



QuickStart

**«Versuchsgruppen und  
Quoten / Panel-Einbindung»**

## Panel / Versuchsgruppen einrichten

Möchten Sie eine Umfrage durchführen, haben aber keine Teilnehmer dafür? Externe sogenannte Panelanbieter wie Toluna, Respondi, Research Now, und viele weitere, bieten genau das an. Sie stellen „umfragewillige“ Teilnehmer zur Verfügung, die gegen Bezahlung an Ihrer Umfrage teilnehmen.

In der Marktforschung ist dies eine sehr häufig gewählte Methodik. Die Teilnehmenden können nach vielen Kriterien, je nach Panelanbieter, ausgewählt werden, z.B. kann eine Zielgruppe gewählt werden, die bestimmte Merkmale erfüllt oder nicht erfüllt (z.B. besitzen ein Pferd, waschen selbst Wäsche, sind vollzeit- oder teilzeitarbeitsfähig, wohnen Hamburg und Umgebung, etc, etc.) oder auch eine bestimmte Häufigkeitsverteilung eines Merkmals aufweist (z.B. das Alter der Teilnehmer sollte ungefähr gleich nach Altersklassen verteilt sein, oder Geschlecht 50%/50% oder vieles mehr).

Die Panelanbieter brauchen natürlich den Link zur Umfrage, damit die Teilnehmenden auf die Umfrage „geschickt“ werden können. Die Einladungen versenden die Panelanbieter, denn die Identität der Teilnehmenden ist deren Kapital und die wird geheim gehalten. Die Panelanbieter leiten die Teilnehmenden also auf Ihre Umfrage. Dafür stellen wir aus unserem System heraus einen speziellen Link (sog. Entry-Link) für die Panelanbieter zur Verfügung. Das spezielle an diesem Link ist, dass hier vom Panelanbieter ein oder mehrere Parameter übergeben werden können, nämlich die ID des Teilnehmers. So wird zum Beispiel ein Teilnehmer mit der ID 2873746 auf Ihren Fragebogen geleitet. Unser System speichert die ID 2873746 gemeinsam mit den Antwortdaten.

Am Ende des Fragebogens leiten wir die Teilnehmenden wieder zum Panelanbieter zurück und übergeben diese ID dem Panelanbieter wieder zurück. Dazu nutzen wir den sogenannten Backlink oder „Redirect“ (die erhalten Sie oder wir vom Panelanbieter). Hier fügt unser System dann die erhaltene ID automatisch wieder ein. Damit „weiss“ der Panelanbieter, dass z.B. der Teilnehmer mit der ID 2873746 soeben den Fragebogen abgeschlossen hat. Entsprechend erhält der Teilnehmer dann auch eine Belohnung.

Wir sollten auch – was gleich am Anfang des Fragebogens geschehen muss - im Fragebogen sogenannte Screening-Fragen stellen, um zu prüfen, ob der Teilnehmer wirklich unseren Merkmalen entspricht. Wir können nach dem Alter oder dem Besitz eines Pferdes fragen. Wir können auch einstellen, dass der Teilnehmer aus der Umfrage fällt (d.h. sofort nach der Screening-Frage mit einem sogenannten Screenshot-Redirect zum Panelanbieter geleitet wird), wenn das Merkmal nicht passt. Zum Beispiel, wenn der Teilnehmer gar kein Pferd besitzt (=Screenout) oder der Teilnehmer angibt, zwischen 20 und 29 zu sein und wir schon ausreichend viele Personen in der Altersklasse 20-29 Jahre haben (=Quotafull).

Onlineumfragen.com bietet alle Funktionen zur Steuerung und Abwicklung von Panelstudien mit externen Panelanbietern. Auf Wunsch beraten wir Sie gerne und übernehmen auch diese Konfigurationen komplett für Sie.

Am häufigsten werden als Screening-Fragen am Anfang des Fragebogens zwei Arten von Fragen gestellt:

- a) Soziodemografische Merkmale, die Sie für Ihre Studie benötigen, z.B. für die Auswertungen, aber auch, weil Sie Ihre Zielgruppe darüber definieren.
- b) Prüffragen (Screening-Fragen), die sicherstellen, dass alle Teilnehmer, die den Fragebogen ausfüllen und ein Complete generieren (d.h. das Ende des Fragebogens erreichen und eben nicht hier bei den Prüffragen herausfallen), auch Ihrer Zielgruppe entsprechen. Also z.B. ein Pferd besitzen, als Arbeitnehmer arbeiten, den Einkauf für den Haushalt erledigen, ein Auto besitzen, was auch immer ;-)

Die meisten Panelanbieter lassen Pi mal Daumen 1-2 Minuten oder plus minus 10 Screening-Fragen zu, ohne dass Sie für die Teilnehmenden bezahlen müssen, falls diese „rausfallen“, also mit einem von Ihnen programmierten Screenout oder Quotafull schon vorzeitig zum Panelanbieter zurück geleitet werden. Diese Screenouts und Quotafulls müssen Sie in der Regel nicht bezahlen und sie werden von unserem System eben als Screenout oder Quotafull und nicht als Complete markiert. Wer diese Prüfung „überlebt“ und dann auch den ganzen Fragebogen ausfüllt, wird am Ende des Fragebogens (an dem von Ihnen definierten Punkt, meist bei Erreichen der Dankeseite), als Complete markiert. Nur diese Teilnehmenden sollten Sie dann am Ende auch auswerten (ggf. unter „Auswertung > Superfilter“ einen Superfilter auf „nur Completes“ setzen).

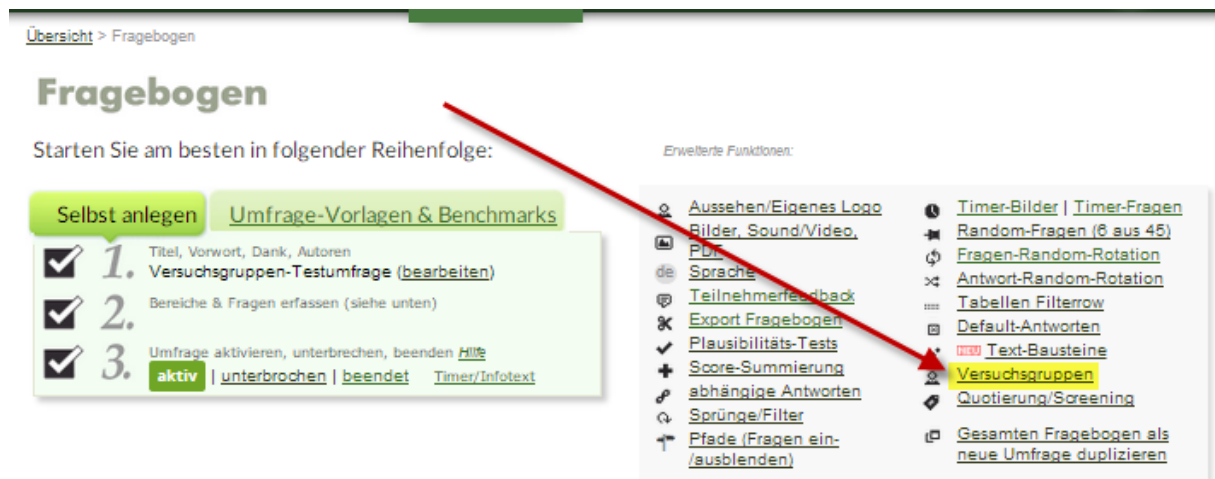
# Versuchsgruppen einrichten

Mit der Funktion „Versuchsgruppen“<sup>1</sup> können Sie Teilnehmer in Echtzeit (zum Zeitpunkt der Teilnahme) automatisch in verschiedene Umfragen zuteilen, sprich randomisieren. Die Teilnehmer werden dann nach einem von Ihnen definierten Schema (siehe später) in die verschiedenen Versuchsgruppen, sprich Umfragen unterteilt. Dafür müssen Sie mehrere Umfragen anlegen und diese zu einem Cluster zusammenfassen. Anschliessend erhalten Sie einen **übergeordneten Link (=Entry Link)**, der für den Aufruf der Umfrage(n) genutzt werden kann. Natürlich können Sie auch einfach mit einer einzelnen Umfrage eine Versuchsgruppe bilden, z.B. bei **Panels**.

Auch für **Panel-Studien** können Sie diese Funktion nutzen. Dann können Sie eine Umfrage mit einer bestimmten Zielgrösse an Completes, Screenouts und Quoten einrichten. Auch hier stellt Ihnen das System einen speziellen Aufruf-Link (Entry-Link) zur Umfrage zur Verfügung. Diesem Link kann durch den Panelanbieter auch eine Teilnehmer-ID als URL-Parameter übergeben werden, der am Schluss des Fragebogens wieder als URL-Parameter für einen Rücksprung zu Ihrer Website genutzt werden kann.

Damit Sie Versuchsgruppen einrichten können, gehen Sie bitte wie folgt vor:

1. Wählen Sie in Ihrem Admin-Bereich den Menüpunkt „Fragebogen“ aus.
2. Klicken Sie anschliessend den Link „Versuchsgruppe“ an.



3. Richten Sie nun Ihre Versuchsgruppe nach Ihren Bedürfnissen ein. Die einzelnen Funktionen werden Ihnen im Folgenden einzeln erklärt.

<sup>1</sup> Diese Funktion wird nur als gebührenpflichtige Enterprise-Funktion angeboten. Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie die Funktion freischalten möchten.

## Neue Versuchsgruppe anlegen (oder hinzufügen einer Umfrage zu einem Versuchscluster)

? Hilfe

Umfrage	<input type="text" value="(79650) Versuchsgruppen-Testumfrage (aktuelle Umfrage)"/> Umfrage, die in die Versuchsgruppe aufgenommen werden soll (bei Panel-Studien die eigentliche Umfrage).
Versuchsgruppen-Name	<input type="text"/> Irgendeine für Sie sinnvolle Bezeichnung, die auch im Reporting sichtbar wird (z.B. Google Telecom Studie 2014)
Versuchscluster	<input type="text" value="Neuer Versuchscluster 1 anlegen"/> Ein Cluster kann eine oder mehrere Umfragen enthalten. Teilnehmer werden innerhalb eines Clusters immer automatisch verteilt. Wenn Sie nur einen Fragebogen (eine Umfrage) haben und diesen ins Feld schicken möchten, wählen Sie "Neuer Versuchscluster anlegen" (bilden Sie 1 Cluster mit 1 Umfrage).
Zielgrösse	<input type="text" value="Unlimitiert"/> Ab dieser Teilnehmerzahl kann nicht mehr teilgenommen werden. Wählen Sie Grenze bei Panelanbietern in Absprache mit Ihrem Anbieter ggf. etwas höher als die effektiv benötigte Anzahl Completes im Sinne einer Sicherheitsmarge (z.B. 550 statt 500), wenn Ihr Panelanbieter die zusätzlichen Kosten übernimmt (bei Buchung über onlineumfragen.com erhalten Sie diese zusätzlichen Completes kostenlos).
Zielgrösse übersteigen	<input type="checkbox"/> Bei erreichter Zielgrösse trotzdem weiterfahren, wenn nicht alle Quoten voll sind (macht man in Absprache mit Panelanbieter gegen Ende der Feldphase, wenn Quoten übertoll und einzelne aber noch nicht voll sind)
TeilnehmerID zählen	<input type="text" value="--- Alle Parameter zählen ---"/> Standard: alle zählen. Falls Ihr Panelanbieter TeilnehmerIDs übergibt, die immer grösser sind als z.B. 100 können Sie IDs unter 100 für eigene Tests nutzen. Diese werden im Reporting und für Completes nicht gezählt.
Complete-Frage	<input type="text" value="--- Erreichen der Dankeseite (Danke wird nicht angezeigt, Redirect zur Complete-URL) ---"/> Bei dieser Frage (nach Beantwortung, egal welche Antwort) wird der Fall (Teilnehmerin oder Teilnehmer) als "Complete" gezählt und zur Completes-URL umgeleitet.
Zuordnungsmethode	<input type="text" value="Adaptive Randomisierung"/> Bei Panel-Studien mit nur einer Umfrage ist diese Einstellung egal, wählen Sie einfach irgendeine Methode. Bei Studien mit mehreren Umfragen in einer Versuchsgruppe geben Sie hier, nach welcher Methode einem Teilnehmer eine Umfrage zugeteilt wird.
Completes-URL	<input type="radio"/> Redirect, nachdem Complete-Frage (siehe oben) beantwortet wird. Variablen: TEILNEHMERID wird durch eine allenfalls beim Aufruf übergebene ID ersetzt. USQ2 wird durch einen allfällig übergebenen zweiten Parameter ersetzt. <input type="text" value="http://"/> <input type="radio"/> Onlineumfragen.com-Completes-Seite (wenn kein Panelanbieter) <input type="radio"/> Normale Onlineumfragen.com-Danke-Seite (wenn kein Panelanbieter. Achtung: kein Logout, Tn kann in FB zurüchnavigieren).
Monade/Quota-Full-URL (Zielgrösse erreicht)	Redirect, wenn Zielgrösse erreicht. Variablen: <b>TEILNEHMERID</b> wird durch eine allenfalls beim Aufruf übergebene ID ersetzt. USQ2 wird durch einen allfällig übergebenen zweiten Parameter ersetzt. <input type="text" value="http://"/> oder <input type="checkbox"/> Onlineumfragen.com-Quotafull-Seite (wenn kein Panelanbieter).
Screenout-URL	Redirect, wenn durch "Fragebogen > Quotierung" Teilnehmer ausgeschlossen werden. Variablen: <b>TEILNEHMERID</b> wird durch eine allenfalls beim Aufruf übergebene ID ersetzt. USQ2 wird durch einen allfällig übergebenen zweiten Parameter ersetzt. <input type="text" value="http://"/> oder <input type="checkbox"/> Onlineumfragen.com-Screenout-Seite (wenn kein Panelanbieter).

Unter **Umfrage** können Sie diejenige Umfrage auswählen, bei der die Versuchsgruppe eingerichtet werden soll. Geben Sie Ihrer Versuchsgruppe unter **Versuchsgruppennamen** einen spezifischen Namen. Bei Panels ist das z.B. der Projektname.

Anschliessend können Sie definieren, welchem **Versuchscluster** die neue Versuchsgruppe zugeteilt werden soll. Dies ist nur wichtig, wenn Sie ein Cluster von mehreren Umfragen einrichten möchten, von denen der Teilnehmer lediglich eine beantworten soll. Wenn Sie bloss eine Versuchsgruppe (z.B. bei Panels) in einer Umfrage einbauen möchten, können Sie hier einfach „Neuer Versuchscluster anlegen“ wählen.

Unter **Zielgrösse** können Sie einstellen, ab welcher Teilnehmerzahl nicht mehr teilgenommen werden darf. Wenn Sie z.B. möchten, dass 100 Personen teilnehmen sollen,

können Sie hier die Begrenzung auf 100 einstellen. Es empfiehlt sich, die Grenze ggf. etwas höher als die effektiv benötigte Anzahl Completes im Sinne einer Sicherheitsmarge zu wählen. Sprechen Sie dies mit Ihrem Panelanbieter ab, denn mehr Completes bedeuten auch mehr Kosten, aber in der Regel lassen die Panelanbieter ein Plus von 5-10 % kostenlos zu, da es ja auch gut sein kann, dass die eine oder andere Teilnahme qualitativ nicht ganz passt (z.B. zu schnelle Teilnehmer, Antworten in Strickmustern, falsche soziodemografische Antworten, Scheinprofile im Panel, etc.). Verhandeln Sie hier eine für Sie gute Vorgehensweise. Zusätzlich können Sie noch einstellen, dass man die **Zielgrösse übersteigen** kann, auch wenn man die Zielgrösse erreicht hat. Dies wird oft gegen Ende der Feldphase gemacht, wenn die Quoten grundsätzlich übertoll, einzelne aber noch nicht voll sind.

Unter **Teilnehmer-ID zählen** können Sie einstellen, dass beispielsweise nur Parameter grösser als 100 oder 1000 gezählt werden sollen. All diejenigen ID's, die unterhalb dieser Marken liegen, können dann beispielsweise für Tests genutzt werden. Standardmässig werden hier aber alle Teilnehmer-IDs gezählt. Viele Panelanbieter nutzen auch nicht numerische IDs wie z.B. a23234345bb534df3274a952bs oder ähnliches.

Sie können bei der **Complete-Frage** definieren, ab wann ein einzelner Fall (Teilnehmer) als Complete gezählt und zur Completes-URL umgeleitet werden soll. Sie können dabei jede im Fragebogen enthaltene Frage als Complete-Frage einrichten oder aber das Erreichen der Dankeseite als Complete-Frage definieren. Fast immer wählt man die Dankeseite, denn nur dann will man ja für den Teilnehmer auch den vollen Preis bezahlen.

Unter **Zuordnungsmethode** können Sie diejenige Methode auswählen, nach welcher ein Teilnehmer eine Umfrage zugeteilt wird. Bei Panel-Studien mit nur einer Umfrage ist diese Einstellung egal, Sie können irgendeine Methode wählen, es wird ohnehin nicht zugeordnet.

Wenn Sie allerdings mehrere Umfragen zu einem Cluster zusammengefügt haben, können Sie zwischen drei verschiedenen Methoden auswählen. Mit der adaptiven Randomisierung erfolgt die Zuteilung der Teilnehmer in die verschiedenen Versuchsgruppen in Abhängigkeit der bisherigen Verteilung der Teilnehmer. Es werden also die Daten der bereits randomisierten Stichprobe berücksichtigt und die Randomisierung erfolgt dynamisch während der Studie. Bei der einfachen Randomisierung erfolgt die Zuteilung zu den Versuchsgruppen zufällig, sozusagen wie bei einem Würfelwurf. Die dritte Möglichkeit ist die Quasi-Randomisierung (Round Robin Rotation). Mit dieser Randomisierung haben Sie die Möglichkeit, die Zuteilung nach einem Mechanismus zu bestimmen, der nicht auf Zufall basiert, sondern der eine abwechselnde Zuteilung der Teilnehmer in die Versuchsgruppen vornimmt. Sind bei einer Umfrage beispielsweise 5 Teilnehmer in Gruppe A, 5 in Gruppe B und 4 in Gruppe C und ist noch keine Quotengrenze erreicht, so wird der nächste Teilnehmer automatisch in Gruppe C eingeteilt.

Zum Schluss können Sie noch die verschiedenen URL's bestimmen, auf welche die Teilnehmer weitergeleitet werden. Bei der **Completes-URL** können Sie definieren, auf welche Seite der Teilnehmer gelangt, hat er den Fragebogen bis zur Complete-Frage erfolgreich ausgefüllt. Sie können eine beliebige URL wählen, über die Onlineumfragen.com-Completes-Seite eine eigene Seite definieren, oder aber die normale Onlineumfragen.com-Danke-Seite anzeigen lassen. Auch für die beiden Fälle, dass die Zielgrösse bereits erreicht wurde (**Monade/Quota-Full-URL**) bzw. wenn Teilnehmer durch eine bestimmte Frage aus der Zielgruppe herausfallen (**Screenout-URL**), können Sie definieren, ob der Teilnehmer auf die Onlineumfragen.com-Quotafull, bzw. Screenout-Seite gelangen soll, oder aber zu einer selber definierten Seite. Bei den URLs, welche Sie von Ihrem Panelanbieter erhalten, müssen Sie an der Stelle, an der im Link der Panel-ID-Parameter eingesetzt werden soll, beim Wert den Code TEILNEHMERID einfügen.

Wenn der Redirect für Completes [https://www.panelanbieter.com/biz/cp?id=\[xxxxxxx\]](https://www.panelanbieter.com/biz/cp?id=[xxxxxxx]) lautet, müssen Sie als Redirect <https://www.panelanbieter.com/biz/cp?id=TEILNEHMERID> im System erfassen. An der Stelle, an der TEILNEHMERID steht, wird dann die vom Panelanbieter im Aufruf zur Umfrage (Entry-Link) ebenfalls vom Panelanbieter angefügte individuelle Panelisten-ID wieder von unserem System zurückgespielt.



## Beispielfragebogen

### Panelanbieter

...schickt Teilnehmer auf Ihre Umfrage mittels Entry-Link, z.B. <https://www.onlineumfragen.com/secure.cfm/jk67z/tic=1293481327> (wobei die Nummer 1293481327 die ID / geheime Mitgliedernummer des Panelteilnehmers beim Panelanbieter ist, und jk67z ist eine Kennung für Ihre Umfrage, die durch unser System fix einmalig generiert wird).

### Frage 1

Besitzen Sie ein Pferd?

Ja

Nein

-> *Screenout (Redirect zum Panelanbieter)*

### Frage

2

An wie vielen Tagen reiten Sie selbst normalerweise pro Woche auf einem eigenen oder fremden Pferd? (ausser Ferien, bei Krankheit, etc.)

Nie

-> *Screenout (Redirect zum Panelanbieter)*

Selten, und weniger als einmal pro Woche

-> *Screenout (Redirect zum Panelanbieter)*

An ein bis zwei Tagen pro Woche

-> *Screenout (Redirect zum Panelanbieter)*

An zwei bis drei Tagen pro Woche

An vier bis fünf Tagen pro Woche

An sechs oder sieben Tagen pro Woche

### Frage 3

Wie alt sind Sie?

0 bis unter 20

-> *Quotafull>10% (Redirect zum Panelanbieter)*

20 bis unter 30

-> *Quotafull>16% (Redirect zum Panelanbieter)*

30 bis unter 40

-> *Quotafull>20% (Redirect zum Panelanbieter)*

40 bis unter 50

-> *Quotafull>18% (Redirect zum Panelanbieter)*

50 bis unter 60

-> *Quotafull>17% (Redirect zum Panelanbieter)*

60 bis unter 70

-> *Quotafull>15% (Redirect zum Panelanbieter)*

70 und älter

-> *Quotafull>5% (Redirect zum Panelanbieter)*

### Frage 4

Geschlecht?

weiblich

-> *Quotafull>50% (Redirect zum Panelanbieter)*

Männlich

-> *Quotafull>50% (Redirect zum Panelanbieter)*

(weitere Fragen, eigentliche Studie)

➔ Erreichen der Dankeseite:

-> *Complete-Redirect zurück zum Panelanbieter*



# Quotierungen und Screeningfragen

Sobald Sie eine Versuchsgruppe eingerichtet haben, können Sie bestimmte Fragen in Ihrem Fragebogen als Quotierungs- oder Screening-Fragen festlegen.

Mit Quoten können Sie festlegen, wie viele Completes bei der jeweiligen Quote durchgelassen werden dürfen. Haben Sie zu Beginn Ihres Fragebogens z.B. die Frage: „Welche Eissorte mögen Sie am liebsten?“ mit den Antwortmöglichkeiten „Schokolade“, „Vanille“ und „Erdbeere“, dann können Sie definieren, dass maximal 30% der Teilnehmer durch diese Quote durchgelassen werden, welche die Antwortmöglichkeit „Schokolade“ angeben. Wenn bereits 30% der Antworten „Schokolade“ sind und dann jemand erneut „Schokolade“ angibt, wird dieser Person die weitere Beantwortung des Fragebogens verweigert und es kommt zu einem sogenannten Screenout.

Screening-Fragen sind also Fragen, die festlegen, ob ein Teilnehmer am weiteren Verlauf der Umfrage teilnehmen darf oder nicht. Als zusätzliches Beispiel kann man bei einer Umfrage, bei der nur weibliche Teilnehmerinnen gesucht sind, eine Screening-Frage „Welches Geschlecht haben Sie“ mit den Antwortmöglichkeiten „männlich“ und „weiblich“ einrichten. Wählt der Teilnehmer „weiblich“, so setzt er die Befragung fort, wählt er „männlich“, wird er sozusagen aus dem Fragebogen „rausgeworfen“ (Screenout).

Damit Sie Quotierungen und Screening-Fragen einrichten können, gehen Sie bitte wie folgt vor:

1. Wählen Sie in Ihrem Admin-Bereich den Menüpunkt „Fragebogen“ aus.
2. Klicken Sie anschliessend den Link „Quotierung/Screening“ an.

**Fragebogen**

Starten Sie am besten in folgender Reihenfolge:

- Selbst anlegen**
- Umfrage-Vorlagen & Benchmarks**

1. Titel, Vorwort, Dank, Autoren  
Versuchsgruppen-Testumfrage (bearbeiten)

2. Bereiche & Fragen erfassen (siehe unten)

3. Umfrage aktivieren, unterbrechen, beenden [Hilfe](#)  
aktiv | unterbrochen | beendet | Timer/Infotext

**Erweiterte Funktionen:**

- Aussehen/Eigenes Logo
- Bilder, Sound/Video, PDF
- Sprache
- Teilnehmerfeedback
- Export Fragebogen
- Plausibilitäts-Tests
- Score-Summierung
- abhängige Antworten
- Sprünge/Filter
- Pfade (Fragen ein-/ausblenden)
- Timer-Bilder | Timer-Fragen
- Random-Fragen (6 aus 45)
- Fragen-Random-Rotation
- Antwort-Random-Rotation
- Tabellen Filterrow
- Default-Antworten
- Text-Bausteine
- Versuchsgruppen
- Quotierung/Screening**
- Gesamten Fragebogen als neue Umfrage duplizieren

**Lern-Videos**

- Fragebogen erstellen
- Gestalten: Aussehen/Logo
- Mehrsprachige Umfragen
- Sprünge/Filter

Alle Fragen erfasst?

- Umfrage aktivieren
- Einladungs-Mails versenden

3. Definieren Sie nun Ihre neue Quotierung nach Ihren Bedürfnissen.

## Definition einer neuen Quotierung

Umfrage(n)	(79650) Versuchsgruppen-Testumfrage Falls Sie mehrere Umfragen auswählen (Klick bei gedrückter <i>Strg/Control-Taste</i> ), muss die Screeningfrage inkl. den Antwortoptionen bei allen Umfragen identisch sein.
Quote	30 % von 100 Wieviele Completes (Teilnehmer mit letzter Frage im Fragebogen beantwortet) dürfen bei dieser Quotierung maximal durchgelassen werden? Quote in % der Monadengröße (hier 100)
Frage	1. Welche Eissorte mögen Sie am liebsten?
Antwortvorgaben	Diese Antwort oder Antwortgruppe (als Ganzes) erhält die Quote: <input checked="" type="checkbox"/> Schokolade <input type="checkbox"/> Vanille <input type="checkbox"/> Erdbeere <input type="checkbox"/> ⚠ Nicht (Quote greift, wenn obiges NICHT zutrifft). <a href="#">Alle selektieren</a>   <a href="#">Auswahl umdrehen</a>   <a href="#">Alle entfernen</a>
<input checked="" type="radio"/> Standard: Quoten sind Grenzen, d.h. Teilnehmer, die über die Quote hinaus teilnehmen wollen (sog. "Overquota") werden abgewiesen (Quota-Full-Link). <input type="radio"/> "Nur messen": Quoten werden nur für Reporting zum "Beobachten" verwendet, Overquotas werden zugelassen, das System lässt ALLE Teilnehmer durch.	

Wählen Sie zuerst die gewünschte **Umfrage** aus, bei der Sie eine Quotierung einrichten möchten. Legen Sie anschliessend den Prozentwert fest, der bei einer bestimmten Antwort maximal erreicht werden darf. Definieren Sie danach die gewünschte Frage und die entsprechende Antwortmöglichkeit.

In unserem Beispiel haben wir nun definiert, dass maximal 30% der Teilnehmer die Antwortmöglichkeit „Schokolade“ anwählen dürfen, ansonsten gelangen Sie auf die Endseite, die Sie bei der Einrichtung der Versuchsgruppen definiert haben (siehe Kapitel „Versuchsgruppen einrichten“). Sie können nun natürlich auch noch für die anderen beiden Antwortmöglichkeiten eine Quote definieren. Wenn Sie möchten, dass maximal 30% aller Teilnehmer eine von diesen drei Sorten auswählen dürfen und im Fragebogen weiter kommen, können Sie einfach alle Antwortoptionen ankreuzen.

Umfrage(n)	(79650) Versuchsgruppen-Testumfrage Falls Sie mehrere Umfragen auswählen (Klick bei gedrückter <i>Strg/Control-Taste</i> ), muss die Screeningfrage inkl. den Antwortoptionen bei allen Umfragen identisch sein.
Quote	30 % von 100 Wieviele Completes (Teilnehmer mit letzter Frage im Fragebogen beantwortet) dürfen bei dieser Quotierung maximal durchgelassen werden? Quote in % der Monadengröße (hier 100)
Frage	1. Welche Eissorte mögen Sie am liebsten?
Antwortvorgaben	Diese Antwort oder Antwortgruppe (als Ganzes) erhält die Quote: <input checked="" type="checkbox"/> Schokolade <input checked="" type="checkbox"/> Vanille <input checked="" type="checkbox"/> Erdbeere <input type="checkbox"/> ⚠ Nicht (Quote greift, wenn obiges NICHT zutrifft). <a href="#">Alle selektieren</a>   <a href="#">Auswahl umdrehen</a>   <a href="#">Alle entfernen</a>
<input checked="" type="radio"/> Standard: Quoten sind Grenzen, d.h. Teilnehmer, die über die Quote hinaus teilnehmen wollen (sog. "Overquota") werden abgewiesen (Quota-Full-Link). <input type="radio"/> "Nur messen": Quoten werden nur für Reporting zum "Beobachten" verwendet, Overquotas werden zugelassen, das System lässt ALLE Teilnehmer durch.	

Schliesslich haben Sie mit der Antwortoption „Nicht“ noch die Möglichkeit, zu definieren, wie viel Completes bei dieser Frage durchgelassen werden soll, wenn eine Antwort nicht ausgewählt wird. Beispielsweise können wir festlegen, dass maximal 50% der Completes nicht Vanille sein dürfen (heisst entweder Schokolade oder Erdbeere).

#### Definition einer neuen Quotierung

Umfrage(n)	<input type="text" value="(79650) Versuchsgruppen-Testumfrage"/>
	Falls Sie mehrere Umfragen auswählen (Klick bei gedrückter <i>Strg/Control-Taste</i> ), muss die Screeningfrage inkl. den Antwortoptionen bei allen Umfragen identisch sein.
Quote	<input type="text" value="50"/> % von 100
	Wieviele Completes (Teilnehmer mit letzter Frage im Fragebogen beantwortet) dürfen bei dieser Quotierung maximal durchgelassen werden? Quote in % der Monadengrösse (hier 100)
Frage	<input type="text" value="1. Welche Eissorte mögen Sie am liebsten?"/>
Antwortvorgaben	Diese Antwort oder Antwortgruppe (als Ganzes) erhält die Quote: <input type="checkbox"/> Schokolade <input checked="" type="checkbox"/> Vanille <input type="checkbox"/> Erdbeere <input checked="" type="checkbox"/> Nicht (Quote greift, wenn obiges NICHT zutrifft).
	<a href="#">Alle selektieren</a>   <a href="#">Auswahl umdrehen</a>   <a href="#">Alle entfernen</a>
<input checked="" type="radio"/> Standard: Quoten sind Grenzen, d.h. Teilnehmer, die über die Quote hinaus teilnehmen wollen (sog. "Overquota") werden abgewiesen (Quota-Full-Link). <input type="radio"/> "Nur messen": Quoten werden nur für Reporting zum "Beobachten" verwendet, Overquotas werden zugelassen, das System lässt ALLE Teilnehmer durch.	

So können Sie bei beliebig viele Fragen Ihre Quotierungen einrichten. Sie haben zudem im unteren Bereich noch die Möglichkeit, die Quoten nicht anzuwenden, sondern nur zu messen. Overquotas werden dann zugelassen, das heisst das System lässt alle Teilnehmer durch.

# Quoten-Management & Daily-Reporting

Sie können sich jederzeit während der Befragung über den aktuellen Stand Ihrer Panel-Studie informieren. Klicken Sie dafür einfach im Menübereich „Auswertungen“ auf den Hyperlink „Übersicht Quoten-Management“.

**Feldbericht (Onlinezeit, Teilnehmer, Metadaten, Quoten)**

Befragungsverlauf

- [Anzahl Teilnehmer im zeitlichen Befragungsverlauf](#) | [Rücklauf nach Versandgruppen](#)
- [Kontakte \(auch ohne Antworten\) mit Datum](#)
- [Befragungsdauer und Verweilzeiten \(pro Frage & Total\)](#)
- [Abbruchpunkt-Analyse \(Break off\) & Pfade](#)
- [Meta-Daten \(Browser, Betriebssysteme, Mobile, IP-Adressen\)](#) | [Meta-Analysis Doubletten \(IP/Browser/OS\)](#)
- [Meta-Daten \(Gruppen, Aggregierte Spalten, URL-Parameter, etc.\)](#)
- [Meta-Daten \(Referer-Pages bei offenen/halboffenen Umfragen\)](#)
- [Stichprobengröße-Kalkulator / Konfidenzintervall-Rechner](#)

**Versuchsgruppen & Panel (Teilnehmer, Quotenstand)**

Panelstudien

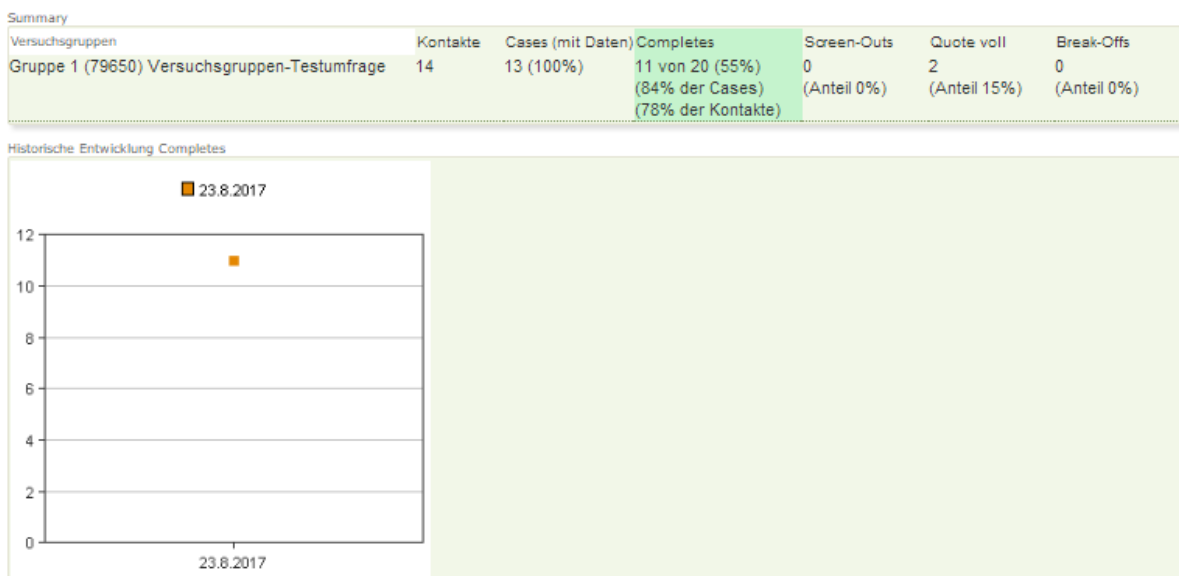
- [Übersicht Quoten-Management \(adaptive Randomisierung\)](#)

**Erweiterte Statistik**

Zentrale Tendenzen (Arithmetisches Mittel, Modalwert, Median, Klassen)

- [metrische Fragen \(Antworten sind Zahlenwerte\)](#)
- [ordinale Fragen \(Antworten sind Ratingskalen\)](#)
- [nominale Fragen \(Antworten sind Texte/Multiple-Choice\)](#)
- [Tabellenfragen \(ordinale\) - Gesamtauswertung pro Teilfrage](#)
- [Tabellenfragen \(Mittelwertvergleich über alle Zeilen optional inkl. Zusatzspalte\)](#)
- [Semantisches Differenzial / Polaritätenprofil \(Mittelwertvergleich über alle Zeilen inkl. Liniendiagramm\)](#)

Im nun geöffneten Menü sehen Sie die momentanen Verteilungen von Merkmalen in den für Sie konfigurierten Versuchsgruppen. Sie erhalten unter anderem Infos zu den generellen Füllständen und zur Ausschöpfung, differenziert nach Screen-Outs und nach Quoten für bestimmte Merkmale (Stratifizierung).




Unter „Summary“ erhalten Sie eine Übersicht über Ihre Daten. In unserem Beispiel sehen wir, dass 13 Personen an der Befragung teilgenommen haben, wovon 11 die Umfrage vollständig beendet haben (Completes). 84% aller Teilnehmer sind innerhalb unserer definierten Quote. Ausserdem sehen Sie noch die Quoten der Screen-Outs (jene Teilnehmer, welche die definierten Bedingungen nicht erfüllen) derjenigen Teilnehmer, bei denen die Quote bereits voll ist (2 in unserem Beispiel) und der Break-Offs (jener Teilnehmer, welche die Befragung unterbrochen haben). In der Grafik sehen Sie zudem die historische Entwicklung der Completes über die Zeit. In unserem Beispiel haben alle 11 Completes am selben Tag stattgefunden.

Scrollen Sie in Ihrem Menu nach unten, sehen Sie nun genauere Details über Ihre Versuchsgruppe(n).

Versuchsgruppe 1 - Umfrage 79650							
Ziel (gewünschte Completes) für diese Versuchsgruppe: 20							
Nr. Frage	Screen-Out	#SO	Quote	erreichte Quote%	Ziel%	erreichte Quote abs.	Ziel
1 Welche Eissorte mögen Sie am liebsten?							
(nicht 2) Vanille			x	50 / 50		10 / 10	
Markierte Durchklicker-Screenouts (Mindestzeit unterschritten)	x					der Completes	
Quality Check - Dauer unter 2 Minuten (nur messen):	x					der Completes	
Mittlere Ausfüllzeit (Lenght of Interview)						Median - s (arith. Mittel - s)	

Download Panel-IDs, Status, Ausfülldauer

 [Download Excel-Datei - Teilnehmenden-IDs \(Panel-ID\), Status \(Complete, Screenout, Quotafull, Quality Fail\) und Ausfülldauer](#)

Daily Reporting

Sie können diese Auswertung automatisch in bestimmten Zeitintervallen an sich und weitere Empfänger zustellen lassen.

Frequenz Daily Reporting

**Einstellungen speichern!**

Empfänger:

rogeramberg@gmail.com (Account-Inhaber)

Weitere Mail an...  
 (kommagetrennt, sehen gegenseitig nur die im Feld erfassten Empfänger):  
  
 (Account-Inhaber sieht diese Adressen nicht)

Weitere Mail an...  
 (kommagetrennt, sehen gegenseitig nur die im Feld erfassten Empfänger):  
  
 (Account-Inhaber sieht diese Adressen nicht)

Am oberen Bildrand sehen Sie nochmals eine Übersicht über Ihre Versuchsgruppe inklusive des von Ihnen definierten Ziels der gewünschten Completes (in diesem Fall 20). In der Tabelle sehen Sie Informationen zu den ebenfalls vorhin eingerichteten Quoten. Wir erinnern uns, dass wir definiert haben, dass maximal 50% der Teilnehmer bei der Frage „Welche Eissorte mögen Sie am liebsten“ nicht „Vanille“ ankreuzen durften. In unserem Beispiel ist diese Quote bereits erreicht, weshalb es auch zwei Teilnehmer gab, bei denen die Quote bereits voll war. Zusätzlich erhalten Sie hier noch Informationen zu den Durchklicker-Screenouts (jene Teilnehmer, die eine gewisse Mindestzeit für das Ausfüllen

des Fragebogens unterschreiten), zur Anzahl Teilnehmer unter 2 Minuten und zur mittleren Ausfüllzeit.

Mit dem Link unter „Download Panel-IDs, Status, Ausfülldauer“ haben Sie zusätzlich die Möglichkeit, Ihre Daten als Excel-File herunterzuladen

Wenn Sie laufend über den Stand Ihrer Panel-Befragung informiert sein möchten, können Sie unter „Daily-Reporting“ zudem ein tägliches oder wöchentliches Reporting an von Ihnen definierte Email-Adressen anfordern. Sie erhalten dann zu den von Ihnen definierten Zeitpunkten eine Mail mit dem aktuellen Stand Ihrer Befragung.

Sie können dabei beliebig viele Email-Adressen eingeben, welche den Report ebenfalls erhalten sollen. Dazu haben Sie zwei unterschiedlich Felder, wo Sie die Adressen kommagetrennt eingeben können. Adressen, die im selben Feld eingetragen werden, sehen sich gegenseitig als Empfänger, während Adressen in unterschiedlich eingetragenen Felder sich gegenseitig nicht als Empfänger sehen.

Ganz unten in Ihrem Reporting-Bereich haben Sie abschliessend noch die Möglichkeit, Incompletes, Screenouts, Quotafuls sowie Overquotas anzuzeigen und gegebenenfalls zu löschen, falls Sie nur noch die Completes für Ihre Auswertung haben möchten.

## **Unterstützung durch unsere Profis?**

Ihre persönliche Beraterin resp. Ihr persönlicher Berater bei onlineumfragen.com unterstützt Sie gerne mit unseren erweiterten Dienstleistungen wie Full-Service, Meinungsforschungsberatung, Beratung und methodologische Prüfungen und Pretesting Ihres Fragebogens, Designanpassung Ihrer Befragung an Ihr Unternehmens-CI/CD usw. Kontaktieren Sie uns oder informieren Sie sich unter [http://www.onlineumfragen.com/3index\\_2010\\_beratung\\_und\\_service.cfm](http://www.onlineumfragen.com/3index_2010_beratung_und_service.cfm) über unsere zahlreichen First Class Services.

Bei uns sind Sie gut beraten und nicht allein.