

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



klar. Glaubwürdigkeits- Ranking 2017

klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung



Warum diese Umfrage?

- § Glaubwürdigkeit als wertvollste Grundlage politischen und wirtschaftlichen Erfolgs
- § Zunehmendes Bedürfnis nach Glaubwürdigkeit und Transparenz
- § Jüngste Entwicklungen rund um Fake News, alternative Fakten etc. scheinen den Erfolgsfaktor Glaubwürdigkeit zu gefährden
- § Wird Glaubwürdigkeit noch an Bedeutung gewinnen? Warum?
- § Welche Aspekte sind den Österreicherinnen und Österreichern wichtig, damit Personen und Organisationen als glaubwürdig empfunden werden?
- § Wer gilt als mehr oder weniger glaubwürdig?
- § Verlieren oder gewinnen PolitikerInnen, Unternehmen, Institutionen, NGOs und Prominente in dieser herausfordernden Zeit an Glaubwürdigkeit?
- § Wie glaubwürdig werden Medien eingeschätzt?



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Warum diese Umfrage?



Glaubwürdigkeit

Sagen und Tun
stimmen überprüfbar
überein.



Vertrauen

Sagen und Tun
werden auch ungeprüft
als übereinstimmend
wahrgenommen.



Wohlwollen

Selbst wenn Sagen und Tun
Voneinander abweichen,
bleiben Glaubwürdigkeit und
Vertrauen erhalten.



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Was macht glaubwürdig? Unsere Thesen: Wer glaubwürdig ist, ...

ist ehrlich

hat eine klare Linie

ist bereit, Fehler einzugestehen

tut, was er/sie sagt

ist offen und transparent

zeigt, wofür er/sie steht

hält, was er/sie verspricht

weiß, was er/sie kann

stellt sich nicht besser dar, als er/sie ist

bei ihm/ihr passt alles zusammen

hat nichts zu verbergen



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

| | |
|--------------------|---|
| Methode: | Computer Assisted Web Interviews (CAWI), Internet-Durchdringung: 90% |
| Instrument: | Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform |
| Respondenten: | web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren |
| Sample-Größe: | n=1.500 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten |
| Erhebungszeitraum: | 25.04.2017 – 28.04.2017 |
| Screening: | Alter |
| Grundgesamtheit: | web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren |
| Schwankungsbreite: | Maximal +/- 2,6 Prozentpunkte |
| Incentives: | geldwerte Bonuspunkte |
| Umfang: | 59 offene/geschlossene Fragen |
| Studienleitung: | Marketagent.com, Mag. Ingrid Fischer |
| Kontakt: | i.fischer@marketagent.com |

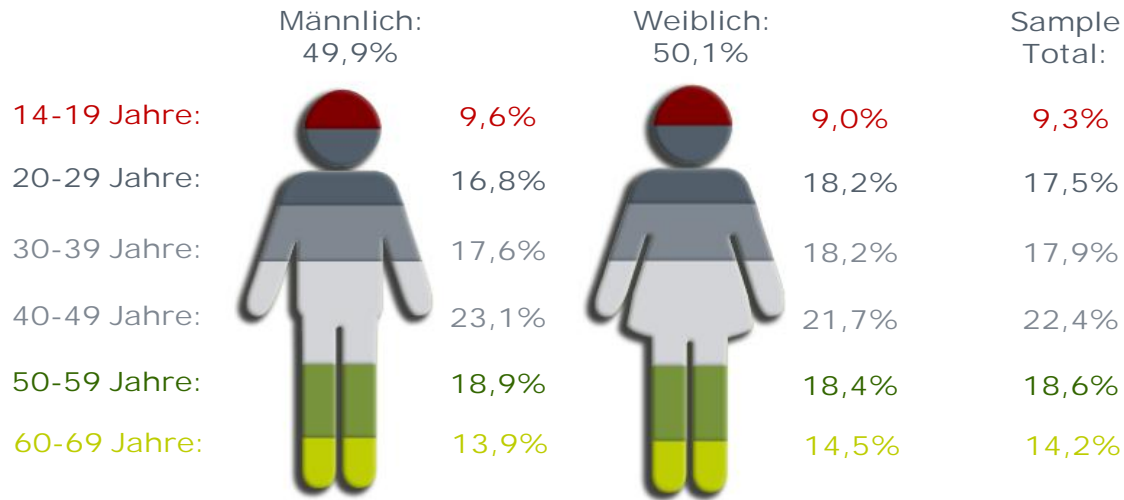


klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

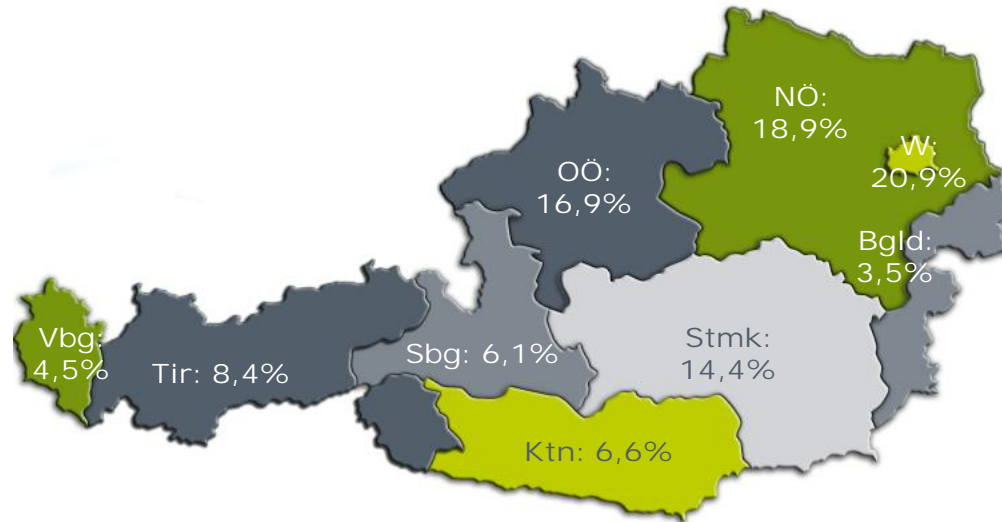
Zusammensetzung des Samples (n=1.500):



Allg. Pflichtschule: 21,9%

Lehre/ Fachschule: 47,3%

Matura/ Uni: 30,8%



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

**PART
I**

Komponenten und Bedeutung von Glaubwürdigkeit



klar.

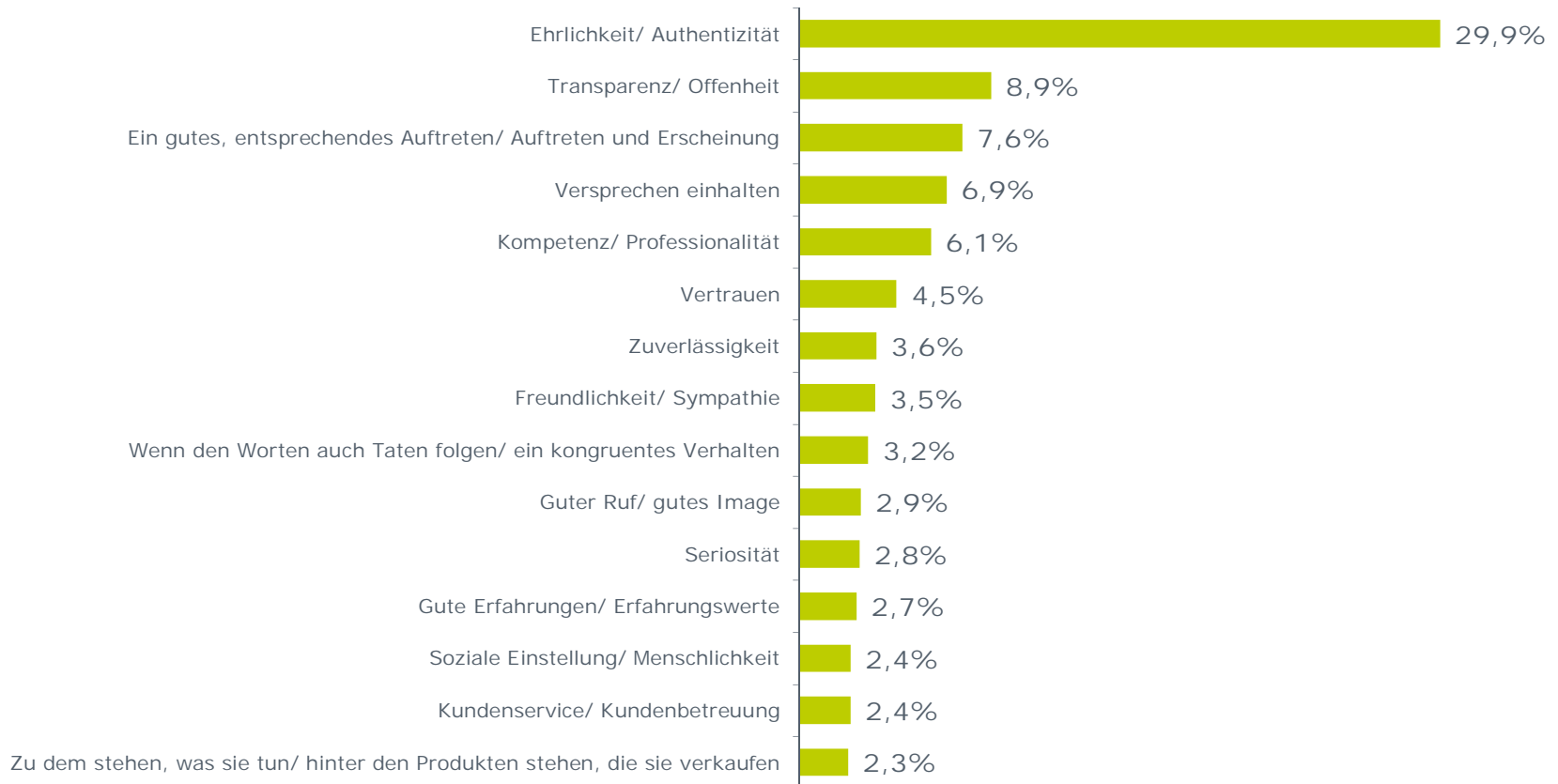
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Spontan gefragt, ist Ehrlichkeit/Authentizität in Hinblick auf die Glaubwürdigkeit am wichtigsten.

Die 15 wichtigsten Aspekte, damit Personen/Institutionen/Unternehmen als glaubwürdig empfunden werden (ungestützt)



Welche Aspekte sind Ihrer Ansicht nach besonders wichtig, damit Personen, Unternehmen und Institutionen als glaubwürdig empfunden werden? (n=1.500)

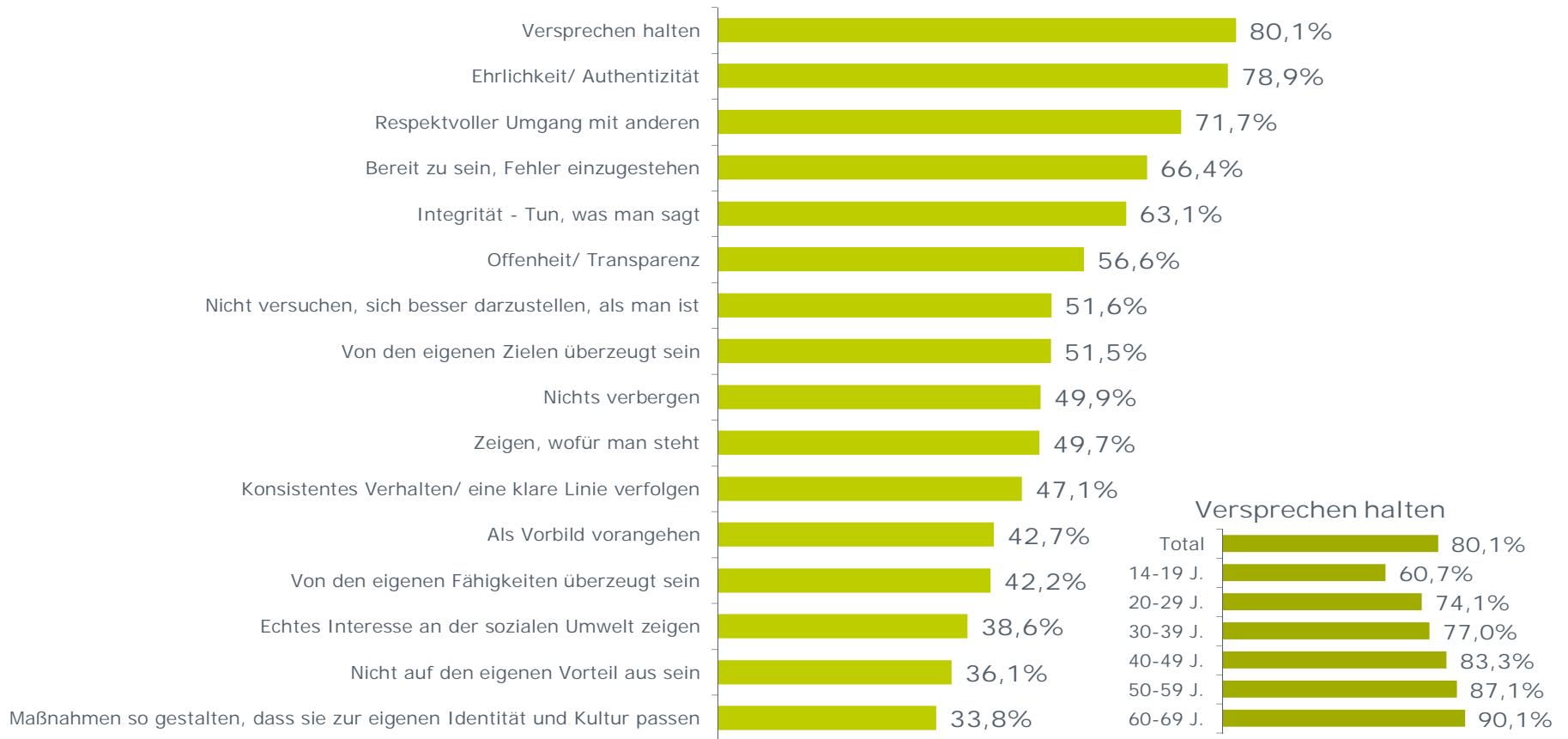
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Wichtige Kriterien, um Personen/Unternehmen/Institutionen als glaubwürdig zu empfinden:

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



[...] Inwieweit sind die folgenden Kriterien wichtig, um Personen, Unternehmen und Institutionen als glaubwürdig zu empfinden? [...] (n=1.500)



klar.

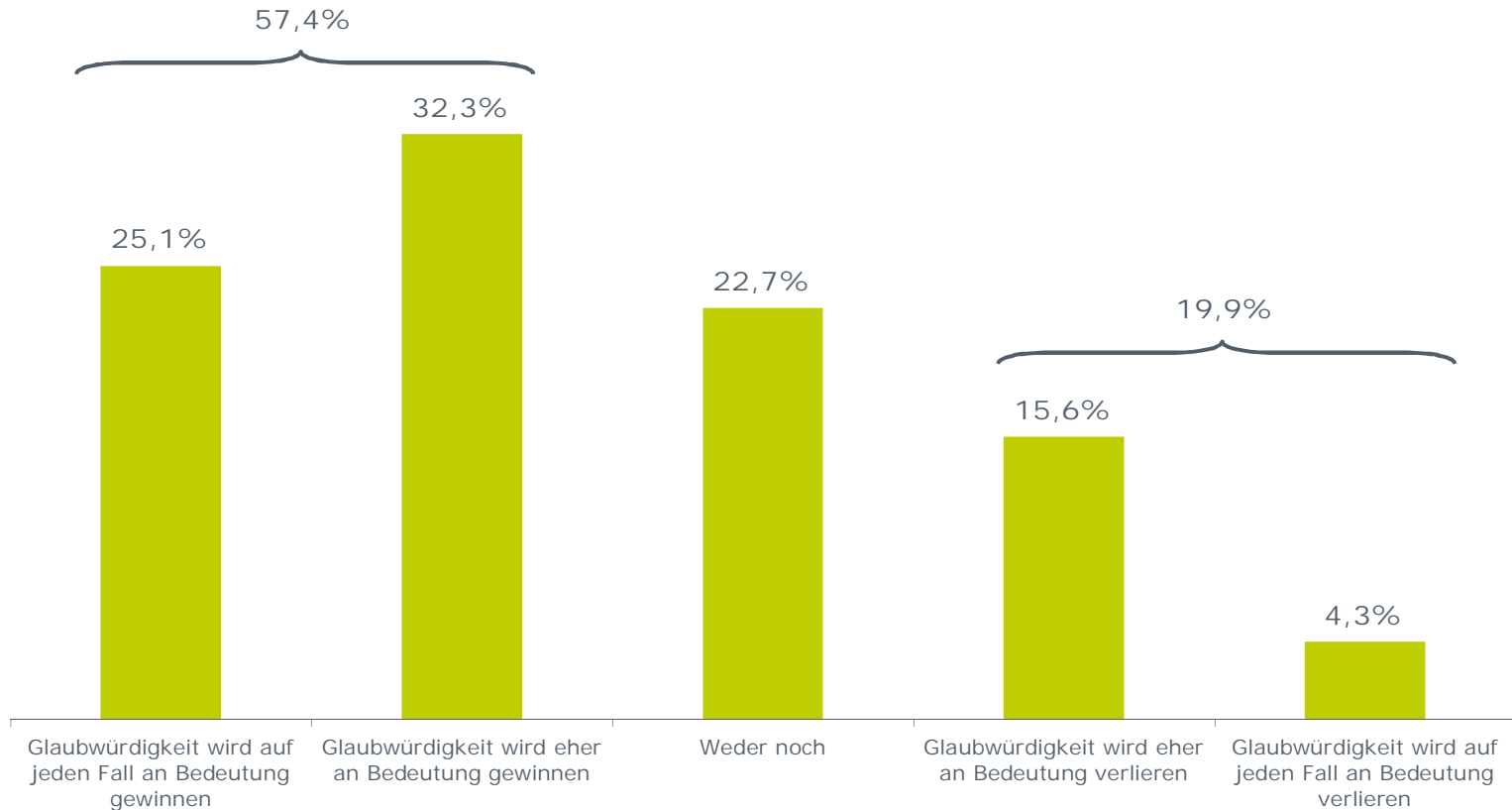
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

57% denken, dass Glaubwürdigkeit künftig an Bedeutung gewinnen wird.

Künftige Bedeutung von Glaubwürdigkeit



Und wie sehen Sie die Bedeutung von Glaubwürdigkeit in Zukunft? Wird Glaubwürdigkeit Ihrer Ansicht nach künftig an Bedeutung gewinnen oder verlieren, oder denken Sie, wird diese unverändert bleiben?
(n=1.500; MW 2,42)

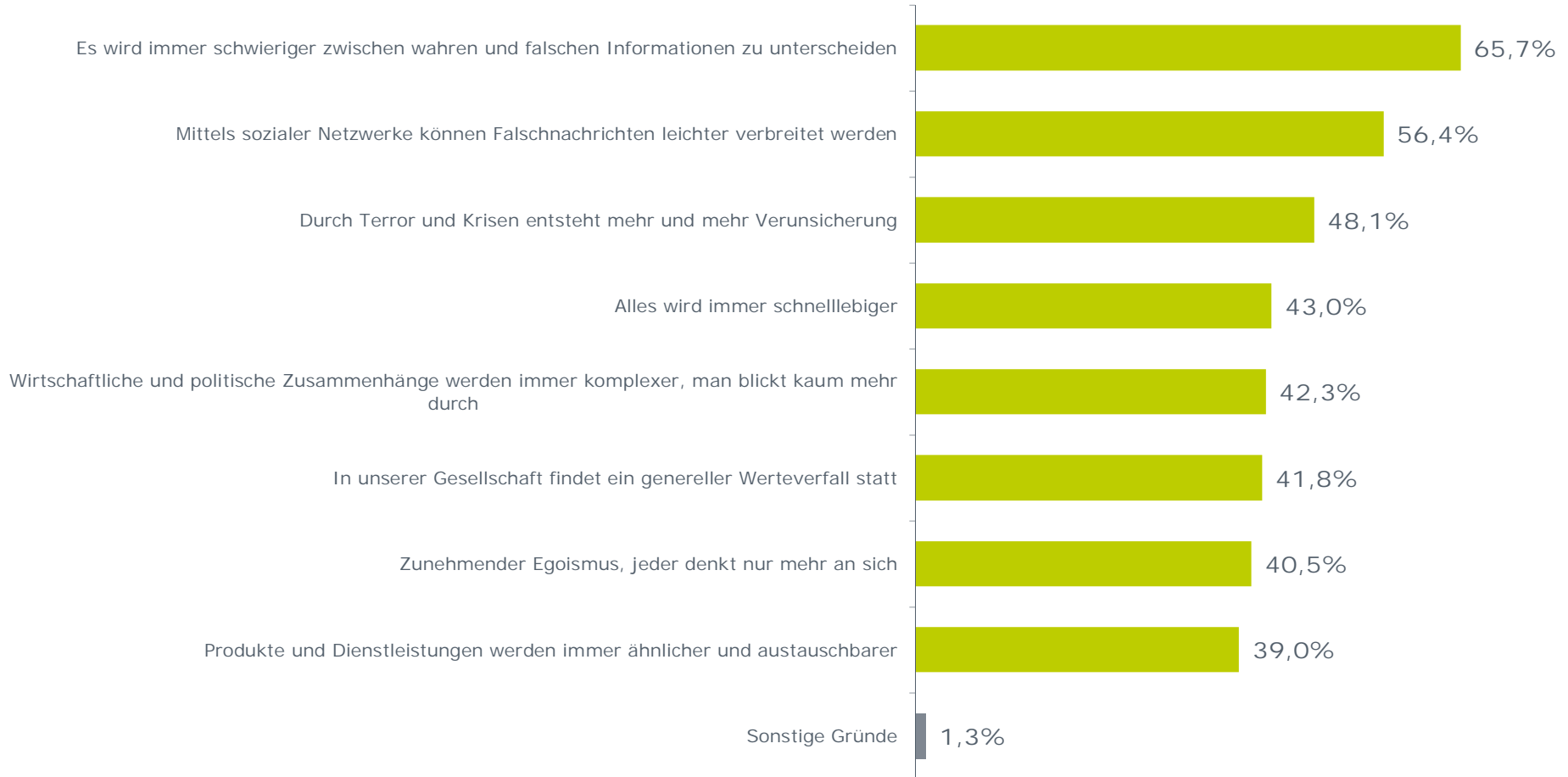


klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Gründe, warum Glaubwürdigkeit an Bedeutung gewinnen wird:



(Basis: Respondenten denken, dass Glaubwürdigkeit auf jeden Fall/ eher an Bedeutung gewinnen wird)

Warum wird Glaubwürdigkeit in Zukunft wichtiger werden? (n=861)



klar.

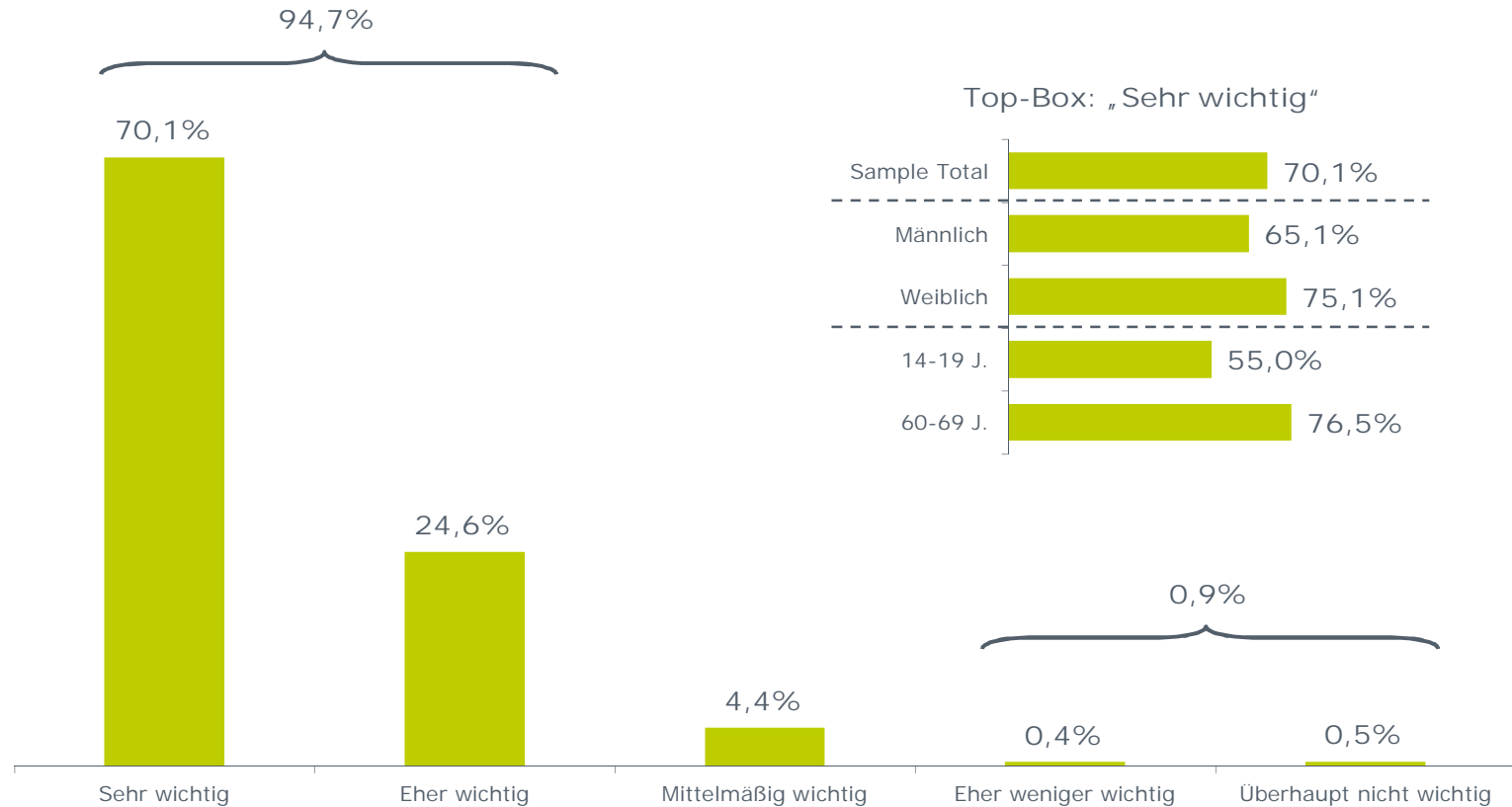
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Für 95% ist es wichtig als glaubwürdig wahrgenommen zu werden.

Wichtigkeit, selbst als glaubwürdig wahrgenommen zu werden



[...] Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie selbst von anderen Personen als glaubwürdig empfunden werden?
(n=1.500; MW 1,36)



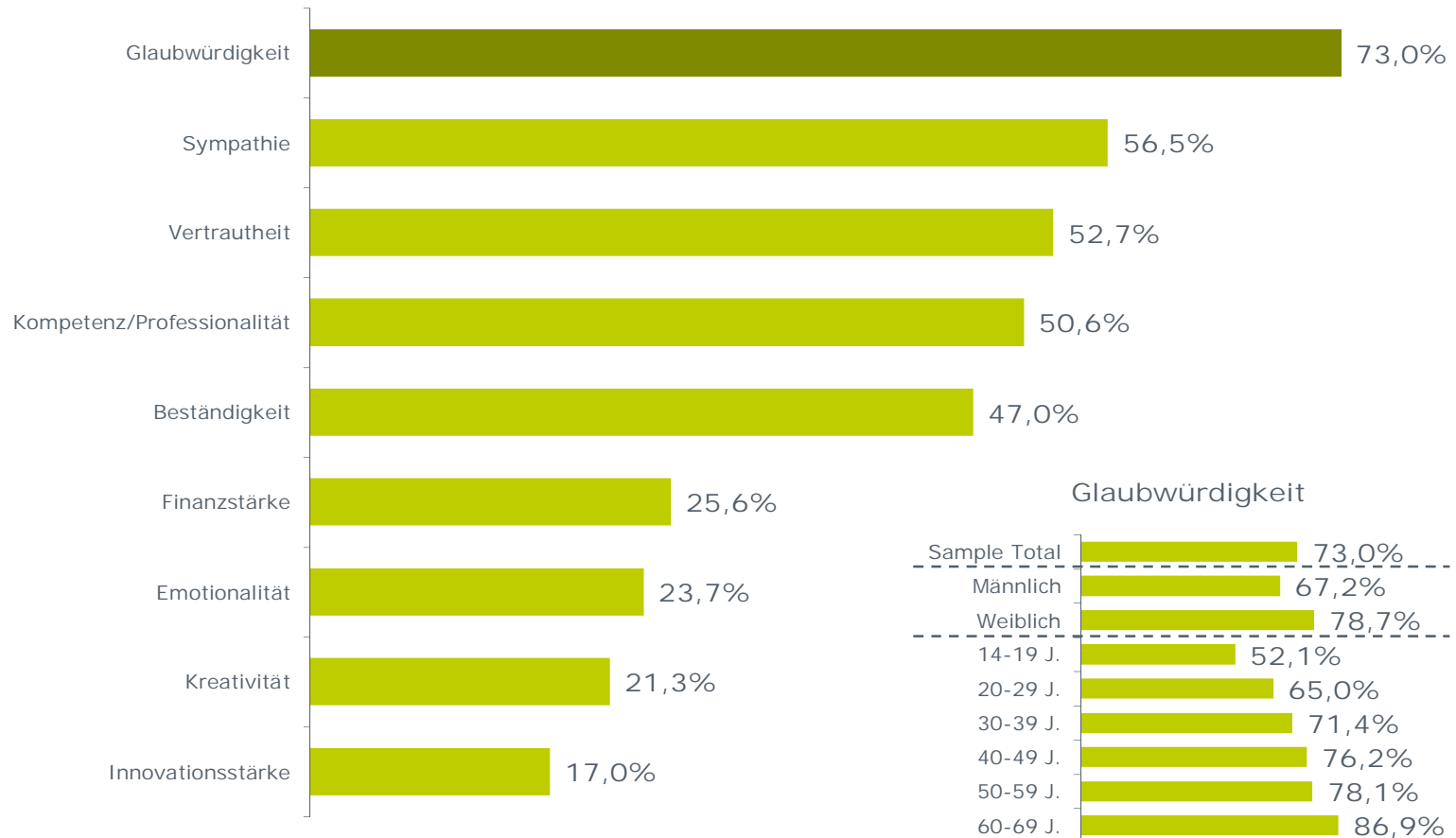
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Für 73% ist Glaubwürdigkeit bei privaten Entscheidungen sehr wichtig.

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit sind die folgenden Werte für Sie wichtig, wenn Sie private Entscheidungen treffen? (n=1.500)

klar.

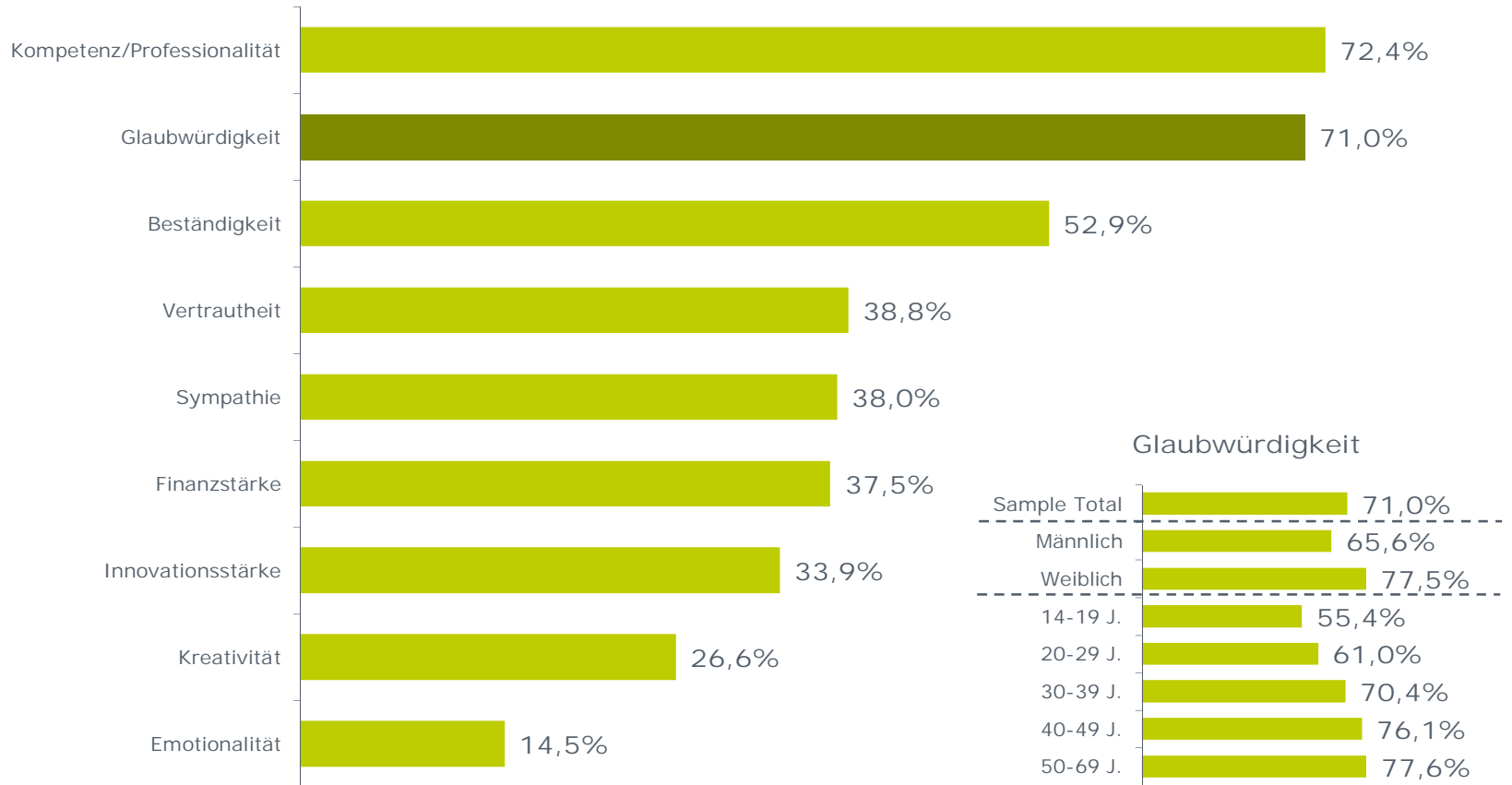
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

71% empfinden die Glaubwürdigkeit in beruflichen Entscheidungen als sehr wichtig.

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten sind berufstätig)

Inwieweit sind die folgenden Werte für Sie wichtig, wenn Sie berufliche Entscheidungen treffen? (n=1.009)



klar.

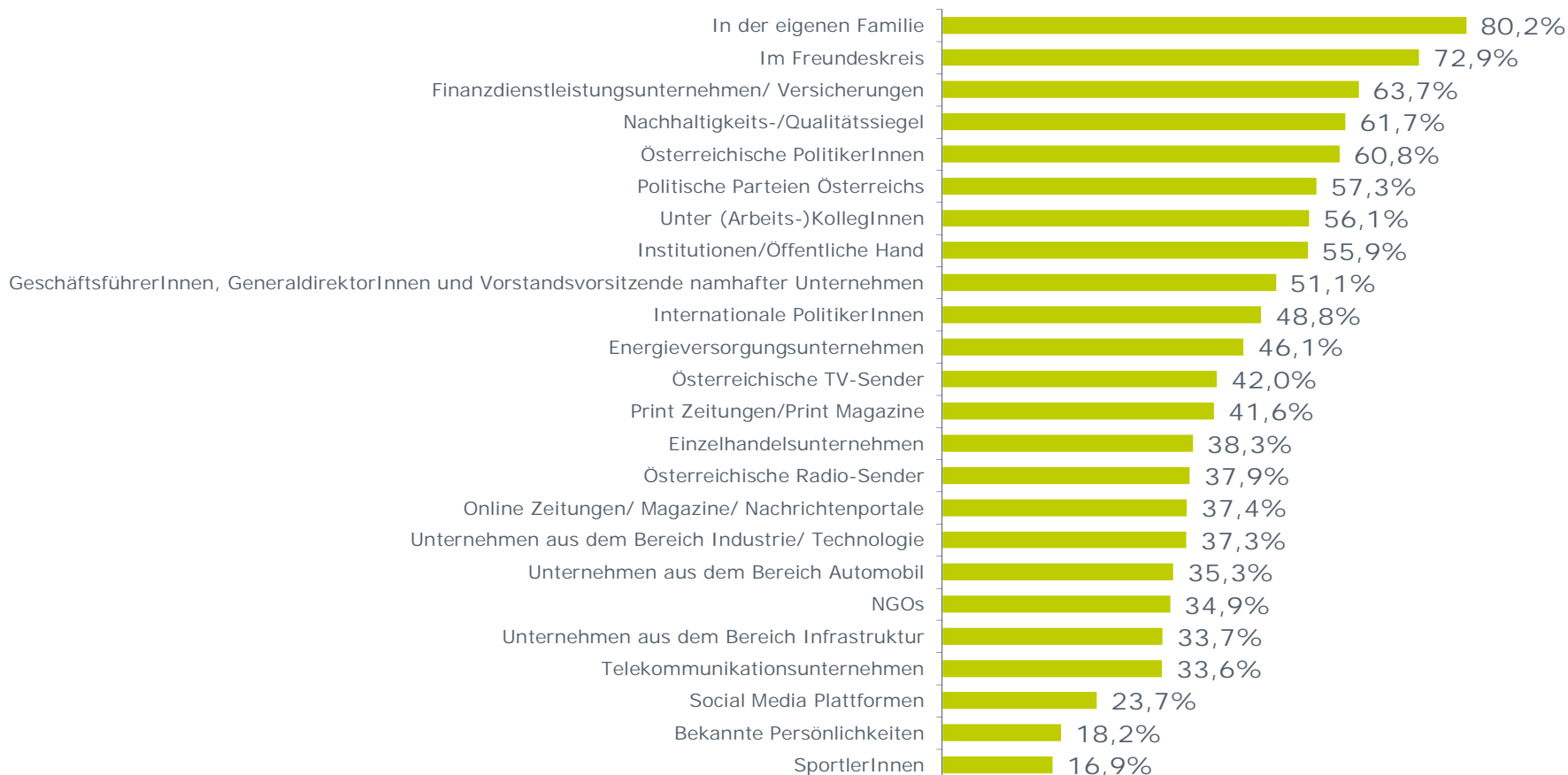
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Bereiche, in denen Glaubwürdigkeit besonders wichtig ist:

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



[...] Inwieweit ist Ihnen Glaubwürdigkeit in den folgenden Bereichen wichtig? (n=1.500)



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

**PART
II**

Glaubwürdigkeit im Detail



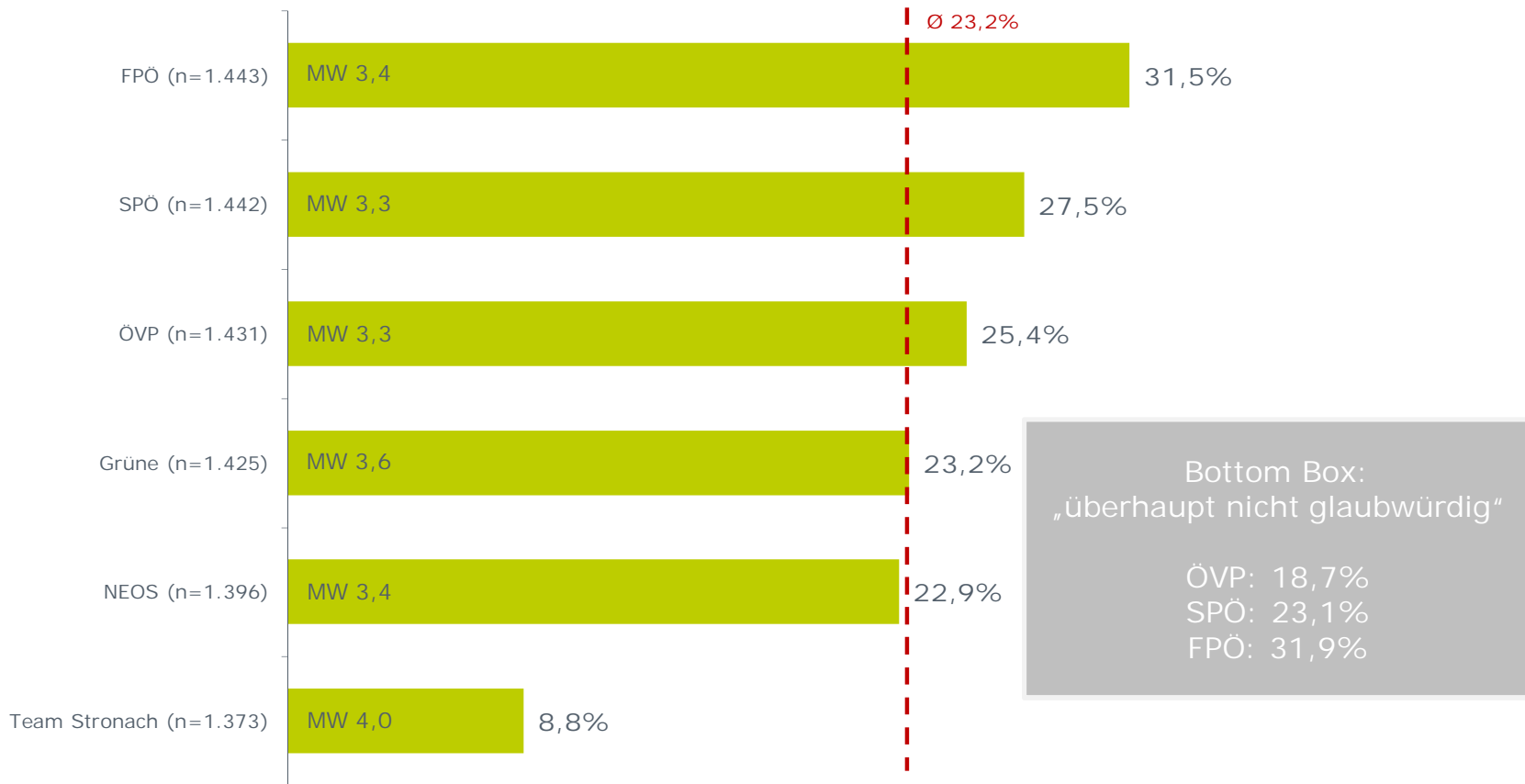
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit der politischen Parteien Österreichs:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden politischen Parteien Österreichs als glaubwürdig? [...]



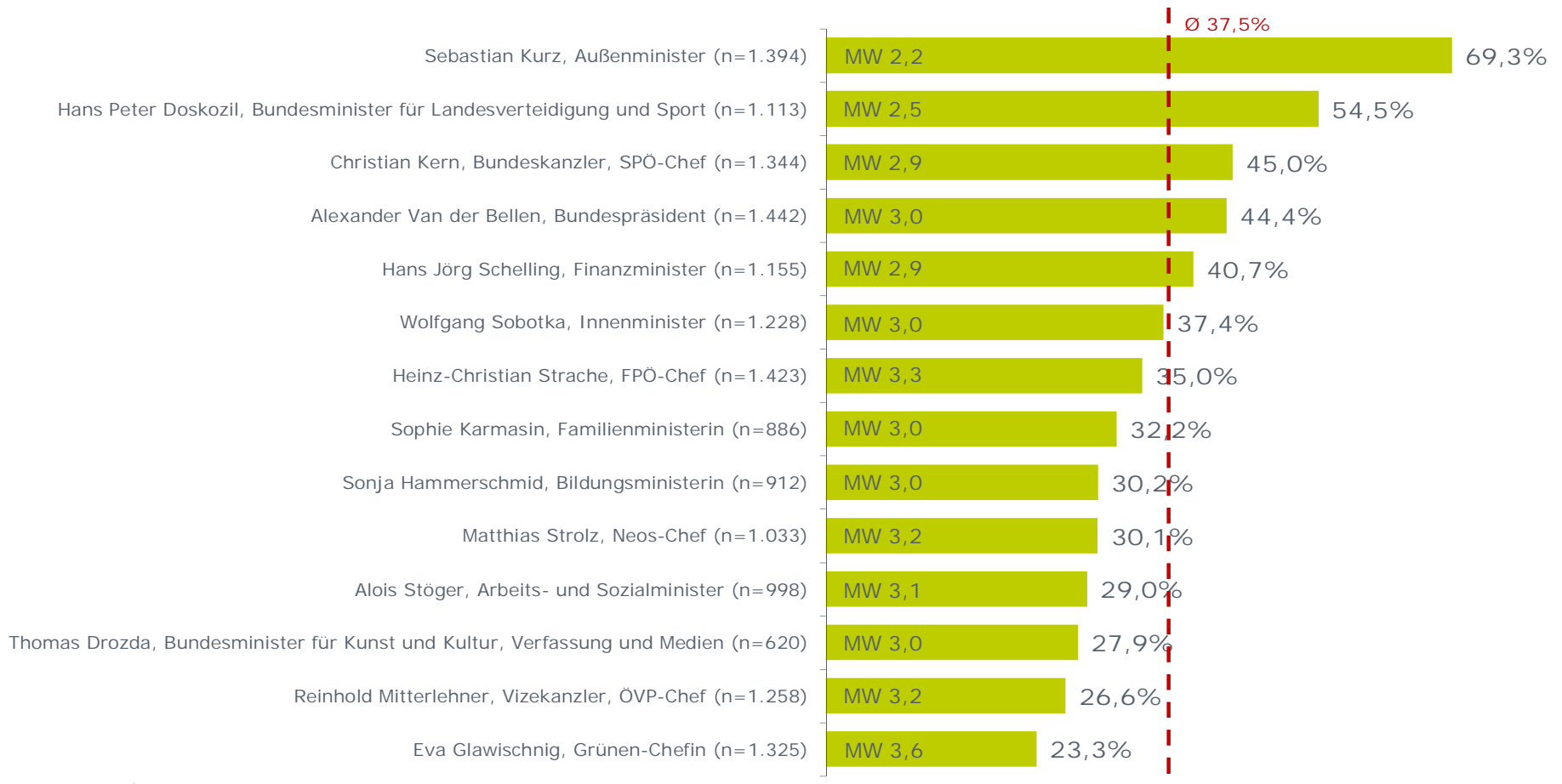
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender PolitikerInnen Österreichs:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden österreichischen PolitikerInnen als glaubwürdig? [...]



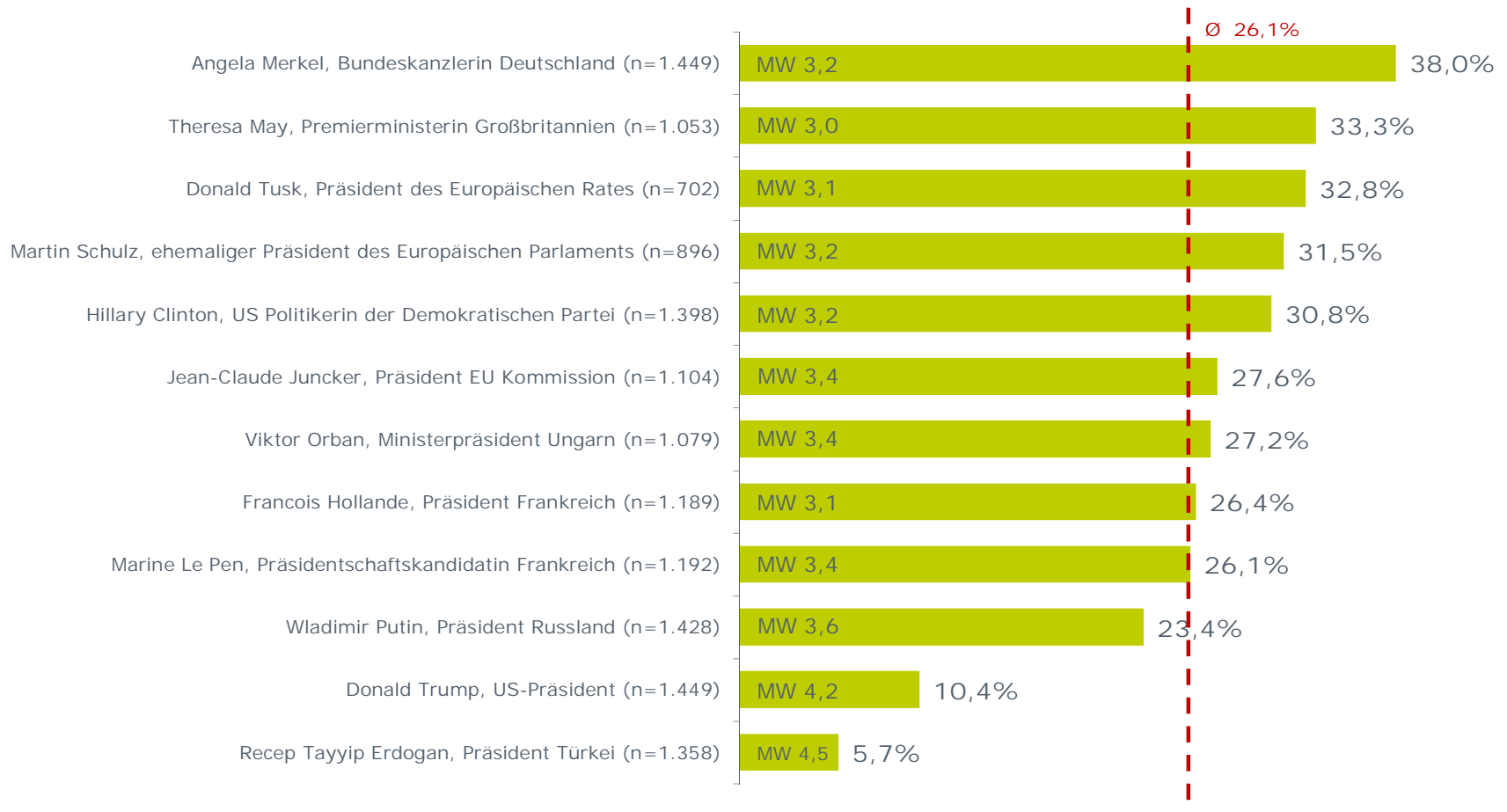
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender internationaler PolitikerInnen:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden internationalen PolitikerInnen als glaubwürdig? [...]



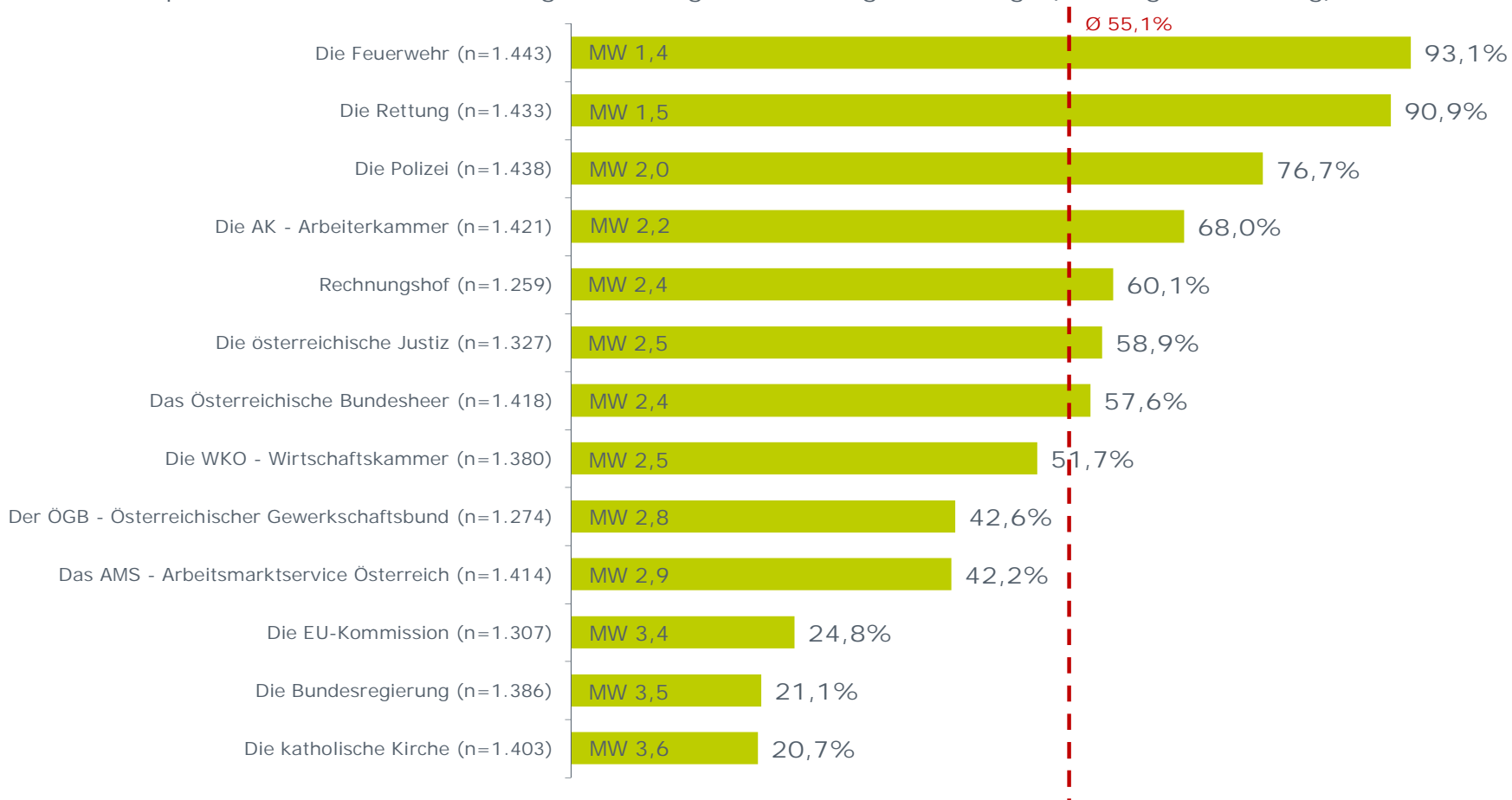
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Institutionen/öffentliche Hand:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Institutionen als glaubwürdig? [...]



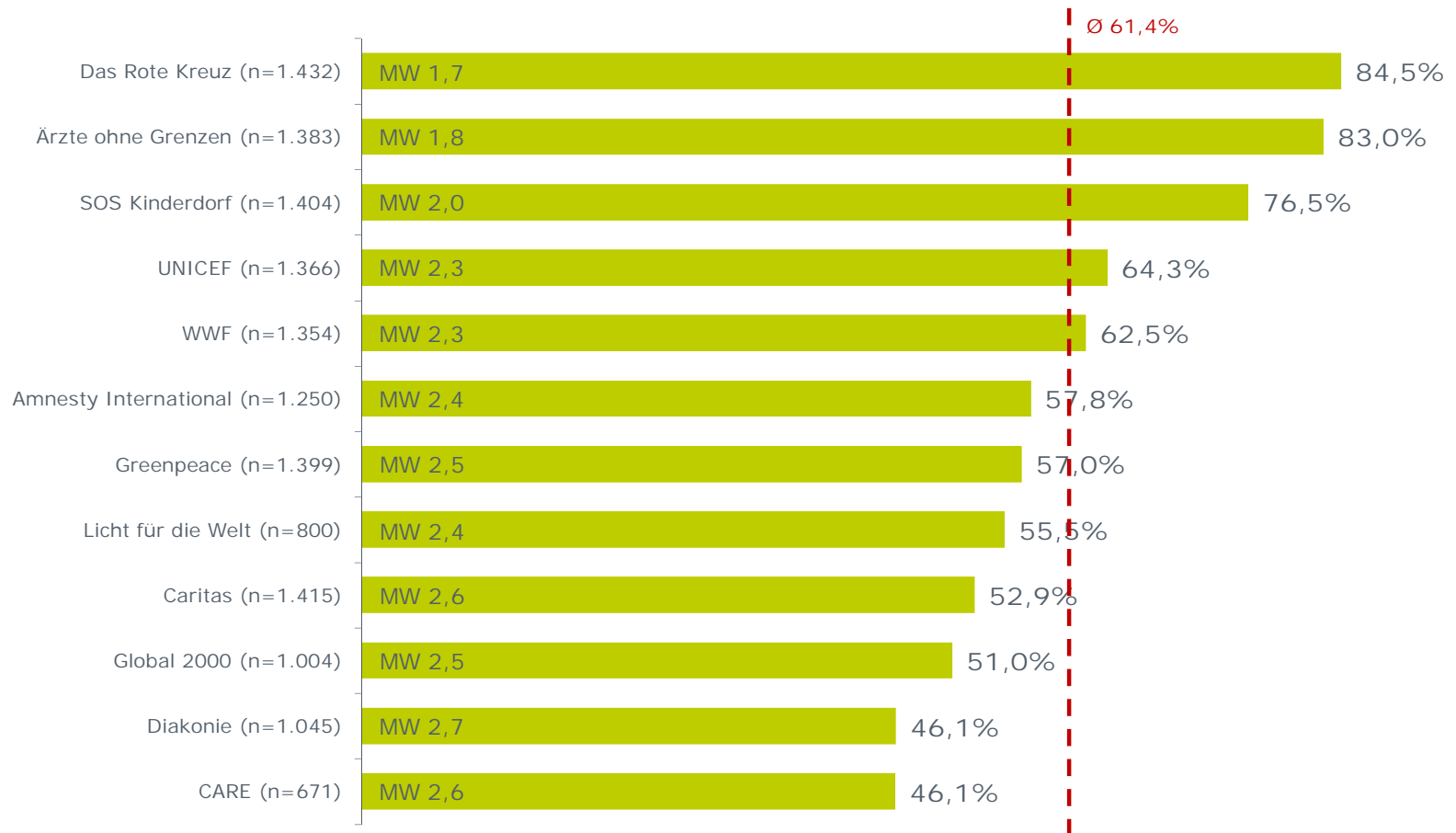
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender NGOs:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden NGOs als glaubwürdig? [...]



klar.

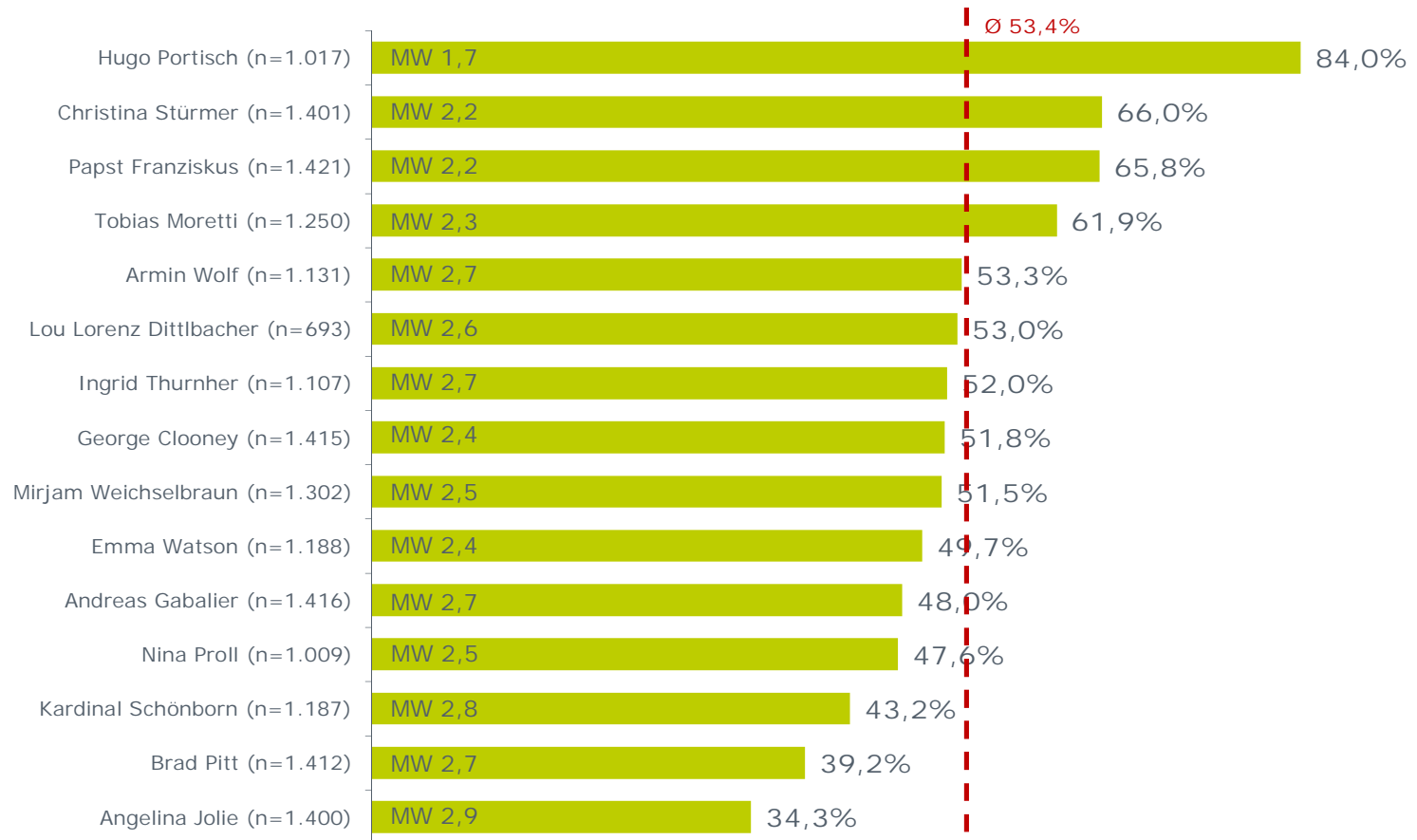
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender berühmter Persönlichkeiten:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden berühmten Persönlichkeiten als glaubwürdig? [...]



klar.

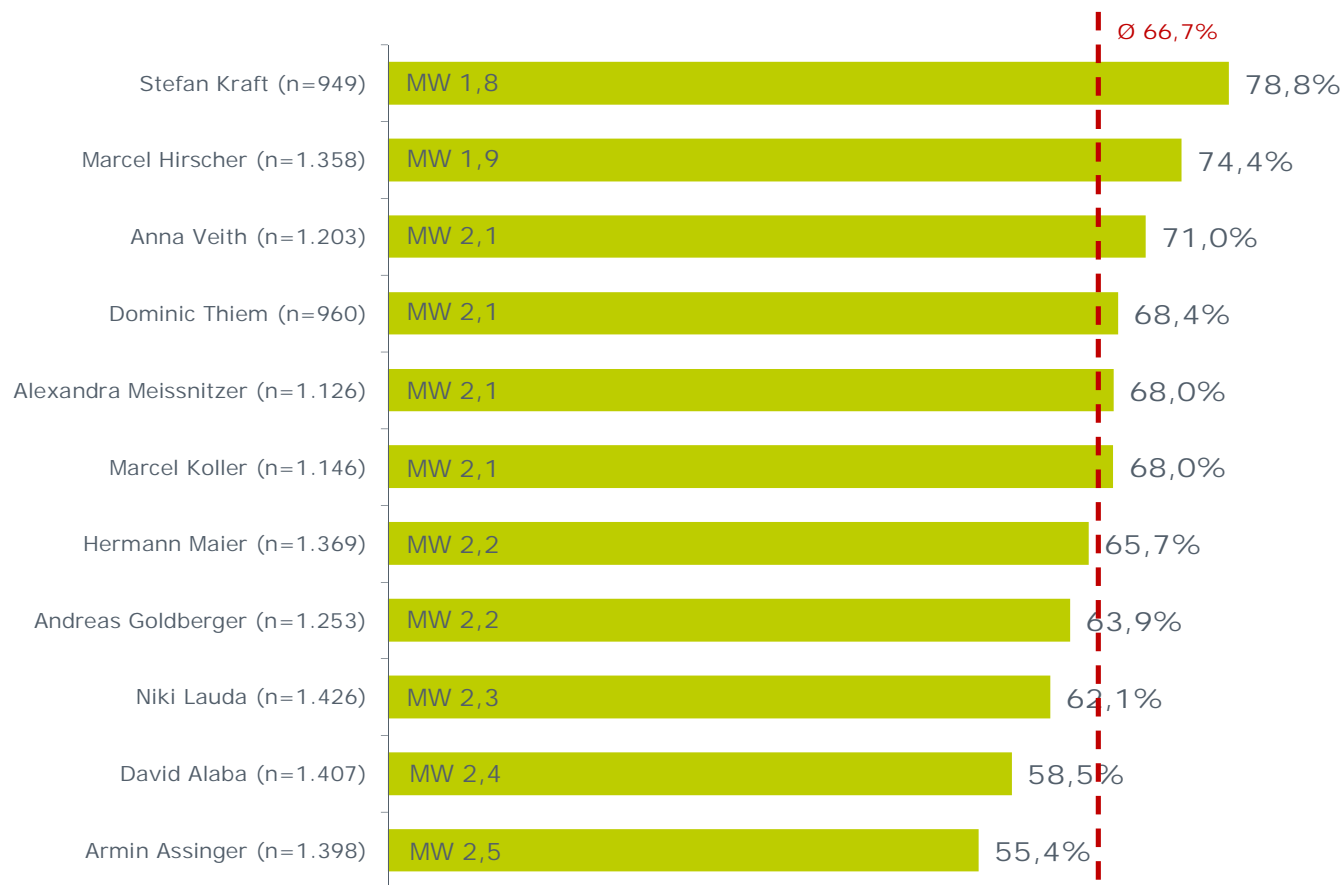
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender SportlerInnen:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden SportlerInnen als glaubwürdig? [...]



klar.

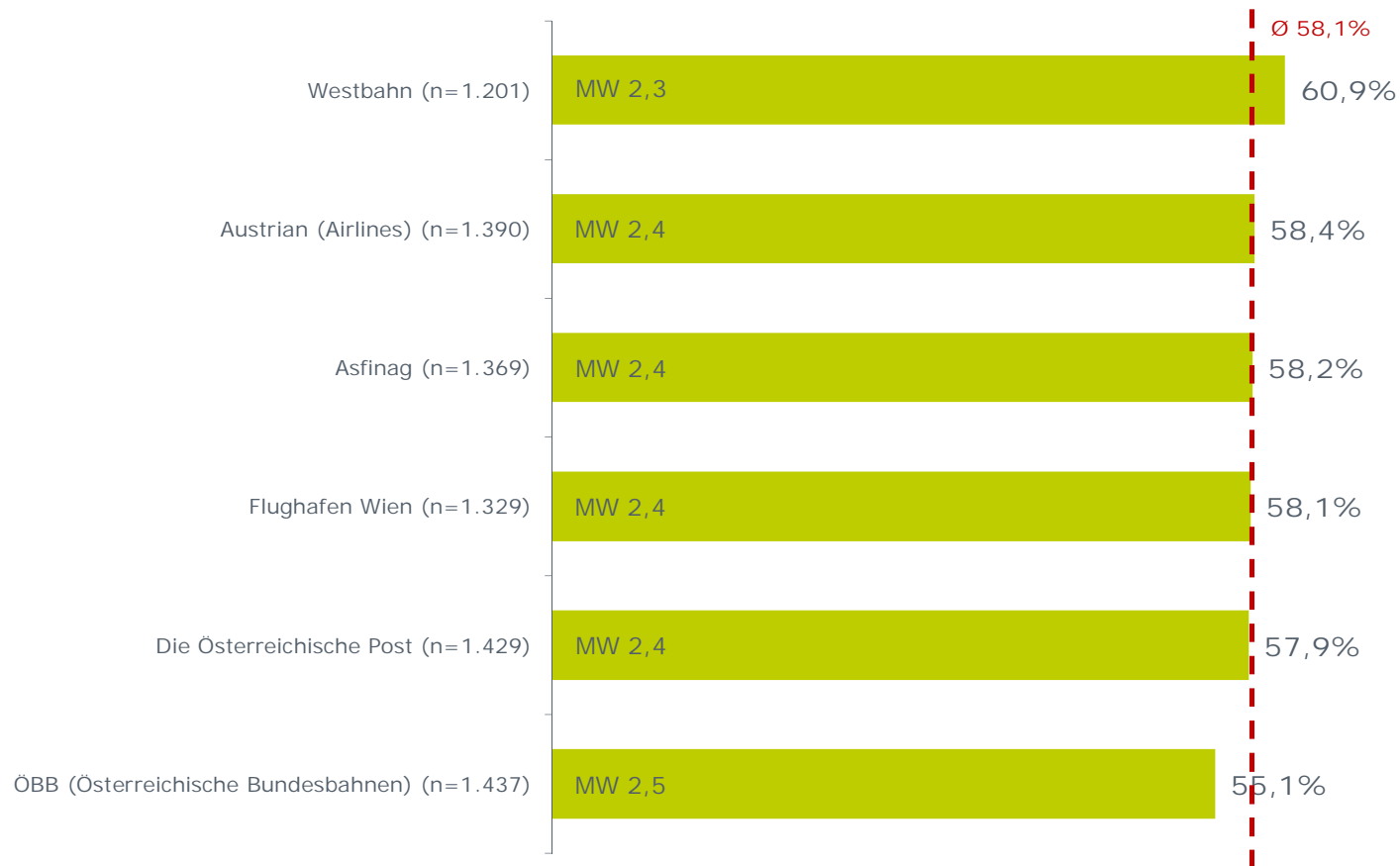
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Infrastruktur“:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Bereich "Infrastruktur" als glaubwürdig? [...]

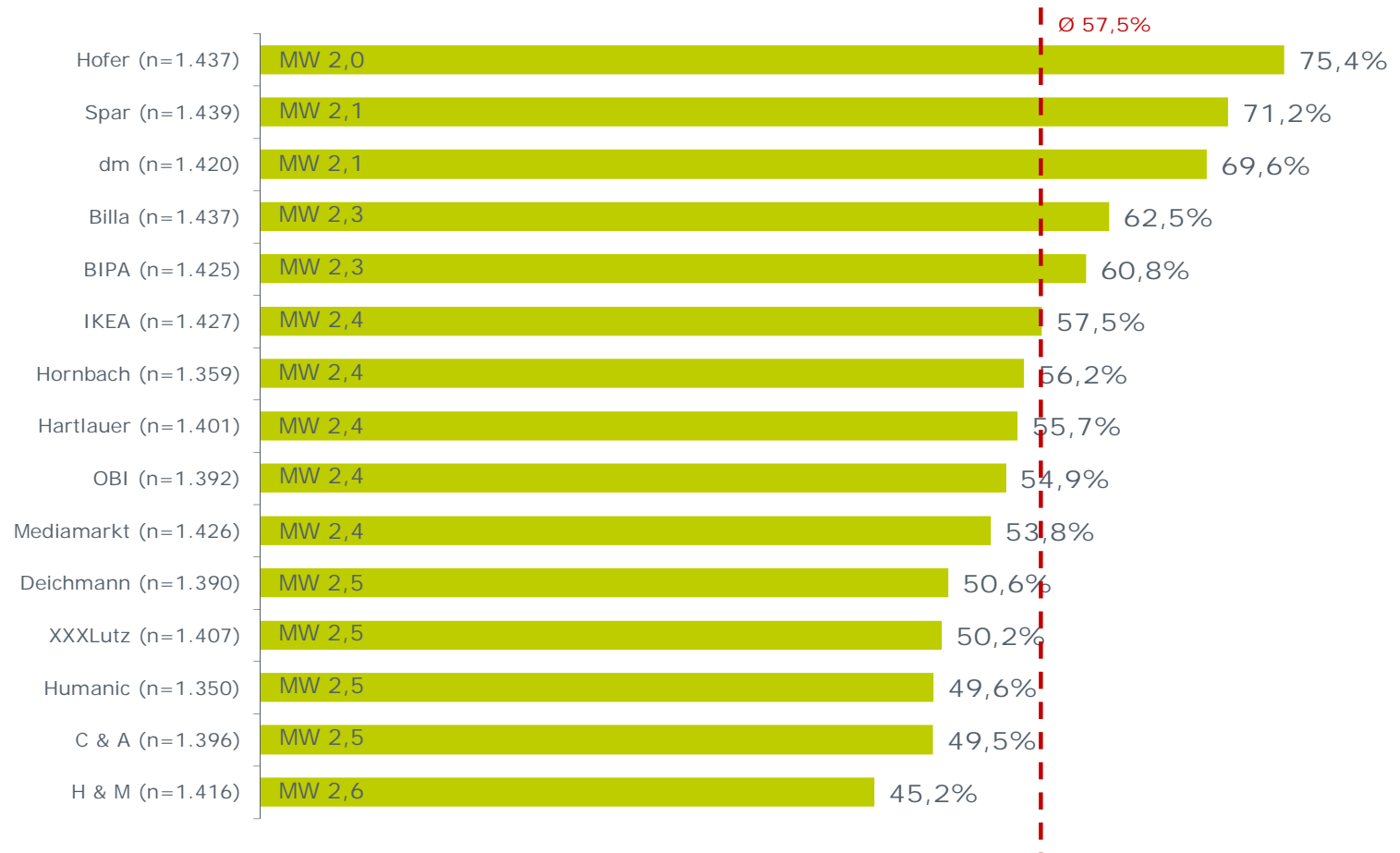
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Einzelhandel“:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Einzelhandels-Unternehmen als glaubwürdig? [...]



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Marken/Qualitätssiegel aus dem Bereich „Bio/Nachhaltigkeit“ :

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Marken bzw. Qualitätssiegel aus dem Bereich "Bio/Nachhaltigkeit" als glaubwürdig? [...]



klar.

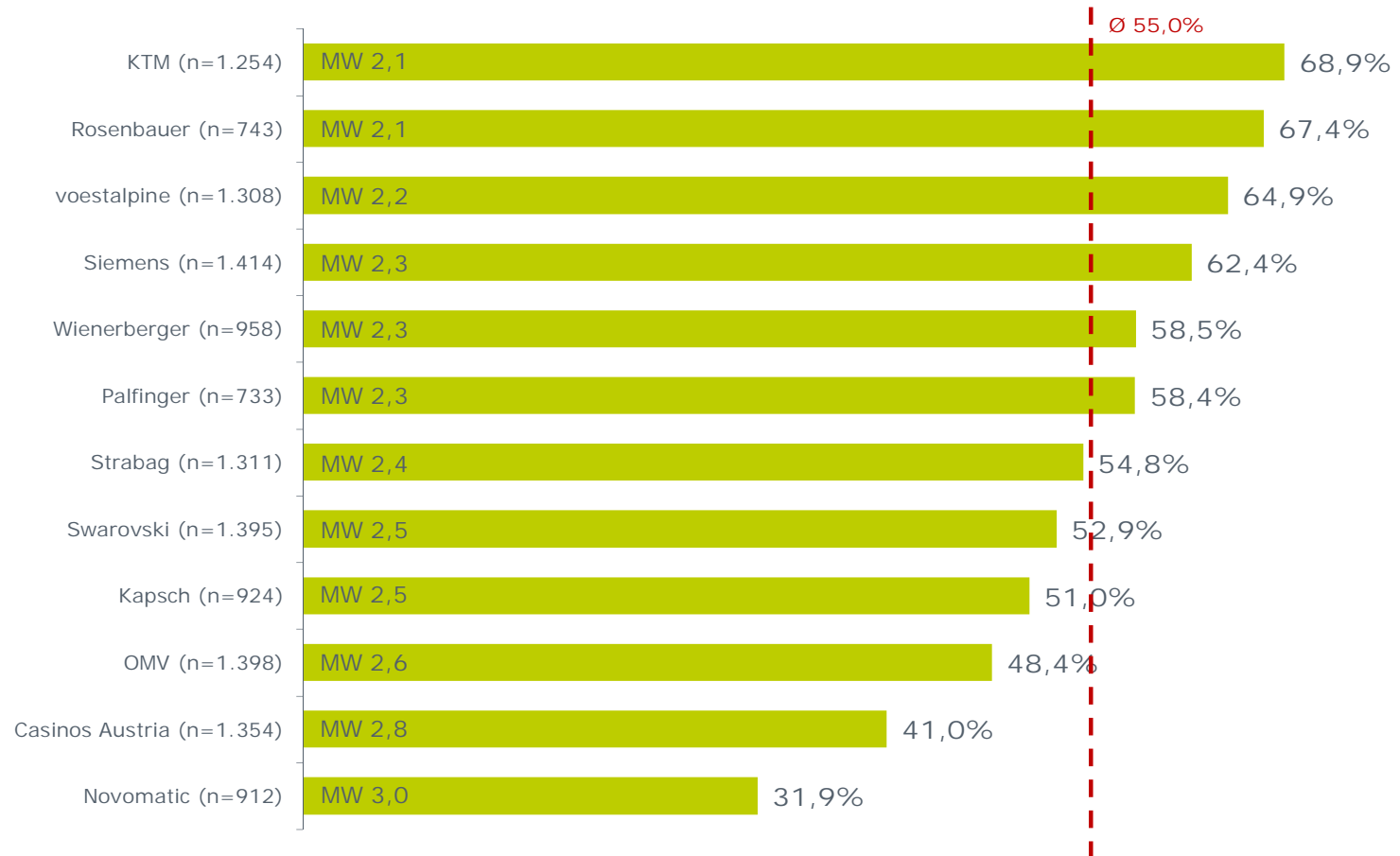
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Industrie/ Technologie“:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Bereich "Industrie/ Technologie" als glaubwürdig? [...]



klar.

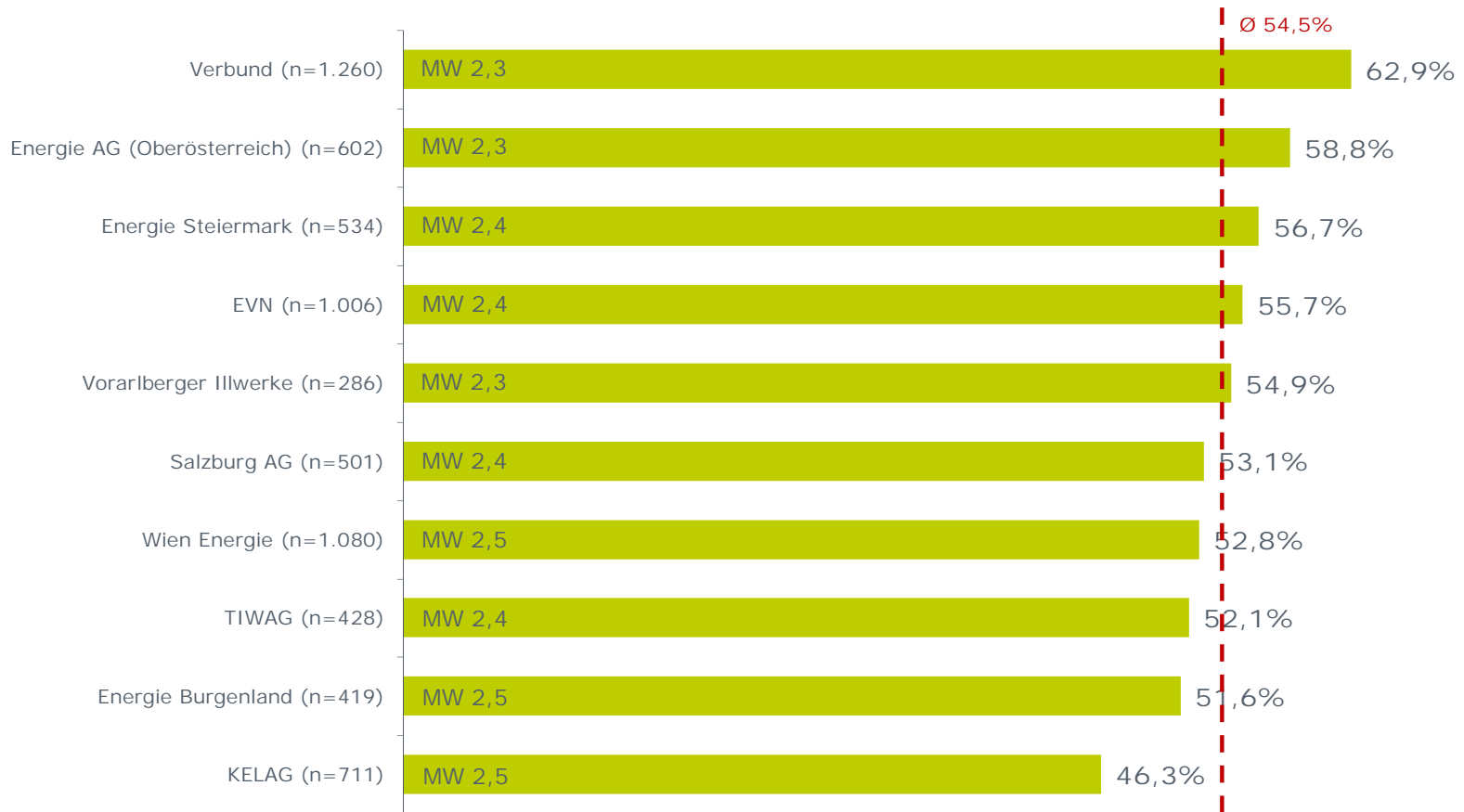
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Energieversorgung“ :

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Bereich "Energieversorgung" als glaubwürdig? [...]



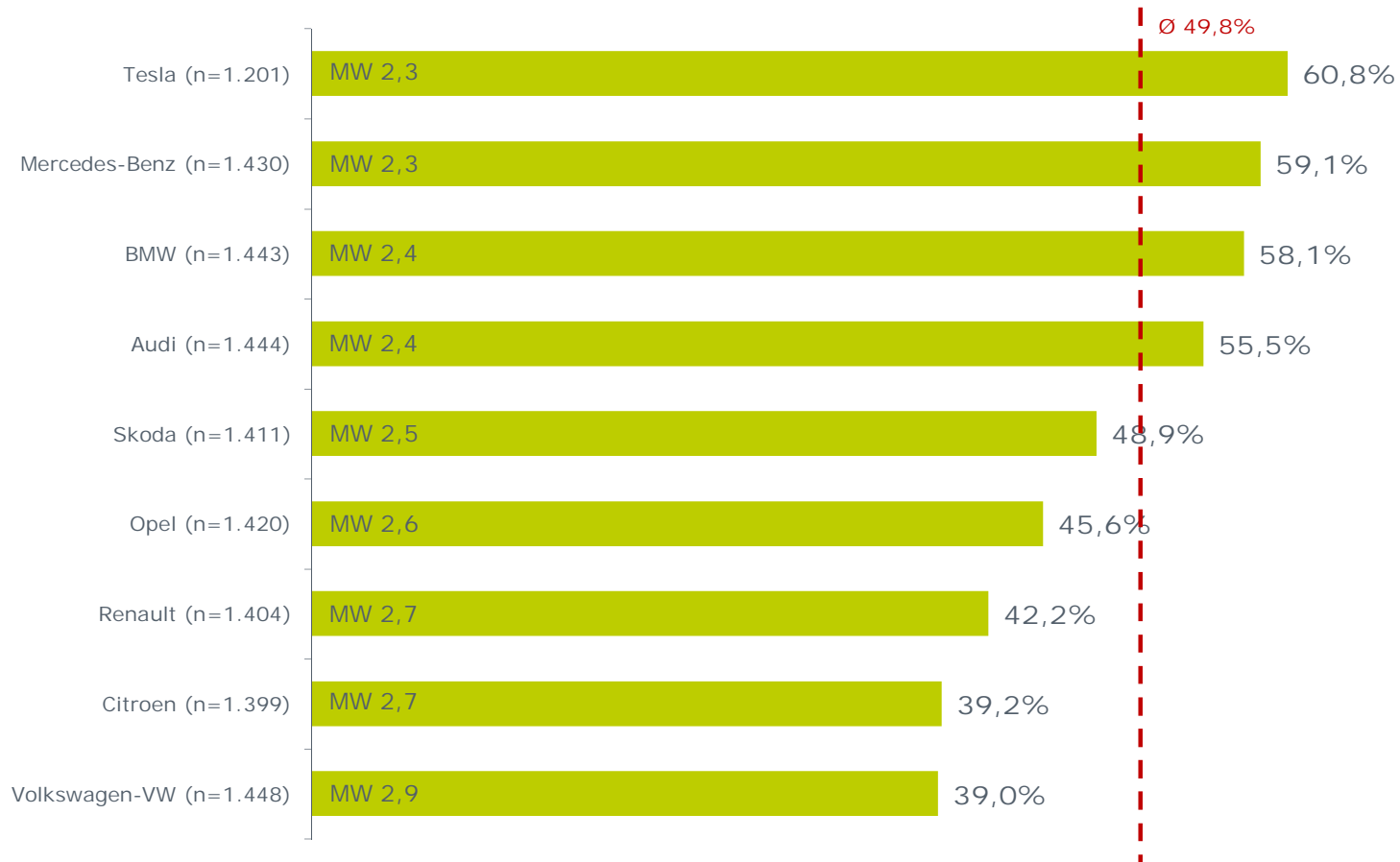
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Automobil/Verkehr“ :

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Bereich "Automobil/Verkehr" als glaubwürdig? [...]



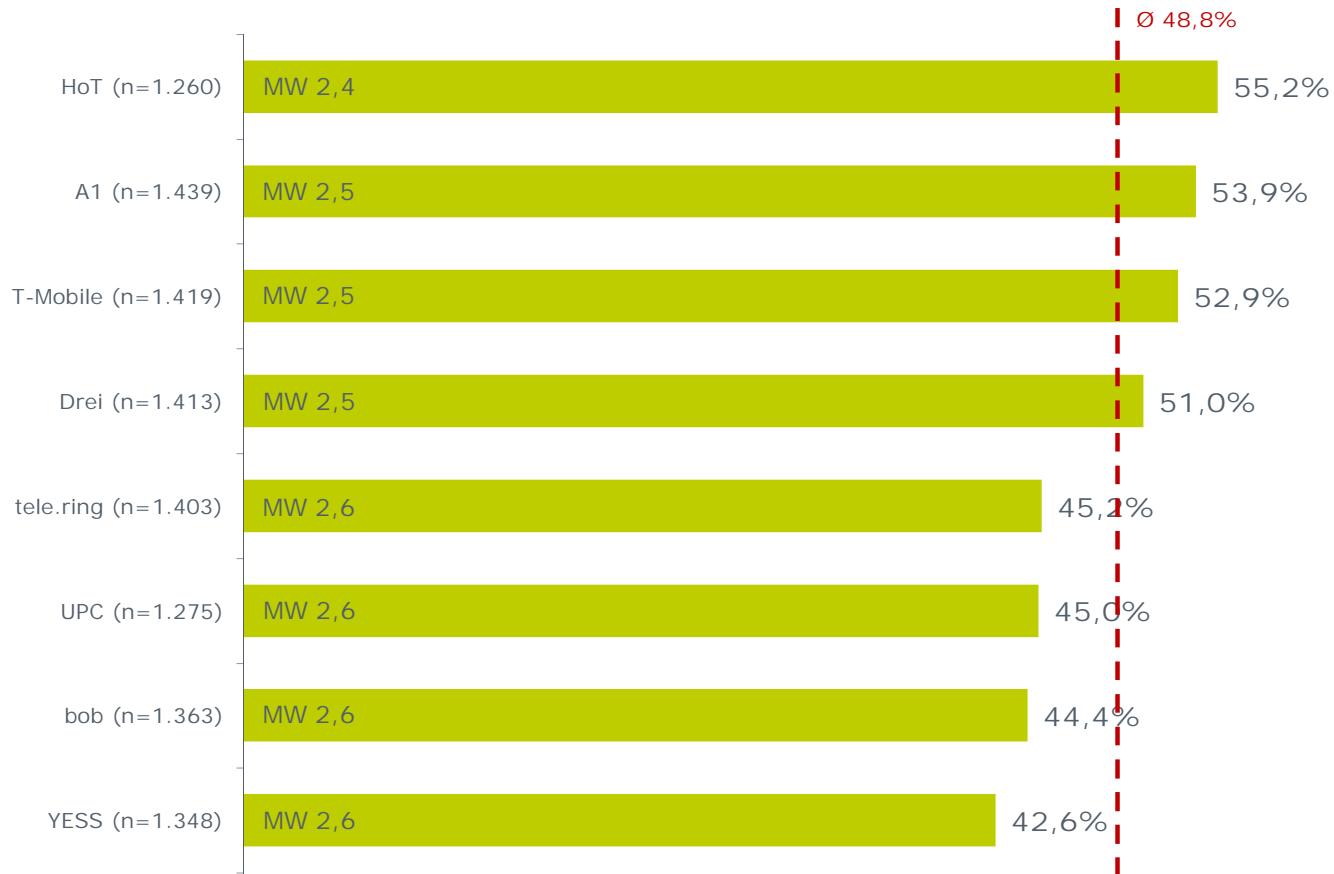
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen / Marken aus dem Bereich „Telekommunikation“ :

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen bzw. Marken aus dem Bereich "Telekommunikation" als glaubwürdig? [...]



klar.

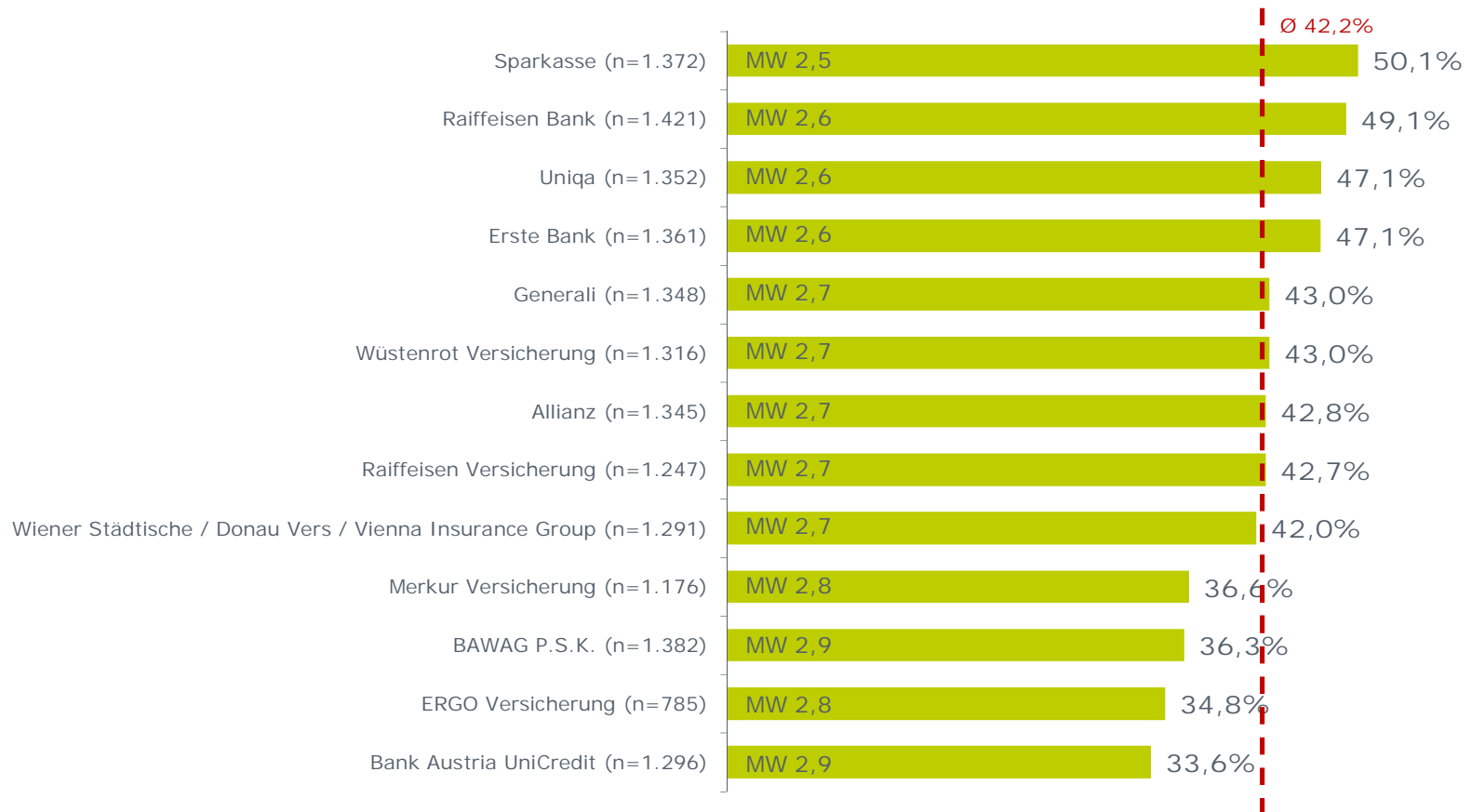
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Unternehmen aus dem Bereich „Finanzdienstleistungen/Versicherungen“:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Bereich "Finanzdienstleistungen/Versicherungen" als glaubwürdig? [...]



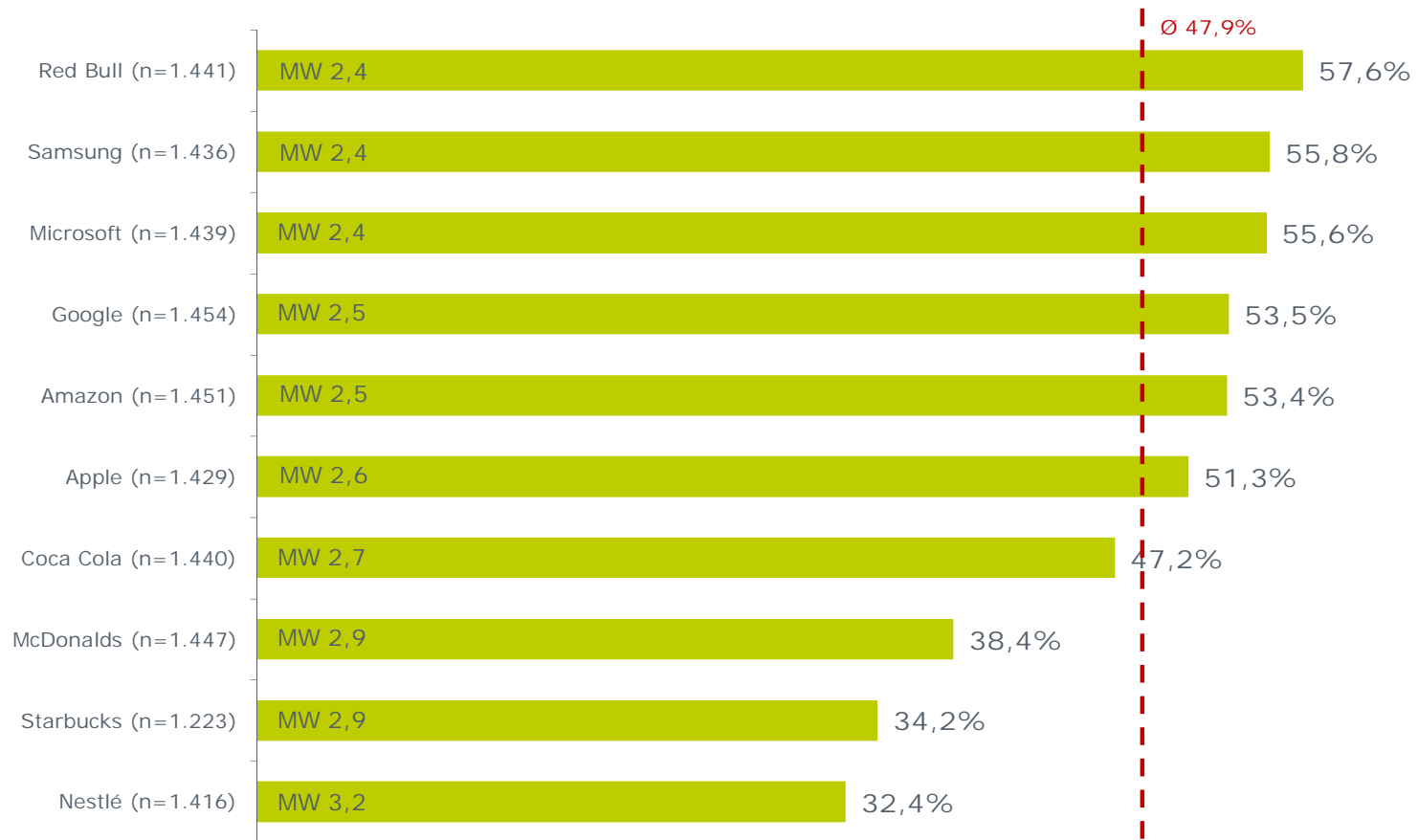
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender internationaler Unternehmen:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden internationalen Unternehmen als glaubwürdig? [...]



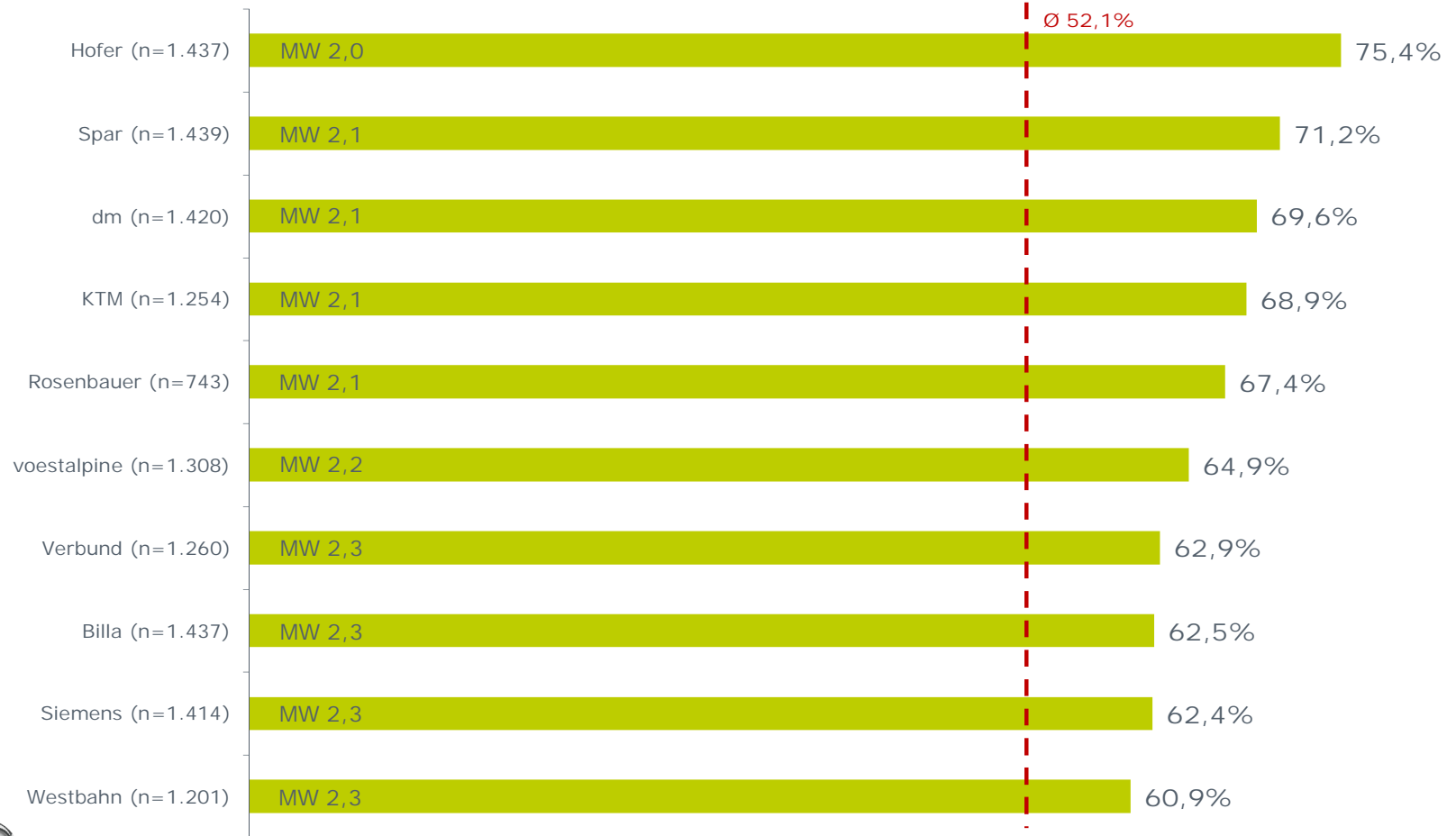
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Unternehmens-Ranking: [Top 10 von 73]

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie [...] als glaubwürdig?



klar.

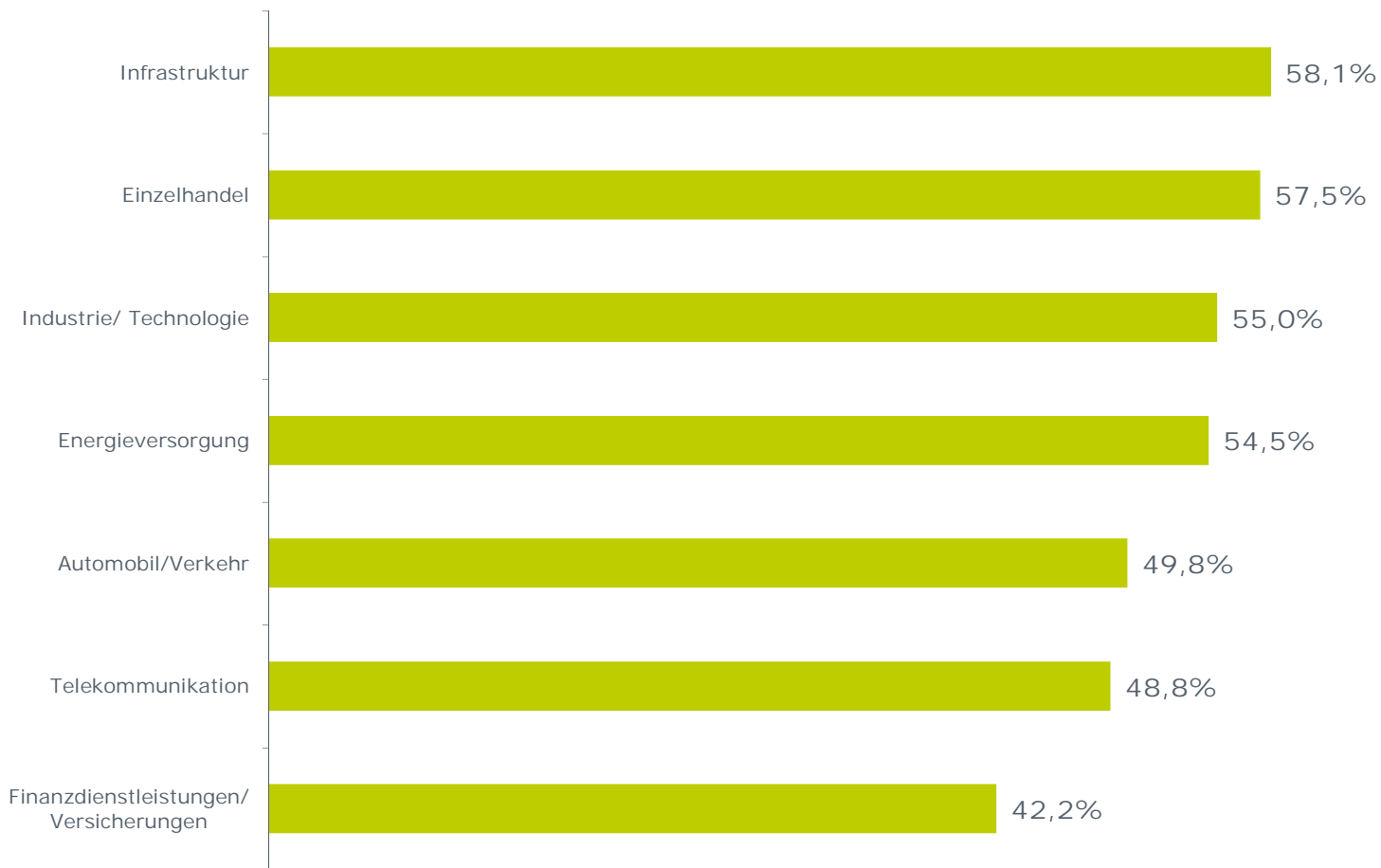
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Branchen-Ranking:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie [...] als glaubwürdig?



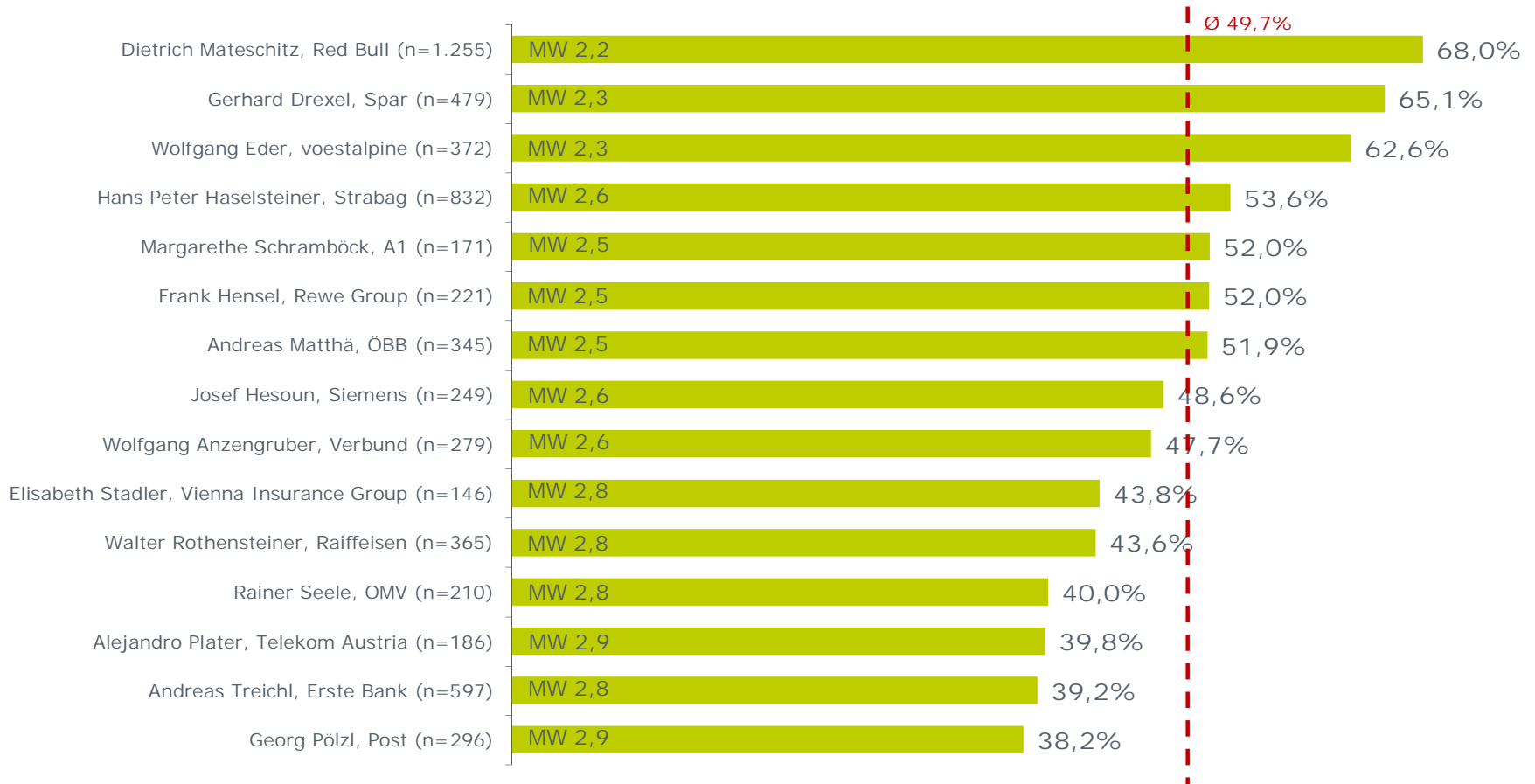
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender CEOs:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden GeschäftsführerInnen, GeneraldirektorInnen und Vorstandsvorsitzenden als glaubwürdig? [...]



klar.

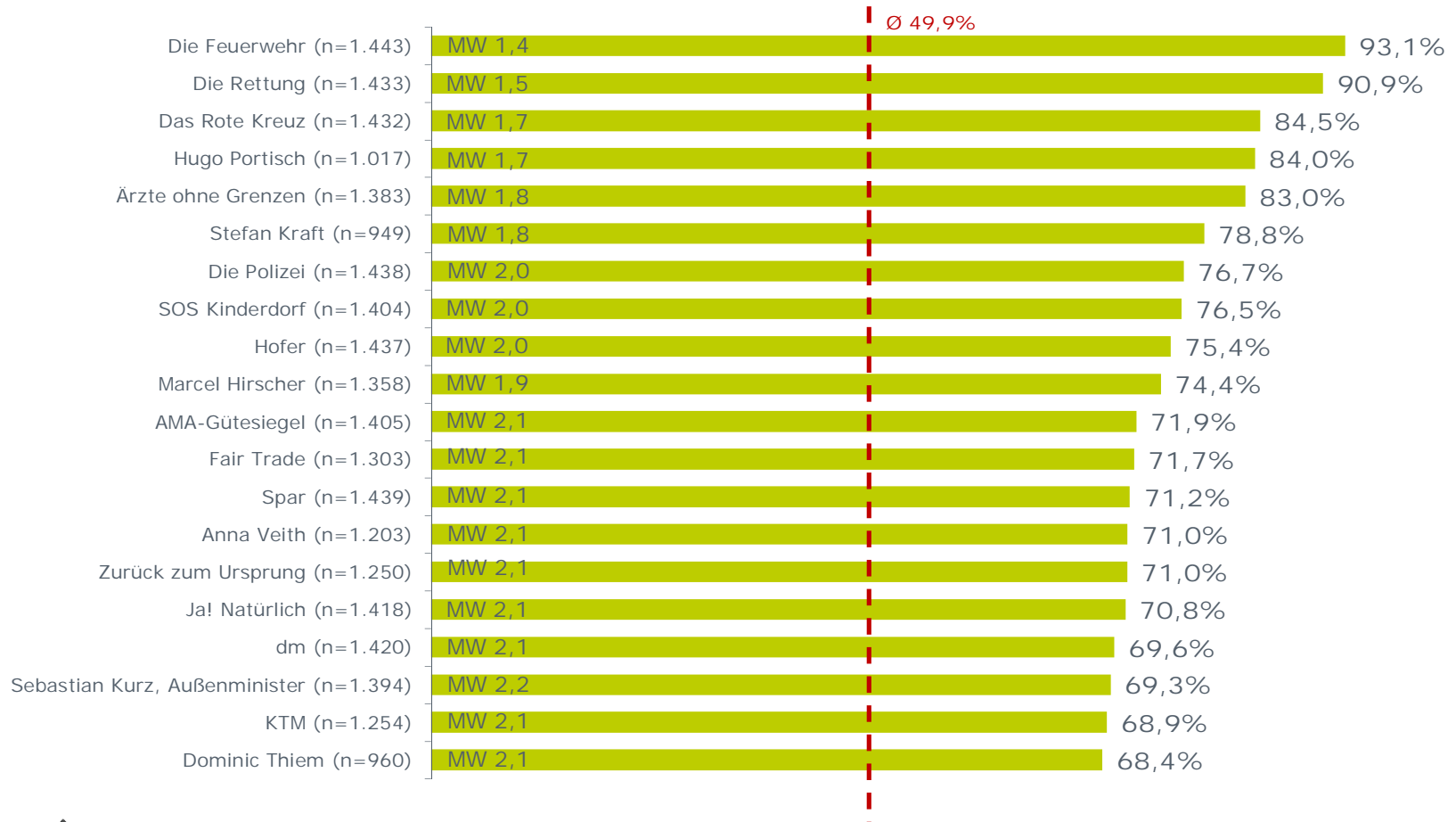
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Gesamt-Ranking: [Top 20 von 247]

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie [...] als glaubwürdig?



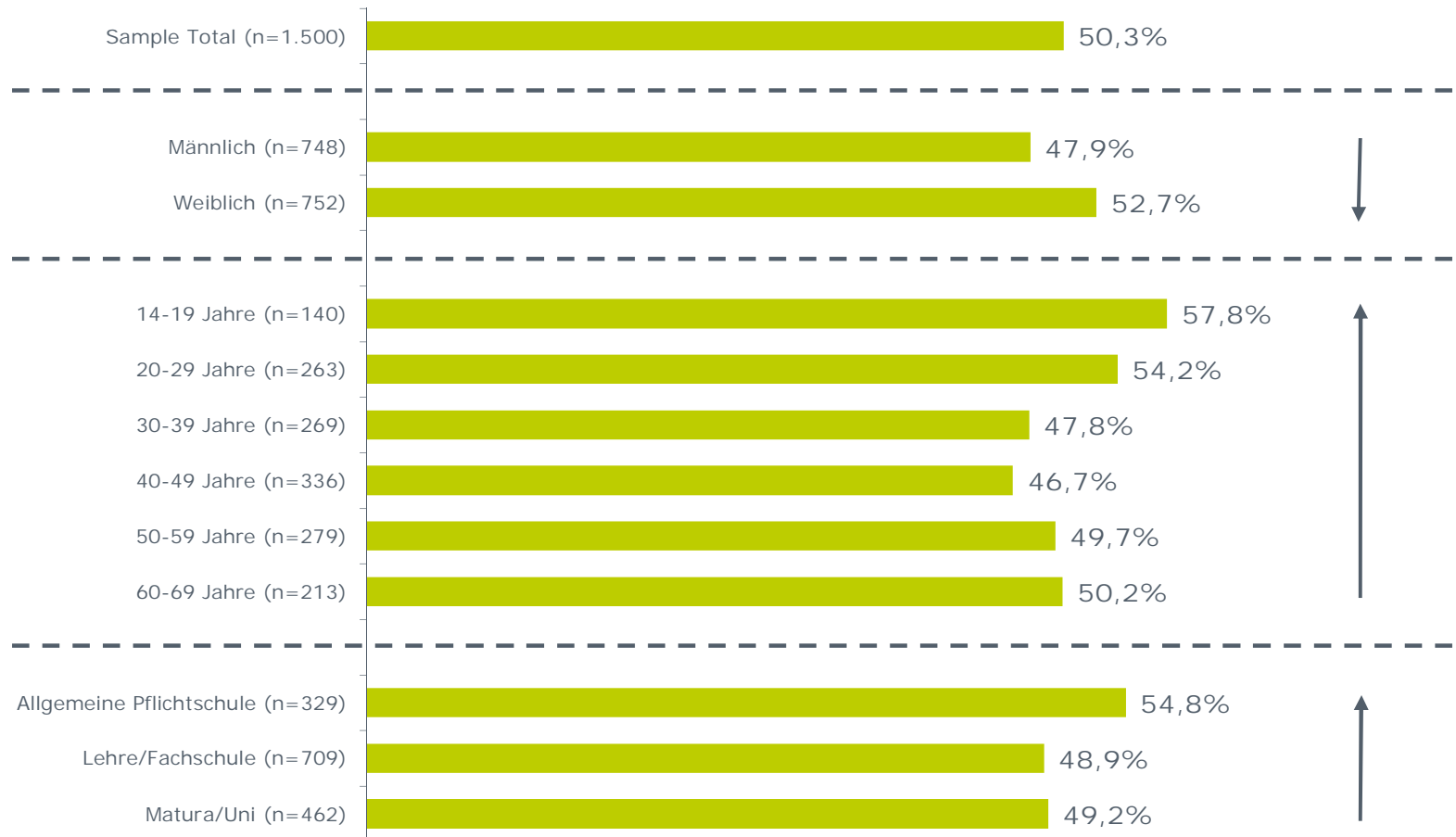
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Frauen, jüngere Respondenten und Pflichtschul-Absolventen bewerten häufiger mit „sehr bzw. eher glaubwürdig“!

Anteil der "sehr/ eher glaubwürdig"-Bewertungen (in %)



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Part
Medien

Glaubwürdigkeit im Detail



klar.

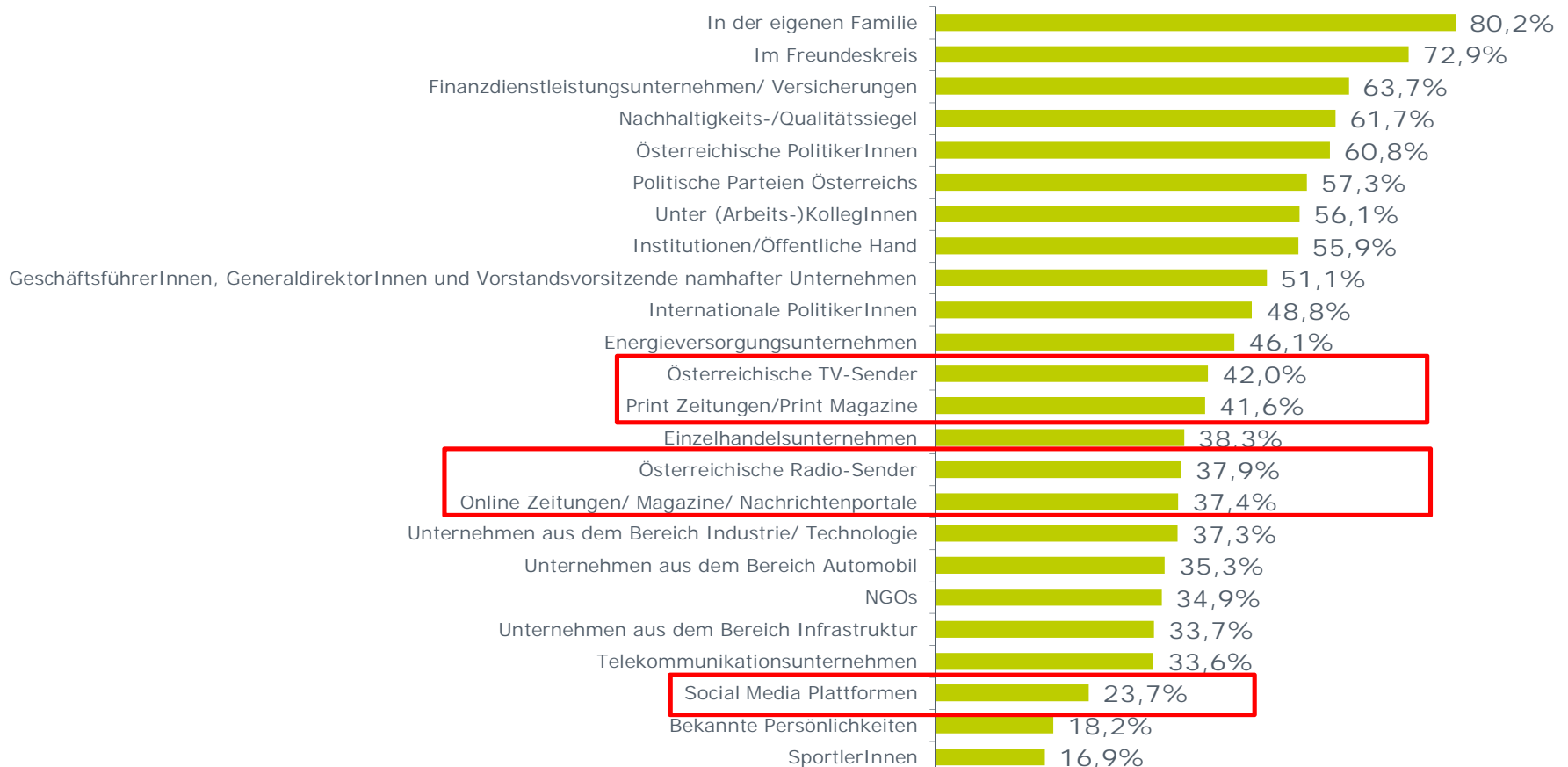
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Bereiche, in denen Glaubwürdigkeit besonders wichtig ist:

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)



[...] Inwieweit ist Ihnen Glaubwürdigkeit in den folgenden Bereichen wichtig? (n=1.500)



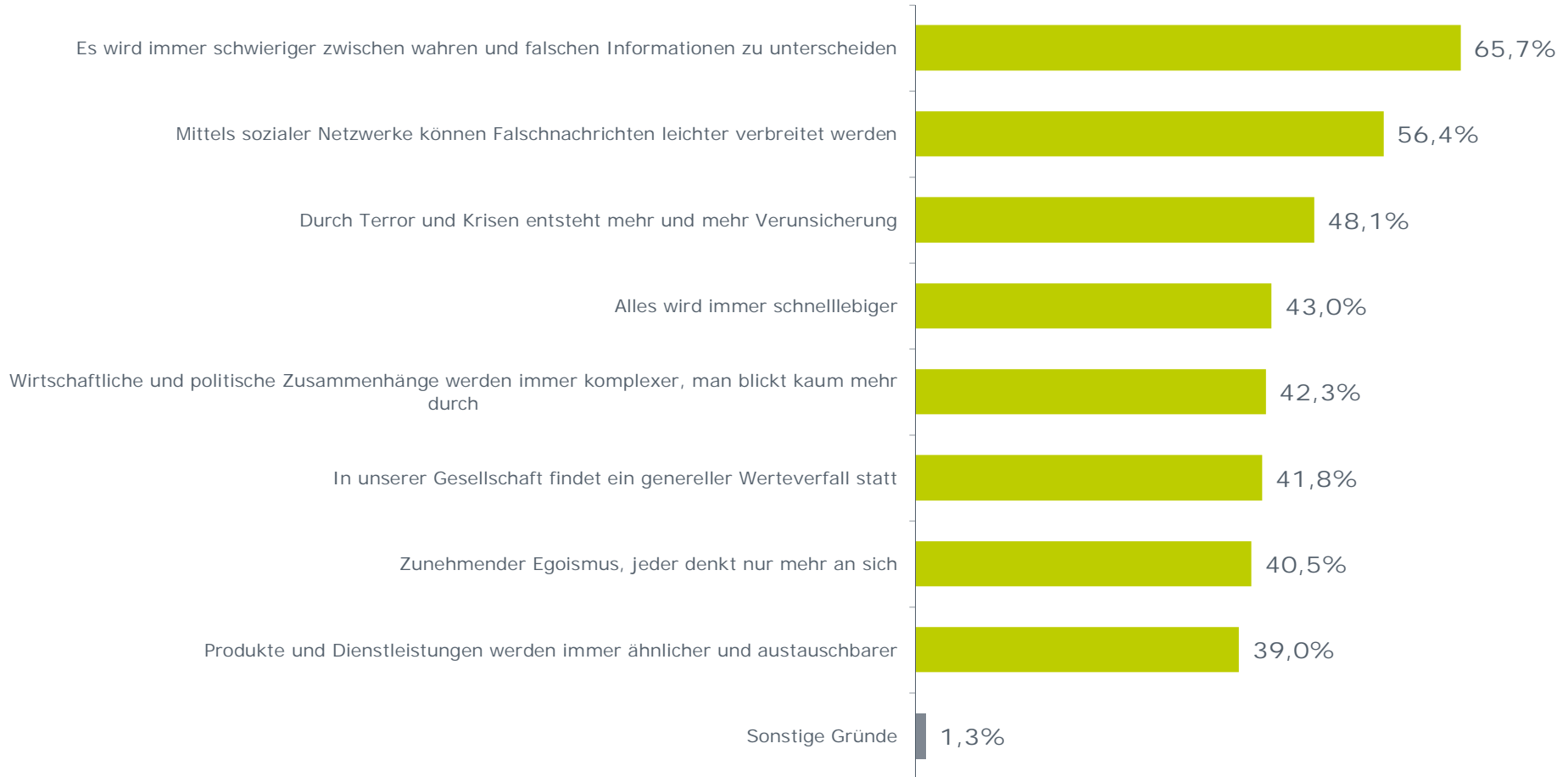
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Gründe, warum Glaubwürdigkeit an Bedeutung gewinnen wird:



(Basis: Respondenten denken, dass Glaubwürdigkeit auf jeden Fall/ eher an Bedeutung gewinnen wird)

Warum wird Glaubwürdigkeit in Zukunft wichtiger werden? (n=861)



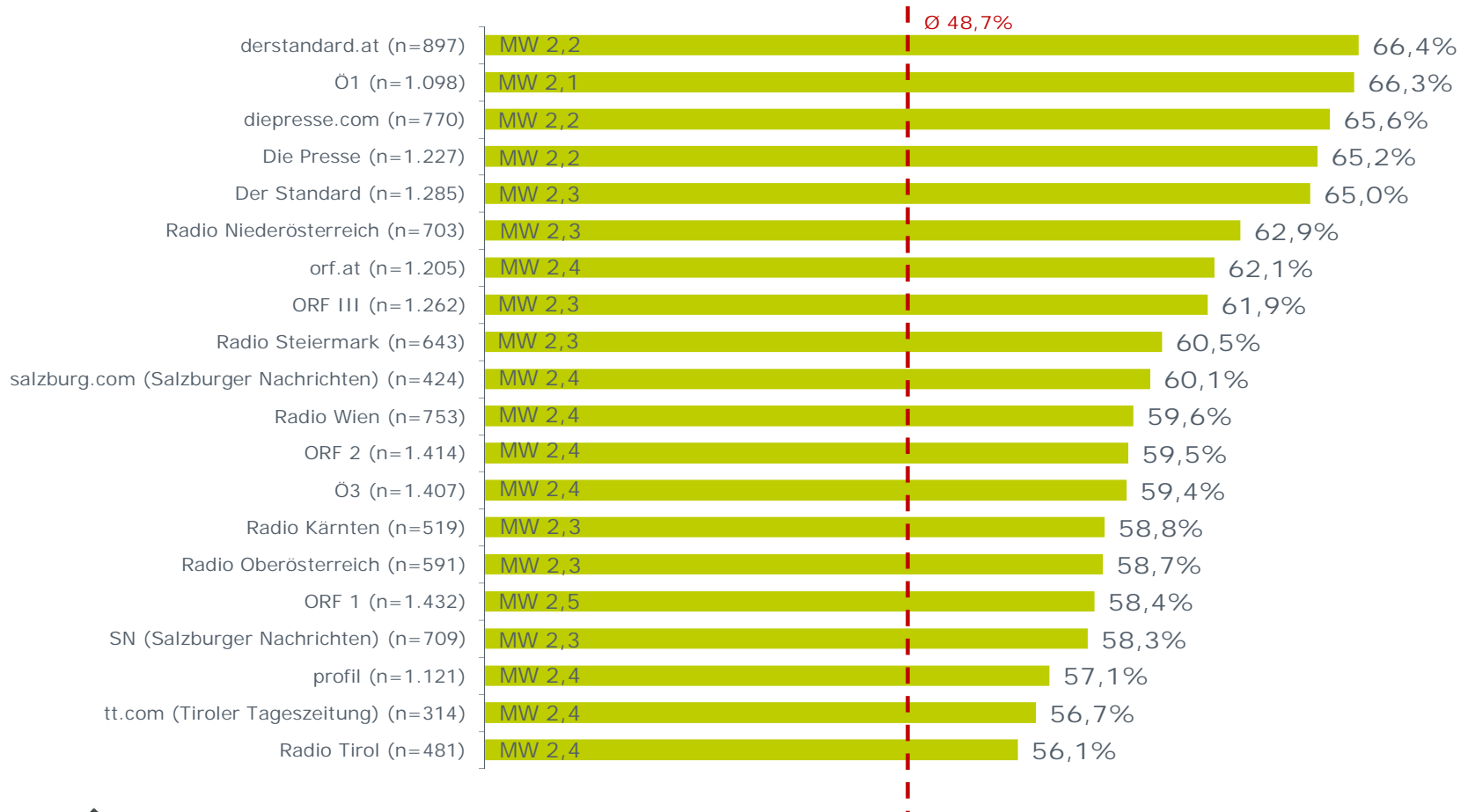
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Medien-Ranking: [Top 20 von 60]

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie [...] als glaubwürdig?



klar.

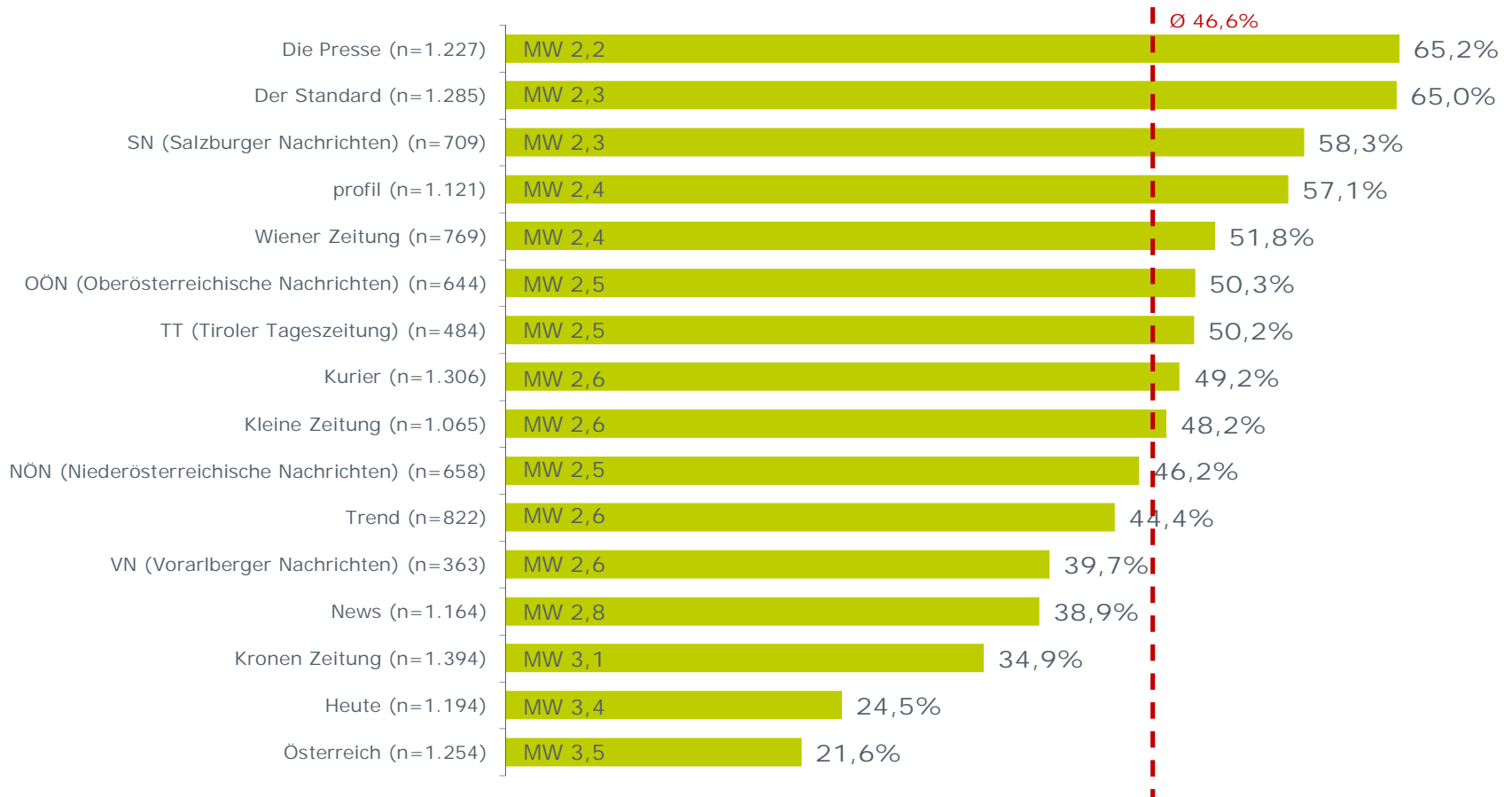
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Zeitungen/Magazine (Print):

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Zeitungen bzw. Magazine als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



klar.

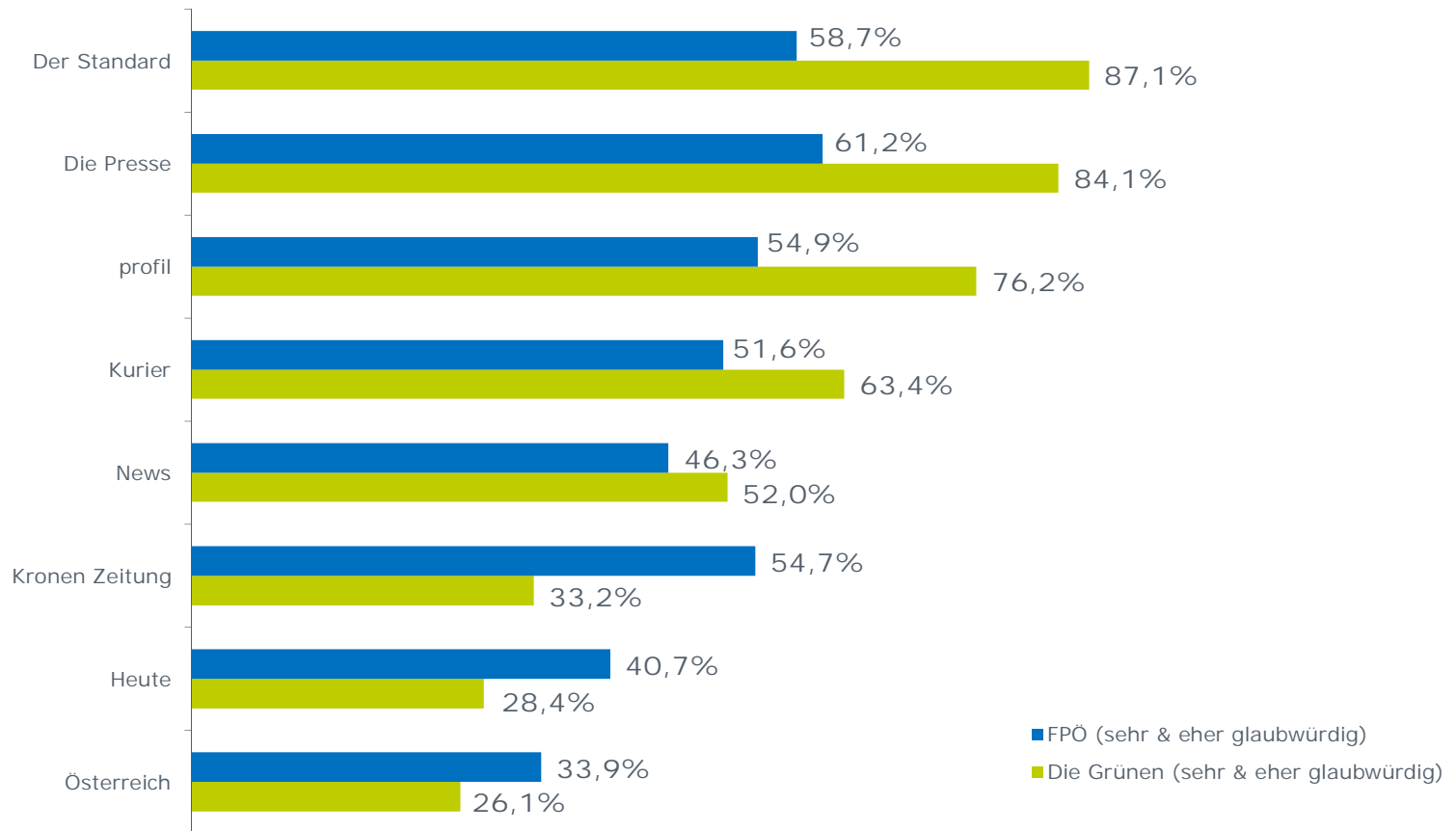
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Zeitungen/Magazine (Print):

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Zeitungen bzw. Magazine als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Zeitungen/Magazine (Print):

| Ausbildungsniveau Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung) | Pflichtschule | Lehre/ Fachschule | Matura/ Universität |
|---|---------------|----------------------|------------------------|
| Die Presse (n=1.227) | 62,9% | 61,8% | 71,4% |
| Der Standard (n=1.285) | 62,7% | 60,1% | 73,6% |
| profil (n=1.121) | 52,5% | 55,5% | 61,7% |
| Wiener Zeitung (n=769) | 43,9% | 48,9% | 60,4% |
| News (n=1.164) | 49,2% | 39,5% | 32,9% |
| Kronen Zeitung (n=1.394) | 41,6% | 38,0% | 25,8% |
| Heute (n=1.194) | 37,9% | 26,1% | 13,0% |
| Österreich (n=1.254) | 39,8% | 22,0% | 9,5% |

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Zeitungen bzw. Magazine als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



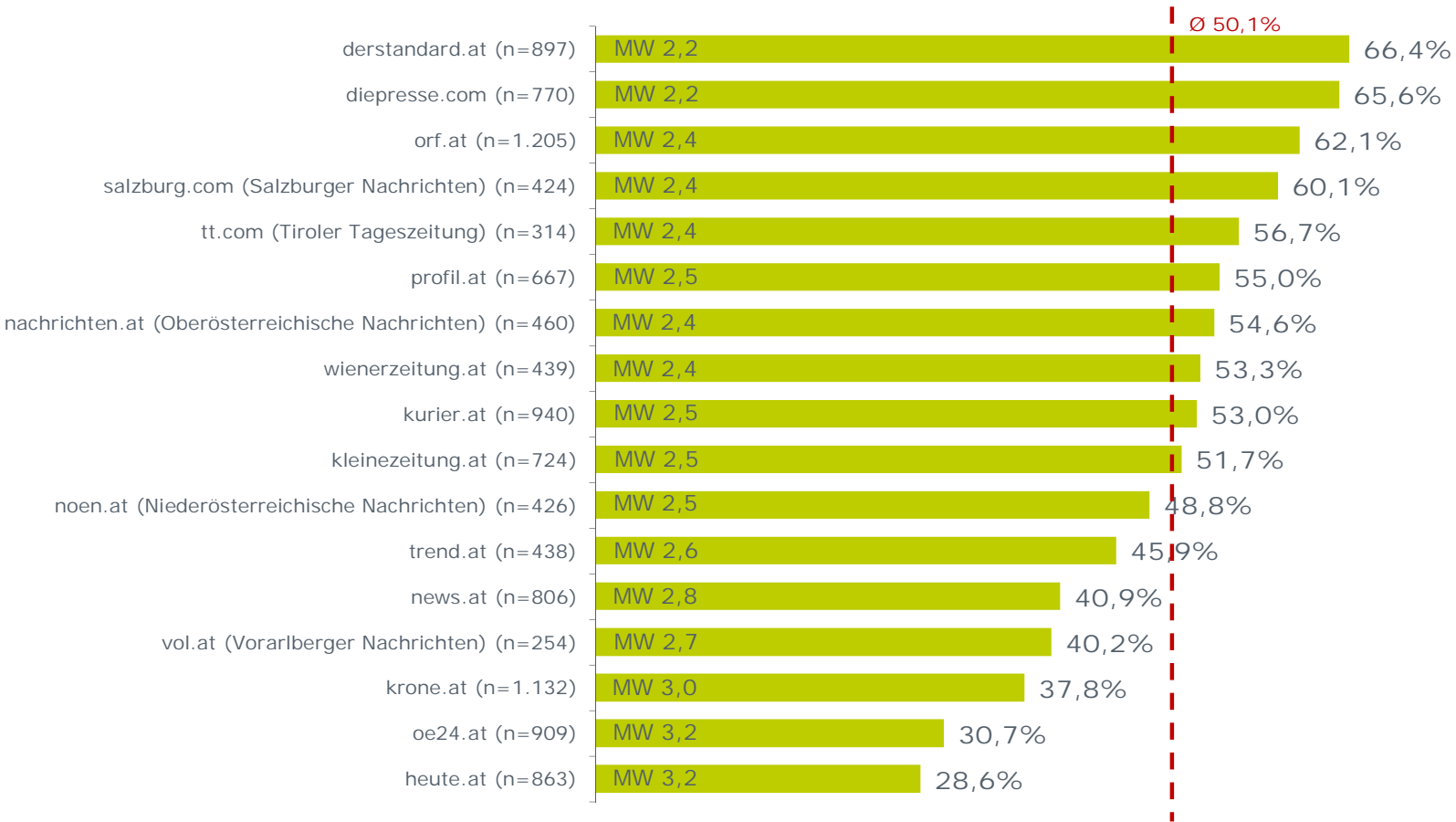
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Zeitungen/Magazine/Nachrichtenportale (Online):

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)

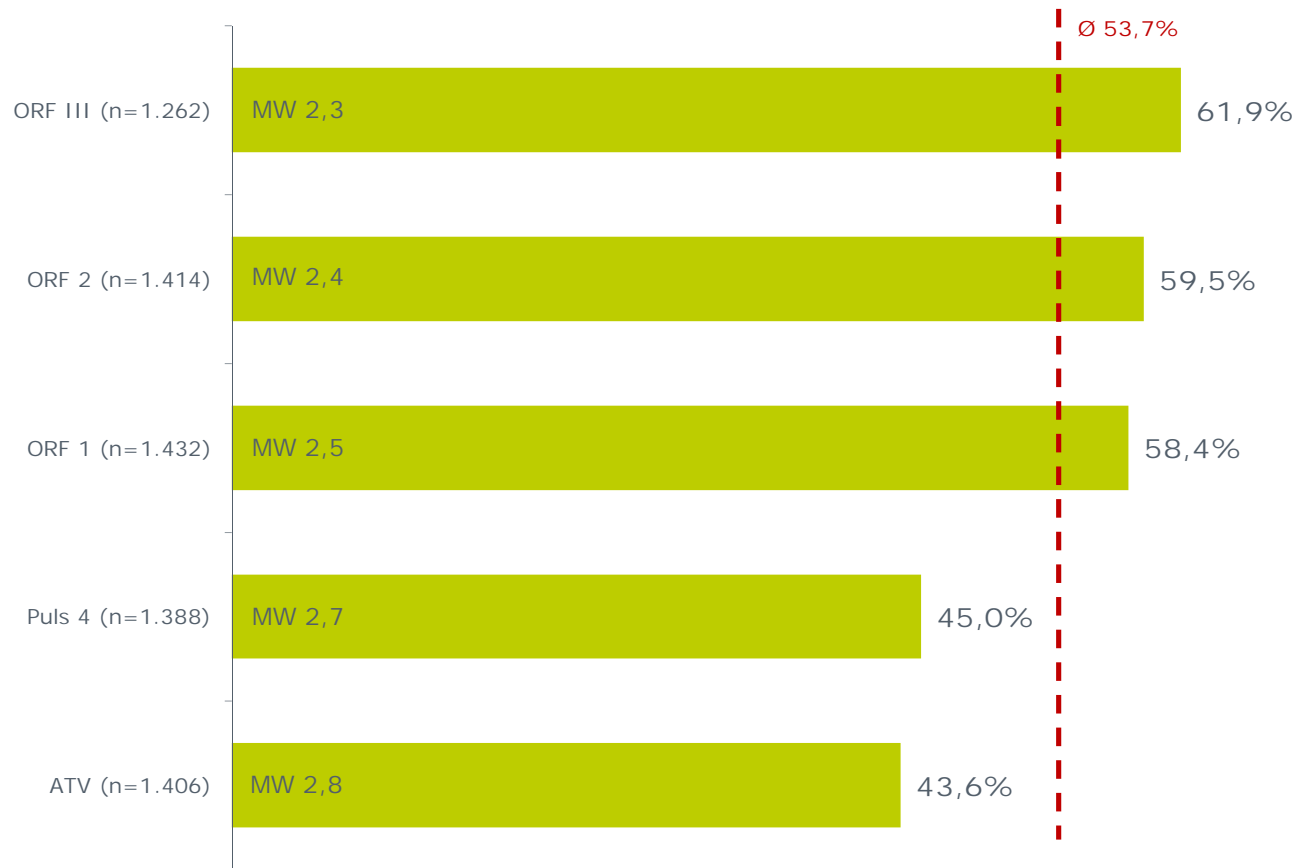


Inwieweit empfinden Sie die folgenden Online Zeitungen/Magazine/Nachrichtenportale als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



Glaubwürdigkeit folgender TV-Sender:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden österreichischen TV-Sender als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



klar.

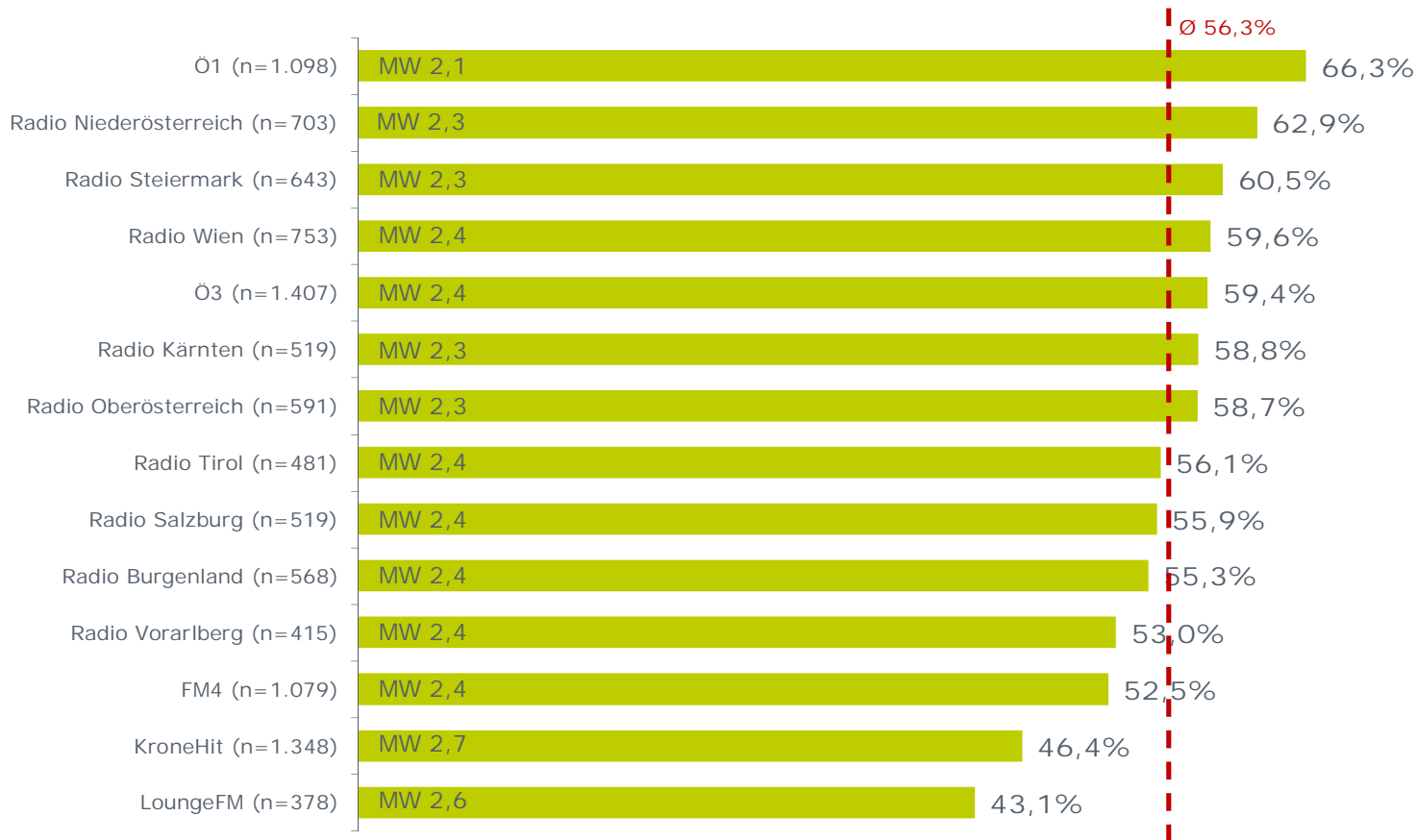
Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Radio-Sender:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden österreichischen Radio-Sender als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



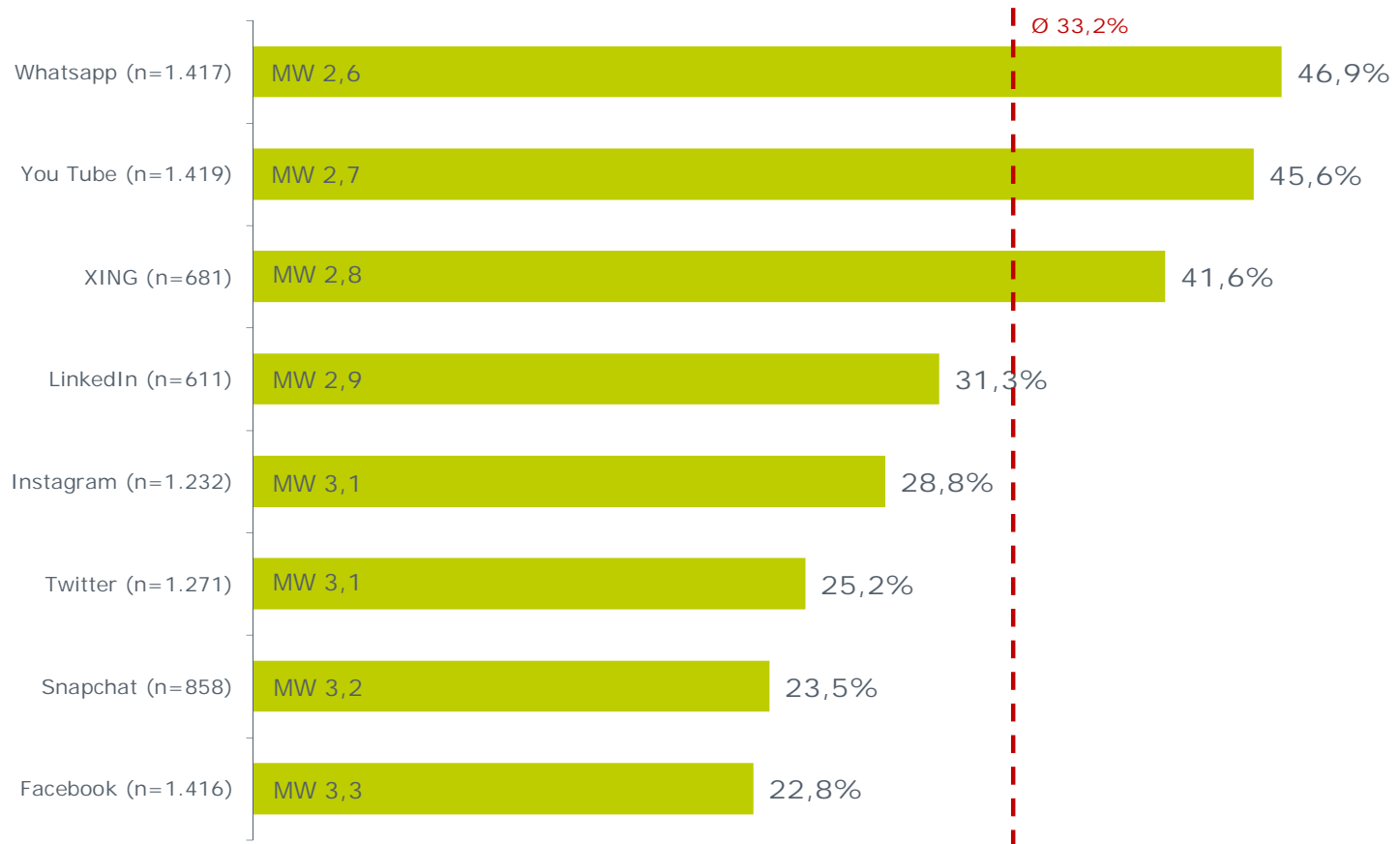
klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Glaubwürdigkeit folgender Social Media Plattformen:

Top-2-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" und "eher glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Social Media Plattformen als glaubwürdige Quellen für Informationen? [...]



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Schlussfolgerungen

- § Glaubwürdigkeit wird von den Österreicherinnen und Österreichern als ganz zentraler Wert für private und berufliche Entscheidungen gesehen.
- § Die Bedeutung von Glaubwürdigkeit wird weiter zunehmen, weil wir in einer komplexen und schnelllebigen Welt leben, in der es immer schwieriger wird, Zusammenhänge zu erkennen und zwischen wahren und falschen Informationen zu unterscheiden.
- § Dazu kommen Verunsicherung durch politische und gesellschaftliche Krisen und Umbrüche und die Einschätzung, dass viele Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher und austauschbarer werden.
- § Politik, Unternehmen und Organisationen sind gefordert, nachvollziehbar und ehrlich zu agieren – und letztlich das zu tun, was man ankündigt.
- § Den Medien kommt eine besondere Rolle zu: Sie haben es in der Hand, durch sorgfältige Recherche und Berichterstattung zur Orientierung und zu mehr Klarheit beizutragen.
- § Glaubwürdigkeit ist die Grundlage für den Erfolg von Unternehmen und Organisationen – und eine Chance für erfolgreiche Kommunikation.



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung

Dr. Birgit Brandner

birgit.brandner@klar.net | www.klar.net

+43 664 922 77 87

Josefstädter Straße 7/18 | 1080 Wien

Mag. Thomas Schwabl

t.schwabl@marketagent.com | www.marketagent.com

+43 (0) 2252 – 909 009

Mühlgasse 59 | 2500 Baden



klar.

Strategie- und Kommunikationsberatung

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung