



R. Venkatesh, Pradeep Chintagunta, Vijay Mahajan

**Research Note - Sole Entrant, Co-optor, or  
Component Supplier: Optimal End-Product  
Strategies for Manufacturers of Proprietary  
Component Brands.**

'online-befragungen stellen mittlerweile ein standardwerkzeug der empirischen sozialforschung dar, dessen potentiale und grenzen seit längerem diskutiert werden. im kontext vieler internetanwendungen fallen jedoch zusätzliche daten an, deren verwendung für sozialwissenschaftliche und methodische fragestellungen noch keine vergleichbare verbreitung gefunden hat. es handelt sich hierbei um prozessproduzierte daten, die durch (soziale) handlungen von nutzern erzeugt und vom jeweiligen provider ohne einen ursprünglich wissenschaftlichen verwendungszweck aufgezeichnet werden. am beispiel des projektes 'prozesse der partnerwahl auf online-kontaktbörsen' wird argumentiert, dass verhaltensspuren, die durch such-, interaktions- und kommunikationshandlungen in social-web-applikationen generiert und aufgezeichnet werden, gewinnbringend für die sozialwissenschaftliche forschung genutzt werden können. neben einem empirischen anwendungsbeispiel des ergänzenden bzw. komplementären gebrauchs nichtreaktiver beobachtungsdaten und befragungsdaten, werden methodische möglichkeiten vorgestellt, mit denen prozessproduzierte daten supplementär zur aufwertung der qualität von befragungsdaten verwendet werden können.'