



# e-POPS Panel Informationen

## e-POPS Stammdaten:

### Geschlecht 100,00%

Männlich	59,39%
Weiblich	40,61%

### Alter 100,00%

17-19	17,60%
20-29	35,84%
30-39	22,96%
40-49	15,25%
50-59	6,62%
60-69	1,48%
>70	0,25%

### Deutschland PLZ 100,00%

PLZ 0	17,22%
PLZ 1	10,74%
PLZ 2	10,75%
PLZ 3	10,04%
PLZ 4	10,80%
PLZ 5	9,91%
PLZ 6	7,91%
PLZ 7	8,46%
PLZ 8	6,74%
PLZ 9	7,42%

### Position 100,00%

Selbständig	16,36%
Leitende Angestellte	11,76%
Beamte / Angestellter	21,26%
Arbeiter	24,21%
Landwirt	0,10%
Pensionist	1,02%
Arbeitslose	6,48%
In Ausbildung	16,25%
sonstiges	2,56%

### Personen im Haushalt 100,00%

1 Person	22,67%
2 Person	29,58%
mehr als 3	47,75%

### Interessen

Automobile	50,10%
Bücher	41,49%
Computer	73,47%
Erotik	46,72%
Finanzen / Börse	34,04%
Geld verdienen / MLP	65,54%
Gesundheit & Ernährung	49,16%
Homepage / Webspaces	45,89%
Haushaltsgeräte	47,89%
Kontakte	30,49%
Kosmetik, Beauty & Wellness	68,49%
Kostenloses / Gewinnspiele	63,32%
Kultur & Freizeit	47,01%
Musik und Filme	65,33%
Online Versand	54,28%
Software und Spiele	59,16%
Sport & Fitness	38,12%
Studium & Wissenschaft	29,17%
Telefon / Internetanbieter	46,02%
Urlaub und Reisen	48,73%
Wirtschaft und Politik	34,12%

### Einkommen 100,00%

bis 1500	18,21%
1500-2000	19,34%
2000-2500	23,51%
2500-3000	17,25%
3000 und mehr	15,27%
unbekannt	6,42%

### Raucher 24,02%

Davon männlich	56,25%
Davon weiblich	43,75%

### Struktur

Titel	Fax
Name	Mobil
Vorname	Beruf
Email	Berufstatus
Geschlecht	Einwohnerzahl des Wohnortes
Geburtstag	Einkommen des Wohnortes
Strasse / Hausnummer	Wohnsituation
PLZ / Land	Familienstand
Telefon	Anzahl Kinder im Haushalt

### **1. Wird das Panel aktiv gemanagt oder ist es eine reine Datenbank?**

Das Panel wird aktiv gemanagt.

- Die Panelisten sind aktiv und gezielt rekrutiert
- Durch unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen werden die Panelisten dazu angehalten, sich nach bestem Wissen und Gewissen ernsthaft an Umfragen zu beteiligen. Die FCO gewährleistet entsprechend Fairness, Support und Datenschutzrechtliche Bestimmungen.
- Unglaubliche Panelisten werden durch die FCO gelöscht und von einer Teilnahme ausgeschlossen, IP-Adressen werden aufgezeichnet.

### **2. Wie groß ist das Panel wirklich?**

Im Juli 2008 verfügt das e-POPS-Panel insgesamt über etwa 500.000 Mitglieder.

### **3. Anteil der aktiven Mitglieder und ihre Definition?**

Davon sind ca. 350.000 aktive Mitglieder (etwa 70%). Die Responserate liegt bei ca. 65%.

Definition aktives Mitglied:

Die Anzahl der Panelisten alleine steht noch nicht für die Qualität eines Online-Panels. Stattdessen sind die tatsächliche Größe (aktive Mitglieder), die Struktur und auch die Responserate ausschlaggebend.

Aktive Panelisten sind die validierten und regelmäßig an Online-Befragung teilnehmenden Personen zusammen mit den neu bzw. kürzlich registrierten Mitgliedern, über die bezüglich einer regelmäßigen Teilnahme noch keine Aussage getroffen werden kann.

Einmal jährlich werden alle Panelisten zu einer Re-Registrierung aufgefordert, um Ihre Stammdaten zu ergänzen bzw. zu aktualisieren. Dies trägt auch zur Motivierung der Panelisten und zu höheren Responseraten bei.

Zur Struktur des e-POPS Panels siehe Frage 12.

### **4. Wo wurden die Mitglieder angeworben und wie geschah das?**

Online und Offline

Verschiedene Rekrutierungskanäle sind aktiv per Telefon, Face to Face, Printmedien.

- Double Opt-In Prozess zur Validierung der E-Mail Adressen
- Umfangreicher Qualifizierungsfragebogen zur Qualifizierung unserer Panellisten.

### **5. Haben die Mitglieder der Registrierung klar zugestimmt, falls ja, erfolgte das einfach oder zweifach?**

Ja, die Mitglieder haben klar zugestimmt, die Registrierung erfolgt zweifach. Nachdem das Registrierungsformular ausgefüllt wurde, erhalten die Panelisten die Einladung zur Stammdatenbefragung. Erst danach gilt die Registrierung als bestätigt.

### **6. Wie wurden Sie exakt um Ihre Zustimmung gefragt?**

Die Teilnehmer werden darüber informiert, dass sie sich bei einem Online Panel registrieren und damit regelmäßig bei Befragungen aus dem Bereich der Markt- und Sozialforschung teilnehmen können. Die Bestätigung der e-POPS Regeln liegen einer Registrierung zu Grunde.

### **7. Wie werden die Probanden incentiviert?**

Die Incentivierung erfolgt über Bonuspunkte

100 Punkte entsprechen 1,00 €

Auszahlbar ab 1.000 Punkte = 10 €

### **8. Wird das Panel ausschließlich für Marktforschungszwecke eingesetzt?**

Ja.

### **9. Gibt es eine Datenschutzrichtlinie und was ist deren Inhalt?**

Wir behandeln Informationen gemäß geltendem Datenschutzgesetz (DSG). Wir geben keine persönlichen Daten von Panelisten an Dritte weiter. Die Ansprache unserer Panelisten erfolgt ausschließlich durch uns selbst und ausschließlich zu Marktforschungszwecken.

### **10. Welchen Branchenrichtlinien wird zugestimmt?**

Mitgliedschaft in der Deutschen Gesellschaft für Online Forschung beantragt.



**11. Existiert das Panel in Übereinstimmung mit allen nationalen Gesetzen?**

Ja. Konformität mit COPPA (keine Kinder unter 13 Jahren in unserem Panel) Für die verwendeten Standards siehe auch Frage 9 und 10.

**12. Welche Stammdaten liegen vor?**

Siehe Stammdaten

**13. Wie oft werden sie aktualisiert?**

Mindestens einmal im Jahr werden alle Panelisten zu einer Re-Registrierung aufgefordert. Hierbei werden auch neue Screening-Merkmale erfasst. Zu diesem Zeitpunkt müssen die Stammdaten neu ausgefüllt werden. Somit können wir unseren Kunden garantieren, dass unsere Datensätze nicht älter als ein Jahr sind und gleichzeitig können wir auch die Vertrauenswürdigkeit unserer Panelisten nachprüfen. Panelisten, die nach zweimaliger Einladung zur Aktualisierung Ihres Profils nicht reagieren, werden ausgeschlossen.

**14. Welche Personendaten werden neben den Umfragedaten noch gespeichert (Eintrittsweg, Umfrageteilnahme)?**

Grundsätzlich werden die Stammdaten und weitere Daten bezüglich der Branche, der Haushaltsgröße, der Interessensgebiete etc. (siehe Frage 12) gespeichert. Zusätzlich aber auch die IP-Adresse, der Eintrittsweg und die Anzahl der Umfragebeteiligung.

**15. Wie viel Zeit ist notwendig zwischen einer Anfrage und dem Versenden der Einladungsmails?**

Nach der Beauftragung ergibt sich folgender Ablauf an zeitlichen Arbeitsschritten:

Arbeitsschritte	Werktage
Fragebogenprogrammierung inklusive Pretest	1-2 Tage
Feldphase (Wochenende mit einberechnet)	7 Tage
Erfassung und Auswertung der Ergebnisse inkl. Berichtslegung	bis 7 Tage
<b>Gesamt</b>	<b>~ 2-3 Wochen</b>

**16. Was sind die durchschnittlichen Teilnahmequoten und wie berechnet sich diese?**

Responserate = Summe der ausgesendeten Einladungen zur Umfrage in Relation zur Interviewteilnahme (nur completes). Die Responserate liegt bei uns durchschnittlich bei 65%.

**17. Können Probanden nach Teilnahme für bestimmte Themen gesperrt werden?**

Grundsätzlich können bei allen Umfragen Panelisten ausgeschlossen werden. Und auch nach einer Teilnahme können Mitglieder für bestimmte Themen gesperrt werden. Damit bestehende Panelisten keine "Befragungsprofis" werden, gibt es Vorgaben zur maximalen Teilnahmefrequenz (eine Befragung zum selben Thema in 3 Monaten).

**18. Ist eine bestimmte Response-Rate garantiert?**

Ja.

Dennoch kann auch der Fall eintreten, dass bei einer Anfrage Screening-Kriterien der zu befragenden Panelisten nicht garantiert werden können. Hierfür muss das Panel erst ein Screening durchlaufen, das definiert, ob eine genügend große Anzahl in das entsprechende Segment passt.

Auch die später durch uns stichprobengezielt eingeladenen Panelisten durchlaufen im Falle einer Quotierung nach der angenommenen Einladung einen Screeningteil, ob sie in das entsprechende Segment passen oder ausgescreent werden müssen.

**19. Wie oft werden die Probanden zu Umfragen eingeladen?**

Durchschnittlich einmal im Monat

**20. Wie wird ein Sample aus dem Panel gezogen?**

Die Screening-Kriterien werden durch den Kunden festgesetzt. Dementsprechend werden alle geeigneten Personen aus dem Panel ausgewählt. Unter diesen wird dann per Zufallsauswahl ein Sample gezogen. Die Größe des Sampels entspricht einerseits der Anzahl der geforderten Netto-Interviews und andererseits der zu erwartenden Responserate.

Gesetzt den Fall die Responserate fällt niedriger aus als angenommen, wird ein zweites Sample gezogen. Bei geschichteten Samples (nach Alter oder Geschlecht, etc.) wird für jede Schicht eine Zufallsauswahl gezogen

**21. Kann eine Stichprobe in Schritten, nach Zeitzonen, nach Regionen etc. versandt werden?**

Ja

**22. Wird die Stichprobe zufällig ausgewählt?**

Ja, siehe Frage 20.

**23. Kann die Aussendung von Stichproben zeitlich gesteuert werden?**

Ja. Die Aussendung wird nach Wünschen des Kunden zeitlich gesteuert.

**24. Können Teilnehmer auch auf bestimmte Seiten im Fragebogen gelenkt werden?**

Ja, die Teilnehmer können durch Verlinkungen zu bestimmten Seiten geleitet werden.

**25. Wie wird die Datenqualität gegen Missbrauch durch Teilnehmer gesichert?**

Grundsätzlich kann man sich bei jeglicher Befragungsmethode (CATI, CAPI, CAWI oder face to face) nicht vollkommen gegen Missbrauch durch Teilnehmer absichern. Dennoch beruht die Registrierung der Panelisten auf Grundsätzen, die Kooperation und Ehrlichkeit als Bedingung für Datenqualität verlangen (Online-Regeln e-POPS).

Mit unserer firmeneigenen Panel-Management-Software nehmen wir allerdings alle Möglichkeiten wahr, Missbrauch zu verhindern. Das bedeutet konkret, dass wir einmal im Jahr eine Re-Registrierung fordern. Bei nicht Aktualisierung nach zweimaliger Einladung wird der Panelist ausgeschlossen. Unsere Software ermöglicht uns den Zugriff auf die Teilnahme-Historie (Antwortzeiten) und die Antwortqualität des einzelnen Panelisten. So können wir Panelisten mit unterdurchschnittlicher Ausfüll-Qualität identifizieren und ausschließen.

Es wird also ein Monitoring der Teilnahmequoten und Antwortqualitäten durchgeführt. Wiederholt nicht zufrieden stellende Response führt ebenfalls zum Ausschluss des Panelisten.

Darüber hinaus existieren Teilnehmerrestriktionen (s. Frage 17).

Auch wird im Dienste der besseren Datenqualität die Panelisten-Zufriedenheit mit einigen kurzen Fragen (zur Bewertung der Studie, des Fragebogens) nach jeder per Zufall ausgewählten 4 Umfrage ermittelt.