



GOR 10

>> von Michael Karalus > „Die Zusammenarbeit war sehr professionell, sicher war diese GOR eine der besten!“ Mit diesem Kompliment des DGOF-Vorstands Dr. Olaf Wenzel an die lokalen Partner der diesjährigen General Online Research Conference (GOR) ging die dreitägige Veranstaltung an der Hochschule zu Ende.

Die Konferenz ist die größte und bedeutendste ihrer Art und findet seit 1997 jedes Jahr in einer anderen Universität statt. Veranstalterin ist die Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF). Gastgeber in diesem Jahr war die Fakultät für Wirtschaft und Recht, vertreten durch die Professorinnen Dr. Elke Theobald und Dr. Christa Wehner. Die beiden Studiendekaninnen von Werbung und Marktforschung freuten sich über die Chance, den internationalen Branchentreff an ihrer Hochschule auszurichten: „Die GOR10 ist für Professoren, Mitarbeiter und natürlich auch für unsere Studierenden eine spannende Weiterbildungsveranstaltung, die unser Curriculum wunderbar ergänzt.“



Wiedersehen mit Absolventen und Lehrbeauftragten des Studiengangs Marktforschung:

Katharina von Janczewski, Tanja Wulfert, Christa Wehner, Jan Hecht und Kerstin Klär.

Foto: Felix Schyle

Die Studiengänge Markt- und Kommunikationsforschung sowie Marketing-Kommunikation/Werbung sind mit ihrer systematischen und praxisnahen Ausrichtung traditionell nahe dran an den aktuellen Entwicklungen in der Online-Welt. Online-Marketing und Online-Research gehören seit Jahren zu den Studieninhalten. Nur folgerichtig also, dass die GOR10 nach Hamburg und Wien 2010 in Pforzheim stattfand – und damit erstmals an einer deutschen Fachhochschule, wie Dekan Professor Dr. Rudi Kurz in seinem launigen Grußwort betonte.

Professor Horst Müller-Peters, Head of Group Methodology, YouGovPsychonomics, stellte in seinem Eröffnungsvortrag einige kritische Fragen an die erfolgsverwöhnte Branche: „Nach Jahren dynamischen Wachstums und inhaltlicher Entwicklung hat die Online-Forschung nun wohl die führende Stellung unter den Erhebungsmethoden erobert und tritt in ihre Reifephase ein.“ Als eindrucksvollen Beleg für die Prognosefähigkeit der Online-Wahlforschung präsentierte Müller-Peters die Befragungsergebnisse seines Kölner Instituts vom 7. Mai. Psychonomics war dem amtlichen Endergebnis der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen mit am nächsten und so auf die erste Seite von Europas größter Boulevardzeitung BILD gekommen. Vor allem junge und mobile Menschen seien inzwischen online offenbar besser erreichbar als mit telefonischen Umfragen.

Aufmerksames Publikum in rund 80 Vorträgen der diesjährigen General Online Research Conference.



Gastgeber der GOR10: Professor Dr. Rudi Kurz, Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht, Professorin Dr. Elke Theobald, Studiendekanin Werbung und Katrin Hassenstein, wissenschaftliche Mitarbeiterin und Organisationschefin der Onlinetagung. Foto: Felix Schyle

Dr. Olaf Wenzel, Vorstandsmitglied der DGOF beschreibt die Ausgangslage: „Lange Jahre führte Online in der Marktforschung ein Nischendasein, man musste immer wieder Überzeugungsarbeit leisten. Nun sind wir im Mainstream angekommen und stehen vor neuen Herausforderungen. Neue Felder und Methoden wie zum Beispiel Data Mining müssen integriert werden“. DGOF-Vorstand Professor Dr. Martin Welker ergänzt: Nicht mehr die Datenerhebung, sondern die Datenanalyse steht künftig im Vordergrund – „alle Daten sind schon da, aber wie analysiere ich das?“

Gut 350 Teilnehmer, davon ein Viertel aus dem Ausland, setzten sich auf der englischsprachigen Konferenz mit aktuellen Entwicklungen und künftigen Herausforderungen auseinander. Die Mischung macht die GOR so einzigartig: Je zur Hälfte Marketingforscher aus der Wirtschaft und Wissenschaftler aus Universitäten und Hochschulen sowie Studierende saßen im Auditorium bei 80 Fachvorträgen zu den Schwerpunkten

1. Methoden der Online-Forschung / Internet- Befragungen
2. Angewandte Onlineforschung / Best practice-Studien
3. Internet, Kommunikation und Gesellschaft

*Gewinner des Best-practice Award: Dr. Martin Einhorn von Porsche, demnächst mit seiner ausgezeichneten Fallstudie zu Gast in der Hochschule.
Foto: Felix Schyle*



Erst forschen, dann feiern: Mitglieder der Studentischen Marktforschungsagentur SONAR: Philipp Schetter, Felix Schyle, Thomas Lindberg und Stephanie Simon. Foto: Christa Wehner

Ein Höhepunkt war die Vergabe des „Best Practice Award“, ein Preis für die überzeugendste Fallstudie im Bereich der Angewandten Marktforschung. Eine Jury aus vier Experten, darunter Professorin Gabriele Naderer von der Hochschule, und die Zuhörer entschieden sich für Dr. Martin Einhorn von der Porsche AG: Sein Team hatte untersucht, wie sich der hochbezahlte aber zeitknappe Fahrer eines Premiumfahrzeugs für Befragungen erreichen lässt: natürlich auf seinem mobilen Endgerät. Das verblüffende Ergebnis: Der amerikanische Fahrer nutzt entgegen aller Statistiken ein iPhone, keinen Blackberry. So sind heute auch die Porsche-Webseiten für das Apple-Gerät optimiert.

Ein Schwerpunkt der diesjährigen Konferenz war das Thema Social Media. So erschienen Fotos der Veranstaltung zeitnah bei Flickr, ein kurzes Stottern der WLAN-Verbindung am ersten Abend wurde direkt via Twitter verbreitet. Dass dies der einzige „Pannen-Tweed“ blieb, ist mit Sicherheit dem Organisationsteam unter der Regie von Katrin Hassenstein zu verdanken: Rund 20 hochmotivierte Studierende und Mitarbeiter der Hochschule sorgten für einen reibungslosen Ablauf. Die DGOF-Organisatoren zeigten sich beeindruckt: „Eine tolle Leistung, sehr gut organisiert, wir sind sehr zufrieden in Pforzheim“.

Ein Gewinn war die GOR10 auch für die Studiengänge Marktforschung und Werbung. Mehr als 50 Studierende und Absolventen haben an den Veranstaltungen teilgenommen und so einen Einblick in die aktuelle Forschung gewonnen. Kontakte mit Forschern und Praktikern konnten vertieft oder neu geknüpft werden. So wurde die GOR10 für alle Beteiligten zu einem erfolgreichen Event.

Michael Karalus

ist Webredakteur der Fakultät für Wirtschaft und Recht.

Strahlende Gesichter nach einem erfolgreichen Event: das Organisationsteam der General Online Research Tagung an der Hochschule.

Foto: Michael Karalus

