

# WEGWEISER: TEILNAHMEQUOTEN IN DER EVALUATION VON WISSENSCHAFTSKOMMUNIKATION

## - Quellen zum Tool

Der Logik des Tools folgend sortiert nach den Kategorien:

- A. Einführung
- B. Gestaltung der Befragung
- C. Ansprache und Anreize
- D. (Kreative) Möglichkeiten vor Ort

Quellen	WissKomm spezifisch?
<b>Einführung</b>	
Nair, C. S., Adams, P., & Mertova, P. (2008). Student Engagement: The Key to Improving Survey Response Rates. <a href="https://doi.org/10.1080/13538320802507505">https://doi.org/10.1080/13538320802507505</a>	nein
Grand, A., & Sardo, A. M. (2017). What Works in the Field? <a href="https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022">https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022</a>	ja
Brennan, M., Benson, S., Keams, Z. (2005). The Effect of Introductions on Telephone Survey Participation Rates. <a href="https://doi.org/10.1177/147078530504700104">https://doi.org/10.1177/147078530504700104</a>	nein
Schnell, Rainer. Survey-Interviews: Methoden standardisierter Befragungen. 2. Auflage. Studienskripten zur Soziologie. Wiesbaden: Springer VS, 2019. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-531-19901-6">https://doi.org/10.1007/978-3-531-19901-6</a>	nein
<b>Gestaltung der Befragung</b>	
Trübner, M., & Schmies, T. (2019). Befragung von speziellen Populationen. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_68">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_68</a>	nein

Motel-Klingebiel et al. (2019). Befragungen von älteren und alten Menschen. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_66">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_66</a>	nein
Trübner, M., & Schmies, T. (2019). Befragung von speziellen Populationen. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_68">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_68</a>	nein
Anjos, S. et al. (2019). Observing and drawing the Sun: Research-based insights to assess science communication practices aimed at children. <a href="https://doi.org/10.22323/2.18040203">https://doi.org/10.22323/2.18040203</a>	ja
Griffith, L. (1999). Comparison of Open and Closed Questionnaire Formats in Obtaining Demographic Information From Canadian General Internists. <a href="https://doi.org/10.1016/S0895-4356(99)00106-7">https://doi.org/10.1016/S0895-4356(99)00106-7</a>	nein
Fietz, J., & Friedrichs, J. (2019). Gesamtgestaltung des Fragebogens. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_56">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_56</a>	nein
Keusch, F. (2015). Why do people participate in Web surveys? Applying survey participation theory to Internet survey data collection. <a href="https://doi.org/10.1007/s11301-014-0111-y">https://doi.org/10.1007/s11301-014-0111-y</a>	nein
Grand, A., & Sardo, A. M. (2017). What Works in the Field? <a href="https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022">https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022</a>	ja
Couper, M. P. et al. (2007). Noncoverage and nonresponse in an Internet survey. <a href="https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2005.10.002">https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2005.10.002</a>	nein
Rookey, B. D. et al. (2012). Understanding the resilience of mail-back survey methods. <a href="https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2012.06.004">https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2012.06.004</a>	nein
Dillman, D. A. et al. (2009). Response rate and measurement differences in mixed-mode surveys using mail, telephone, interactive voice response (IVR) and the Internet. <a href="https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2008.03.007">https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2008.03.007</a>	nein
Woo, Y., Kim, S., & Couper, M. P. (2015). Comparing a Cell Phone Survey and a Web Survey of University Students. <a href="https://doi.org/10.1177/0894439314544876">https://doi.org/10.1177/0894439314544876</a>	nein

Engel, U., & Schmidt, B. O. (2019). Unit- und Item-Nonresponse. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_27">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_27</a>	nein
Wirtschaftspsychologische Gesellschaft. (o. J.). <i>Umfrage: Teilnehmer motivieren, Rücklaufquote erhöhen.</i> <a href="https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/">https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/</a>	nein
<b>Ansprache und Anreize</b>	
Schaurer, I. (2017) Recruitment Strategies for a probability-based online panel: Effects of interview length, question sensitivity, incentives and interviewers. <a href="https://madoc.bib.uni-mannheim.de/42976/1/Dissertation_Schaurer-1.pdf">https://madoc.bib.uni-mannheim.de/42976/1/Dissertation_Schaurer-1.pdf</a>	nein
Hlawatsch, A., & Krickl, T. (2019). Einstellungen zu Befragungen. <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_24">https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_24</a>	nein
Nederhof, A. J. (1983). Effects of repetition and consistency of personalization treatments on response rate in mail surveys. <a href="https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6">https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6</a>	nein
Goeritz, A. (2006) Incentives in Web Studies: Methodological Issues and a Review. <i>International Journal of Internet Science.</i> <a href="https://www.ijis.net/ijis1_1/ijis1_1_goeritz_pre.html">https://www.ijis.net/ijis1_1/ijis1_1_goeritz_pre.html</a>	nein
Mehlkop, G., & Becker, R. (2007). Zur Wirkung monetärer Anreize auf die Rücklaufquote in postalischen Befragungen zu kriminellen Handlungen <a href="https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-126424">https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-126424</a>	nein
Batinic, B., Moser, K. (2005). Determinanten der Rücklaufquote in Online-Panels. <i>Zeitschrift für Medienpsychologie.</i> <a href="https://doi.org/10.1026/1617-6383.17.2.64">https://doi.org/10.1026/1617-6383.17.2.64</a>	nein
Curtin, R., S. Presser, und E. Singer. 2005. „Changes in Telephone Survey Nonresponse over the Past Quarter Century“. <i>Public Opinion Quarterly.</i> <a href="https://doi.org/10.1093/pog/nf002">https://doi.org/10.1093/pog/nf002</a>	nein
Jordan, Gretchen B. (2013). Logic Modeling: A Tool for Designing Program Evaluations. <i>Handbook on the Theory and Practice of Program Evaluation.</i>	nein

## (Kreative) Möglichkeiten vor Ort

Woolf, B., & Edwards, P. (2022). <i>Pre-notification systematic review follow up nested RCT</i> . <a href="https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MSV2W">https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MSV2W</a>	nein
Wirtschaftspsychologische Gesellschaft. (o. J.). <i>Umfrage: Teilnehmer motivieren, Rücklaufquote erhöhen</i> . <a href="https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/">https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/</a>	nein
Bell, L. et al. (2017). <i>Public Engagement with Science</i> . <a href="https://www.mos.org/sites/dev-elvis.mos.org/files/docs/offerings/PES_guide_10_20r_HR.pdf">https://www.mos.org/sites/dev-elvis.mos.org/files/docs/offerings/PES_guide_10_20r_HR.pdf</a>	ja
Grand, A., & Sardo, A. M. (2017). <i>What Works in the Field?</i> <a href="https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022">https://doi.org/10.3389/fcomm.2017.00022</a>	ja
Archer, M. O., Day, N., & Barnes, S. (2021). <i>Demonstrating change from a drop-in space soundscape exhibit by using graffiti walls both before and after</i> . <a href="https://doi.org/10.5194/gc-4-57-2021">https://doi.org/10.5194/gc-4-57-2021</a>	ja
Queen Mary University of London, & Fast Track Impact. (o. J.). <i>The Public Engagement Evaluation Toolkit</i> . <a href="https://www.qmul.ac.uk/media/qmul/publicengagement/Booklet-2-(part-3)-final2-(300-dpi).pdf">https://www.qmul.ac.uk/media/qmul/publicengagement/Booklet-2-(part-3)-final2-(300-dpi).pdf</a>	ja
Eßer, M., Manthey, M., & Treichel, O. (2022). <i>The Marble Tree – Eine Interaktive Umfrage</i> . <a href="https://www.labprepare.tu-berlin.de/wiki/doku.php?id=the_marble_tree">Project Sci.Com Wiki. https://www.labprepare.tu-berlin.de/wiki/doku.php?id=the_marble_tree</a>	ja
Wirtschaftspsychologische Gesellschaft. (o. J.). <i>Umfrage: Teilnehmer motivieren, Rücklaufquote erhöhen</i> . <a href="https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/">https://wpqs.de/fachtexte/frageboegen/umfragen-befragungen-motivieren-responserate-ruecklaufquote-erhoehen/</a>	nein
Nederhof, A. J. (1983). <i>Effects of repetition and consistency of personalization treatments on response rate in mail surveys</i> . <a href="https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6">https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6</a>	nein

Nederhof, A. J. (1983). Effects of repetition and consistency of personalization treatments on response rate in mail surveys. <a href="https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6">https://doi.org/10.1016/0049-089X(83)90006-6</a>	nein
Nair, C. S., Adams, P., & Mertova, P. (2008). Student Engagement: The Key to Improving Survey Response Rates. <a href="https://doi.org/10.1080/13538320802507505">https://doi.org/10.1080/13538320802507505</a>	nein