Wahrnehmung von gesponserten Beiträgen (Wahrnehmung)

Gesponserte Werbebeiträge in meinen sozialen Netzwerken…

Wahrnehmung1: nehme ich bewusst wahr

Wahrnehmung2: entsprechen meinen Interessen

Wahrnehmung3: unterscheiden sich von Werbebeiträgen, die meinen Freunden angezeigt werden

Wahrnehmung4: sind auf mich abgestimmt

Wahrnehmung5: sind mir noch nie aufgefallen

Persönliche Einordnung von gesponserten Werbebeiträgen (Einordnung)

Gesponserte Werbebeiträge in meinen sozialen Netzwerken…

Einordnung1: stecken mich in eine bestimmte Schublade

Einordnung2: sind auf mein Geschlecht bezogen

Einordnung3: bilden Klischees ab

Zielgerichtete Adressierung und Anpassung von Inhalten (Targeting)

Targeting von Werbebeiträgen in sozialen Netzwerken…

Targeting1: finde ich nützlich

Targeting2: empfinde ich als störend

Targeting3: finde ich beängstigend

Targeting4: erleichtern es mir, passende Produkte zu finden

Genderbezug(Genderbezug)

Genderbezug1: Ich finde es gut, dass sich gesponserte Beiträge auf mein Geschlecht beziehen.

Genderbezug2: Mich stört, dass mir bestimmte Werbebeiträge aufgrund meines Geschlechts vorenthalten werden

Genderbezug3: Ich bevorzuge geschlechtsneutrale Werbung

Genderbezug4: Geschlechtsspezifische Klischees empfinde ich als beleidigend

Diskriminierungsempfinden (Diskri)

Gesponserte Werbebeiträge…

Diskri1: empfinde ich als geschlechterdiskriminierend

Diskri2: beurteile ich als geschlechtsneutral

Diskri3: diskriminieren mich aufgrund meines Geschlechts

Diskri4: enthalten ein hohes geschlechtsspezifisches Diskriminierungspotenzial