
Inhaltsverzeichnis

Global Mobile Market Research in 2017	1
Sue York and Ray Poynter	
Mobile first – Gestalterische Umsetzung mobil optimierter Online-Befragungen	15
Axel Theobald, João Filipe Baigger und Jochen Knöller	
Erfahrungen im Aufbau und Betrieb eines mobilbasierten Consumer-Panels	31
Sandra Vitt und Malte Friedrich-Frekša	
Umfragen per Mobile App im eigenen User Panel	47
Jonathan Kurfess	
Mixed Devices in Online Surveys: Prevalence, Determinants, and Consequences	53
Michael Bosnjak, Robert Bauer and Kai W. Weyandt	
Auf der Suche nach neuen Fragetypen für die mobile Marktforschung	67
Holger Lütters	
Das Design von Rating-Skalen in Zeiten von Mobile Research	87
Andreas Krämer	
Wie sich qualitative Forschung durch den Einsatz mobiler Geräte verändert	105
Ruth Anna Wakenhut und Dirk Wieseke	
Einfluss von Mobile Research auf Online Communities und Mystery-Forschung	119
Thomas Starsetzki, Tillmann Faber und Sebastian Schmidt	
Mobile Ethnographie in der qualitativen Markt- und Konsumforschung	131
Kay-Volker Koschel	

Markt- und Sozialforschung mit den innovativen Möglichkeiten des Internet of Things	145
Stefan Oglesby	
Real-Time-Response-Messung – Möglichkeiten und Grenzen auf mobilen Devices	157
Alexandra Wachenfeld-Schell und Dorothea Winkler	
Mobile Research aus drei besonderen Perspektiven	171
Pete Cape und Steffen Bott	

Mobile Research

Grundlagen und Zukunftsaussichten für die Mobile
Marktforschung

Theobald, A. (Hrsg.)

2018, XIX, 183 S. 55 Abb. in Farbe. Book + eBook.,
Softcover

ISBN: 978-3-658-18902-0