprobe (Struktur) und die beforschten Zusammenhänge weitgehend unklar.

Im Rahmen einer Befragungsstudie untersuchen wir vor diesem Hintergrund den Einfluss von vier verschiedenen Rekrutierungswegen (kommerzielles Online-Access-Panel, nicht-kommerzielles (Soci-)Panel, Rekrutierung via Social Media Anzeigen (Meta), Postwurfsendungen) auf Merkmale von Panelbeschaffenheit und Qualität des Antwortverhaltens. Wie messen die 1) soziodemographische Zusammensetzung der Stichproben die 2) *Sorgfalt bei der Beantwortung von Fragen* mittels Trap-Question, den Anteil von Straightlinern sowie über die Bearbeitungszeit des Fragebogens. Darüber hinaus vergleichen wir die 3) *Aufmerksamkeit* der Teilnehmenden über Erinnerungsfragen zu einem Zeitungsartikel und prüfen am Beispiel des Zusammenhangs zwischen Einstellungen zum Klimawandel und der Glaubwürdigkeit eines Artikels, ob sich die 4) Untersuchungsergebnisse zwischen den Rekrutierungswegen unterscheiden.

Methode

Die Befragung wurde in den Postleitgebieten 55 (in Rheinland-Pfalz [RLP], Umgebung Mainz) sowie 99 (in Thüringen [TH], Umgebung Erfurt) durchgeführt. Dabei dienen Umweltthemen mit Regionalbezug

(RLP: Hoch- und Niedrigwasser im Rhein; TH: Trockenheit im Thüringer Wald) als inhaltlicher Rahmen. Über den kommerziellen Panelanbieter Bilendi [Respondi] wurden alle in diesen Bereichen verfügbaren Panel-Teilnehmenden rekrutiert. In jeweils 10 Postleitzahlgebieten in Thüringen und Rheinland-Pfalz (stratifiziert nach Besiedlungsdichte) wurden durch Postwurfsendungen insgesamt rund 60.000 Haushalte zur Teilnahme aufgefordert. Zudem wurden äquivalent zu den beiden Befragungsregionen mit Hilfe der Targetingfunktion von Meta Anzeigen in Facebook und Instagram geschaltet und alle Personen in den PLZ Gebieten, die im Sosci Panel registriert sind, adressiert.

Ergebnisse

Insgesamt haben (Stand 20.08) 1847 Teilnehmende ($N_{TH} = 810$; $N_{RLP} = 1037$) die Befragung durchgeführt, wobei der Großteil auf Basis des Bilendi-Panels, gefolgt von Postwurf rekrutiert wurde ($N_{Respondi} = 604$; $N_{Postwurf} = 581$; $N_{Meta} = 375$; $N_{Sosci} = 287$).

Mit Bezug auf die soziodemographische Zusammensetzung zeigt sich, dass die Rekrutierung über Bilendi mit Bezug auf das Alter am ehesten dem tatsächlichen Durchschnittsalter in beiden Regionen (TH: 47,5; RLP: 45 Jahre) entspricht, während insgesamt jüngere Personen unterrepräsentiert sind (Abb. 1). Mit Bezug auf die Geschlechterverteilung sind Frauen bis auf die Rekrutierung über Postwurf stärker vertreten (Abb. 2). Im Hinblick auf die Sorgfalt in der Bearbeitung der Fragen wird deutlich, dass die meisten Straighliner:innen auf das Bilendi-Panel entfallen (Abb. 3), das auch die geringste Bearbeitungszeit aufweist (Abb. 4). Auch der Anteil korrekt beantworteter Fragen aus dem Test-Artikel fällt beim Bilendi-Panel geringer aus (Abb. 5).

Im Hinblick auf mögliche Effekte der Rekrutierungsmodi auf die Ergebnisse zeigt sich neben dem insgesamt erwartungsgemäß positiven Zusammenhang zwischen Voreinstellung und der Bewertung der Glaubwürdigkeit des Artikels (Abb. 6) ein signifikanter Interaktionseffekt, der darauf hindeutet, dass der Zusammenhang im Bilendi-Panel signifikant stärker ist als bei Teilnehmenden des Sosci-Panels (Abb. 7).

Ausblick & Diskussion

Im Rahmen des geplanten Beitrags werden diese ersten Ergebnisse vertieft und zudem eine Übersicht über die Ausschöpfung der Zielgruppe sowie die finanzielle Rationalität (was kostet es über welche Rekrutierungswege Teilnehmer:innen zu erreichen?) gegeben. Die Autor:innen werden gemeinsam mit dem Publikum über die Bewertung der Datenqualität der Rekrutierungswege und Implikationen für die Forschungspraxis diskutieren.

Abb. 1: Alter nach Bundesländern und Befragungsmodi

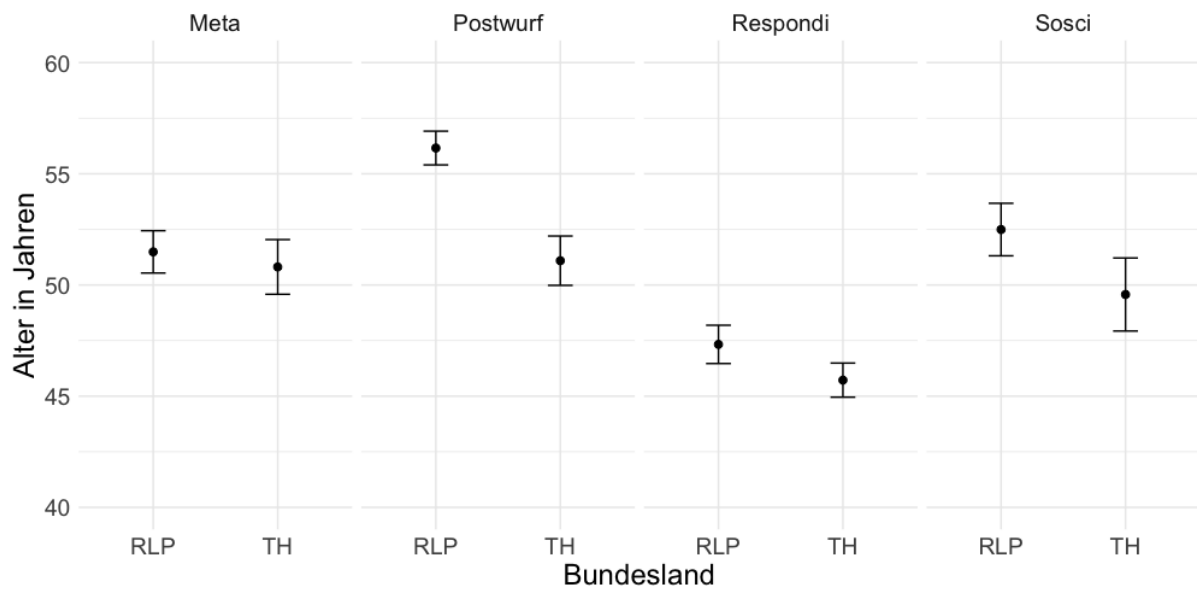


Abb. 2: Geschlecht nach Bundesländern und Befragungsmodi

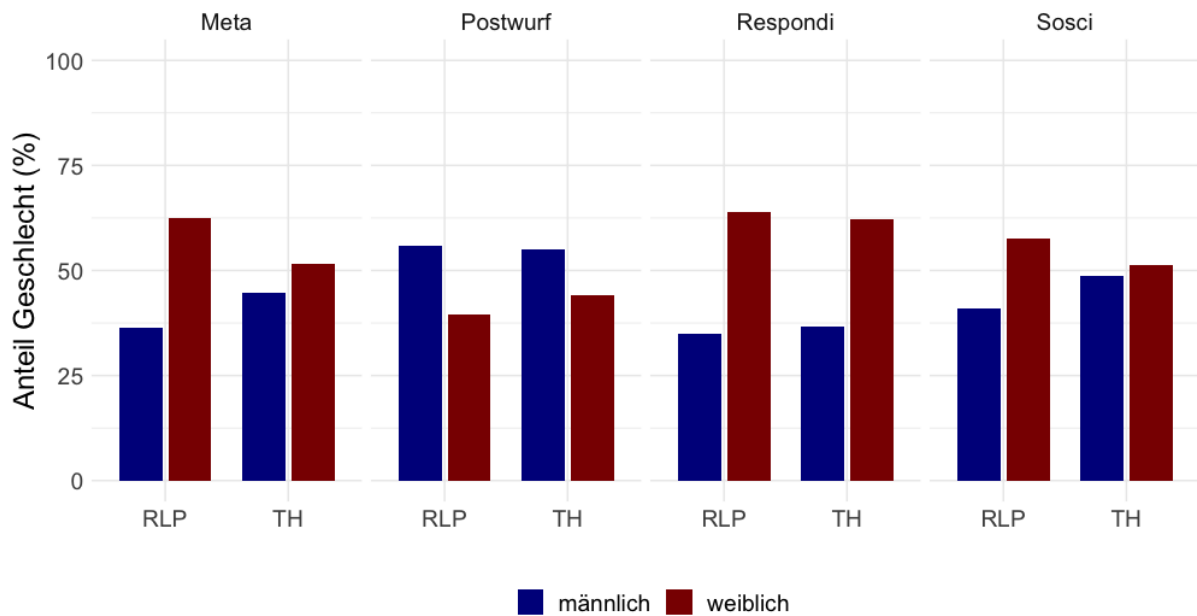


Abb. 3: Skalen mit Straightlining nach Bundesländern und Befragungsmodi

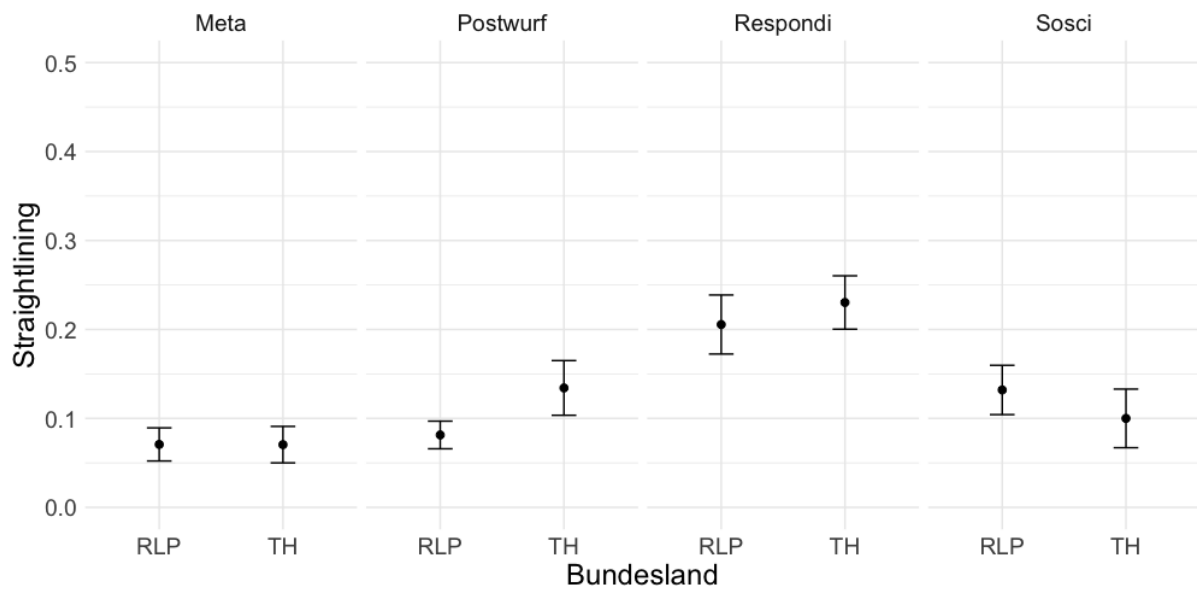


Abb. 4: Gesamtbearbeitungszeit des Fragebogens nach Bundesländern und Befragungsmodi

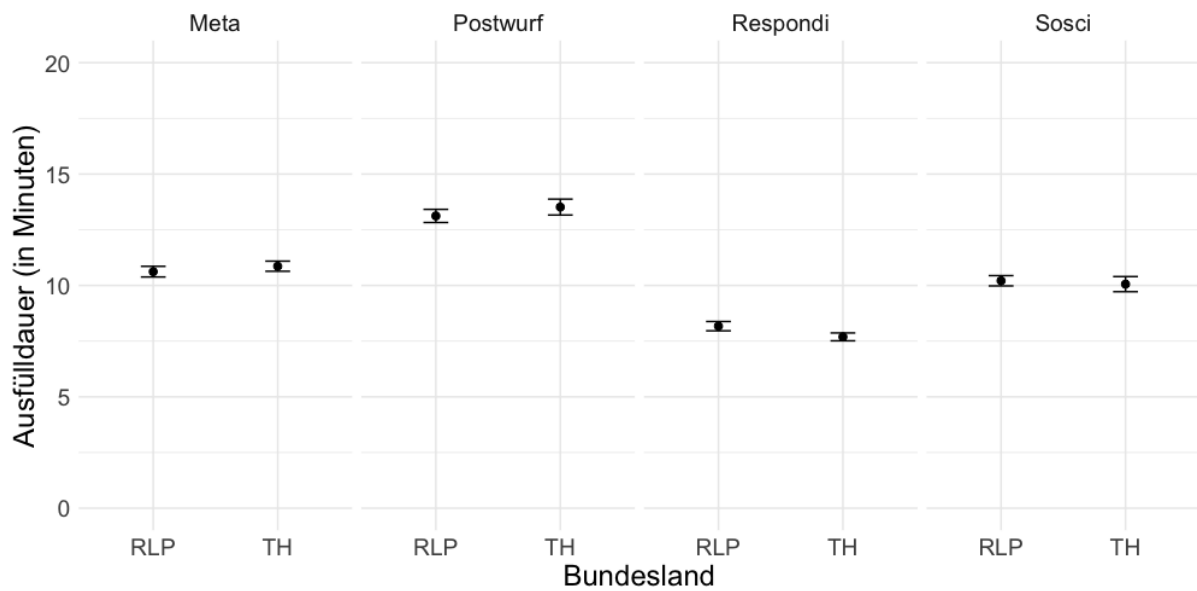


Abb. 5: Leseverständnis nach Bundesländern und Befragungsmodi

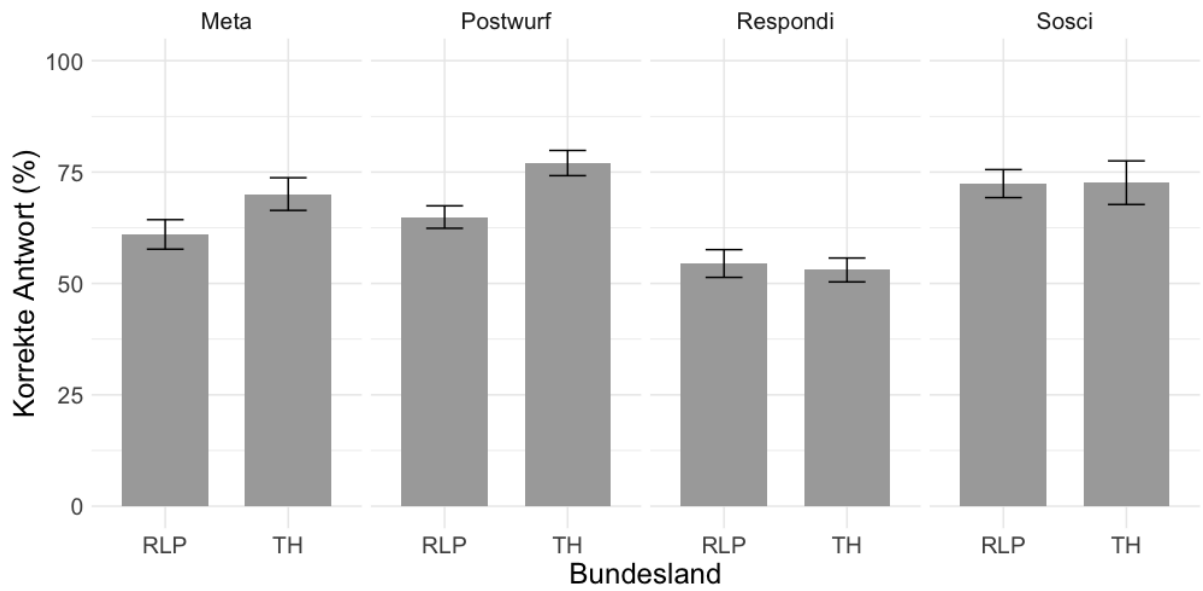
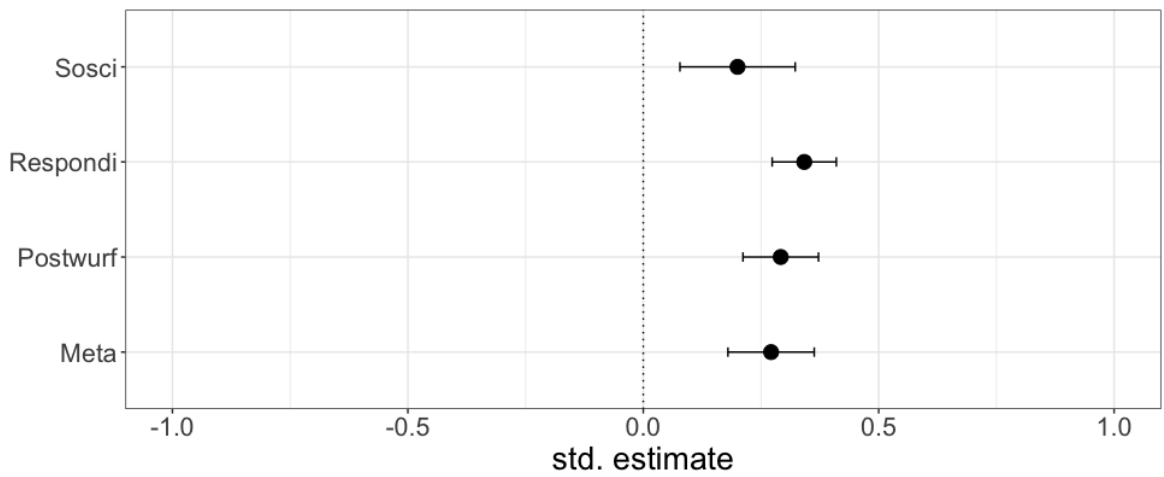
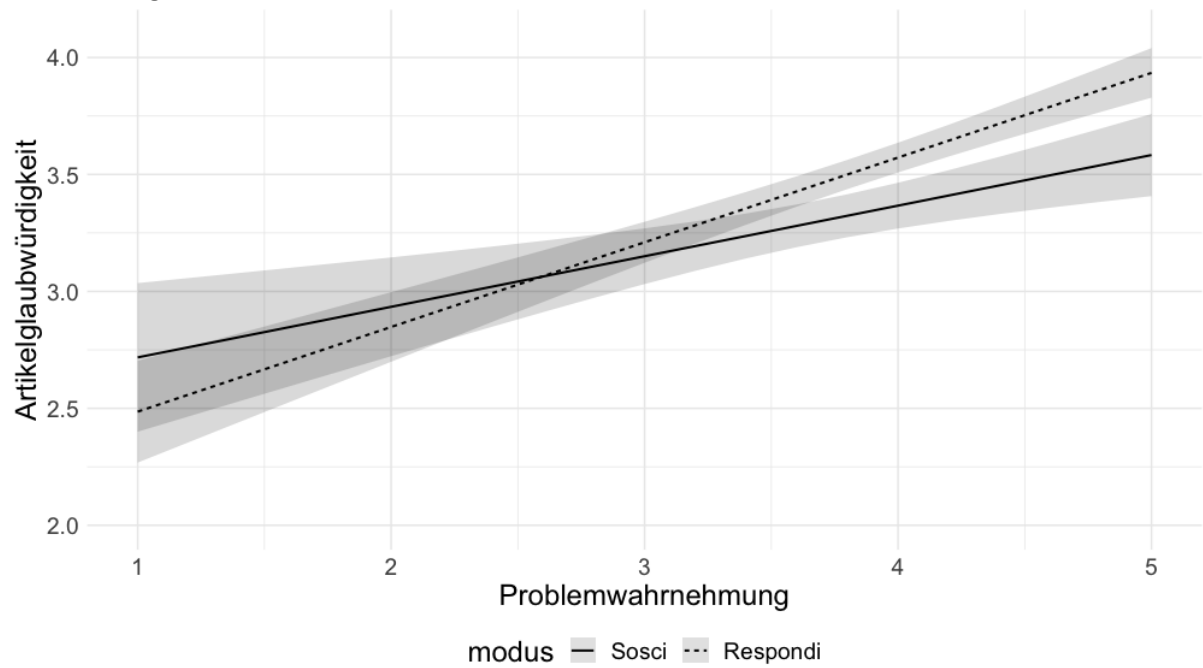


Abb. 6: Zusammenhang zwischen Problemwahrnehmung und Artikelgläubwürdigkeit nach Sample



Note. Koeffizienten mit .95 Konfidenzintervallen stammen aus getrennten Regressionsmodellen für Rekrutierungsmethode; alle Modelle wurden für das Erhebungsgebiet, Alter und Geschlecht kontrolliert.

Abb. 7: Interaktion zwischen Problemwahrnehmung und Artikelgläubwürdigkeit nach Rekrutierungsmethode



Note. Vorhergesagte Werte für den Zusammenhang zwischen Problemwahrnehmung und Artikelgläubwürdigkeit in Abhängigkeit zum Erhebungsmodus; Interaktionseffekt signifikant ($p < .05$); Modell wurde für das Erhebungsgebiet, Alter und Geschlecht kontrolliert.