

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Österreichs Badeseen Monitor

Ergebnis-  
Abriss

Juli 2015



## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n=1.028 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 24.06.2015 – 08.07.2015
- **Screening:** Alter, Land, Besuch von Badeseen bzw. Naturbädern in den letzten 3 Jahren, Bekanntheit von zumindest einem der genannten Badeseen
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 40 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



## Badeseen im Test:

---

- Achensee
- Altausseer See
- Alte Donau
- Attersee
- Bodensee
- Faaker See
- Fuschlsee
- Grundlsee
- Hallstätter See
- Klopeiner See
- Mattsee
- Millstätter See
- Mondsee
- Neufelder See
- Neusiedler See
- Ossiacher See
- Pichlinger See
- Stubenbergsee
- Traunsee
- Wallersee
- Weißensee
- Wolfgangsee
- Wörthersee
- Zeller See



## Erkenntnisinhalte:

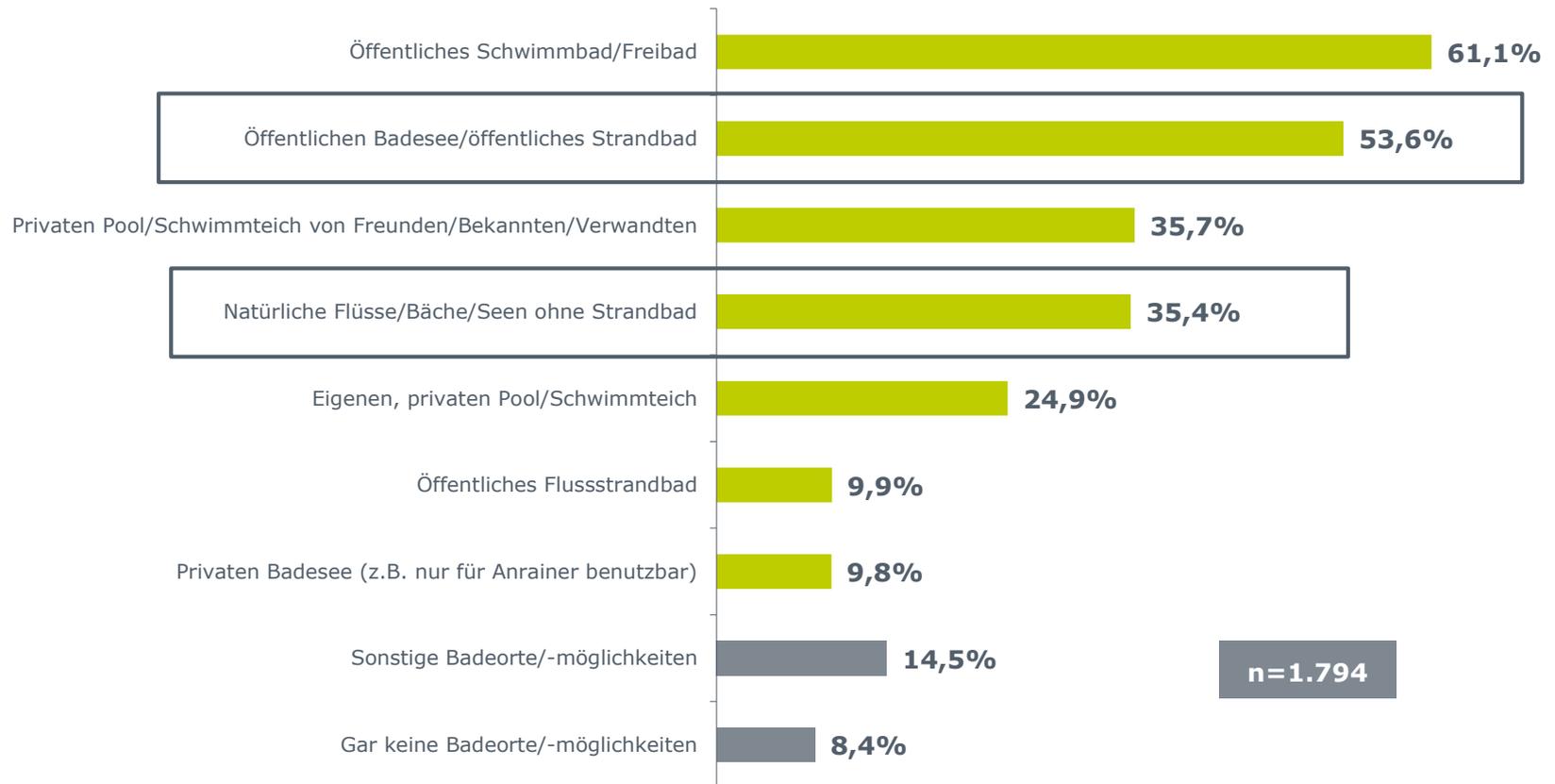
---

- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Badeseen in Österreich
- **Besuch** der Badeseen und **Art des Besuches** (Urlaub, Ausflug)
- **Imagebewertung** der Badeseen (angenehmes Publikum, familienfreundlich, partytauglich, saubere Badeanlage, hohe Sicherheit, einzigartig, natürliche Gestaltung, exklusiv, erholsame Atmosphäre, gute Wasserqualität, gut mit dem PKW erreichbar, ausreichend Besucherparkplätze vorhanden, gutes gastronomisches Angebot, Umkleidekabinen/Toilettenanlagen ausreichend vorhanden, spezielle wechselnde Aktivitäten bzw. Events, ausreichendes Angebot an sportlichen Aktivitäten, attraktive landschaftliche Umgebung, gutes Preis-/Leistungsverhältnis, angenehme Wassertemperatur)
- **Weiterempfehlung** der Badeseen und **Lieblings-Badesees**
- **Motive** für den Badesees-Besuch und **Wichtigkeit** der **Kriterien** bei Badeseen
- **Badesees vs. Meer** (Bevorzugung und Vorteile des Badesees gegenüber Meer)
- Bewertung der **Wassertemperatur**
- **Unarten** der Badegäste und **Bademode** (Trageanzahl und Kriterien)



# Jeder Zweite hat in den letzten 3 Jahren Badeseen besucht, jeder Dritte Naturbäder.

## In den letzten 3 Jahren genutzte Badeorte/-möglichkeiten



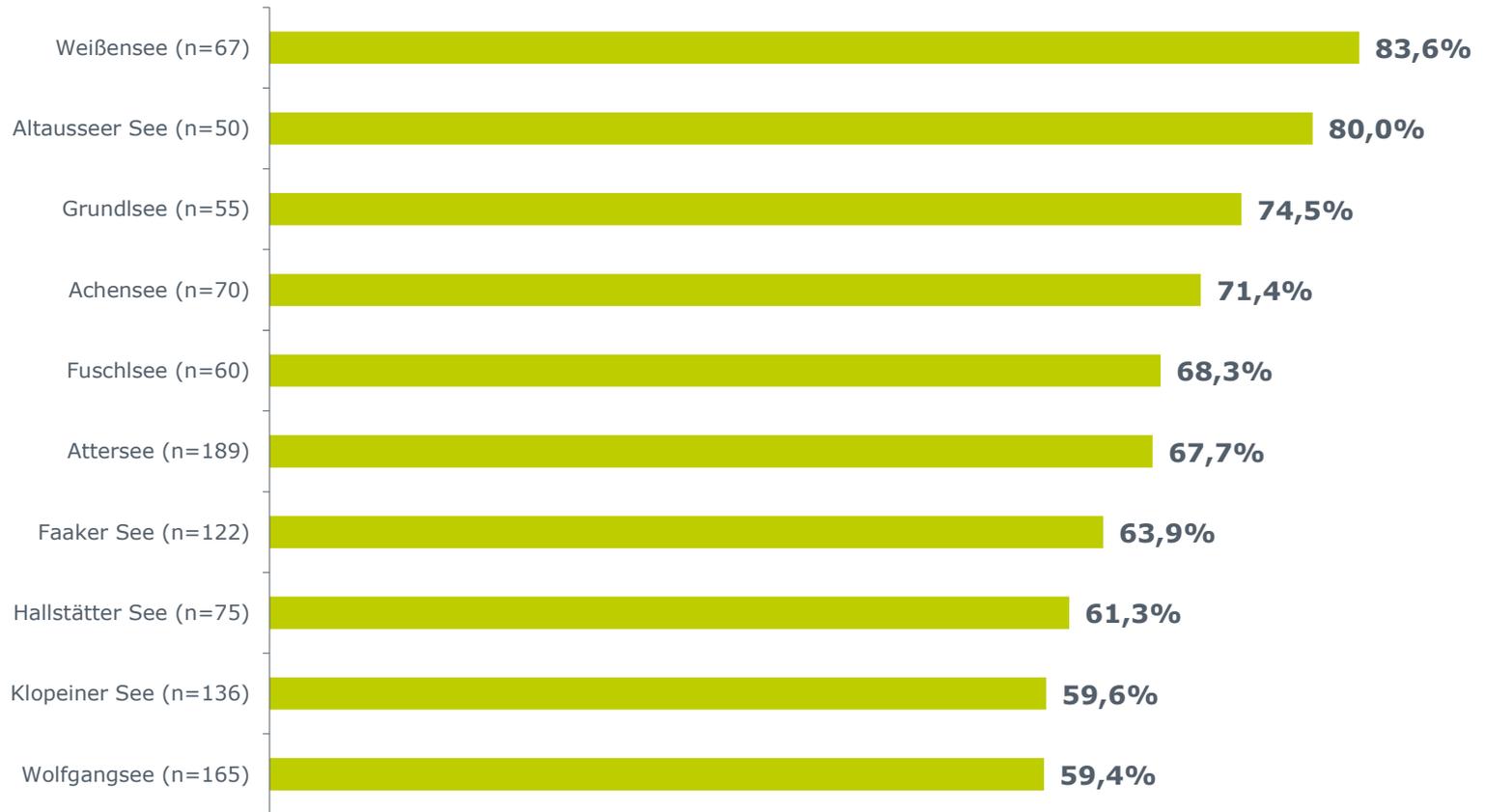
(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und leben in Österreich)

**[...] Welche der folgenden Badeorte/-möglichkeiten in Österreich haben Sie in den letzten 3 Jahren aufgesucht?**



# Die 10 (von 24) Badeseen mit der besten Wasserqualität:

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



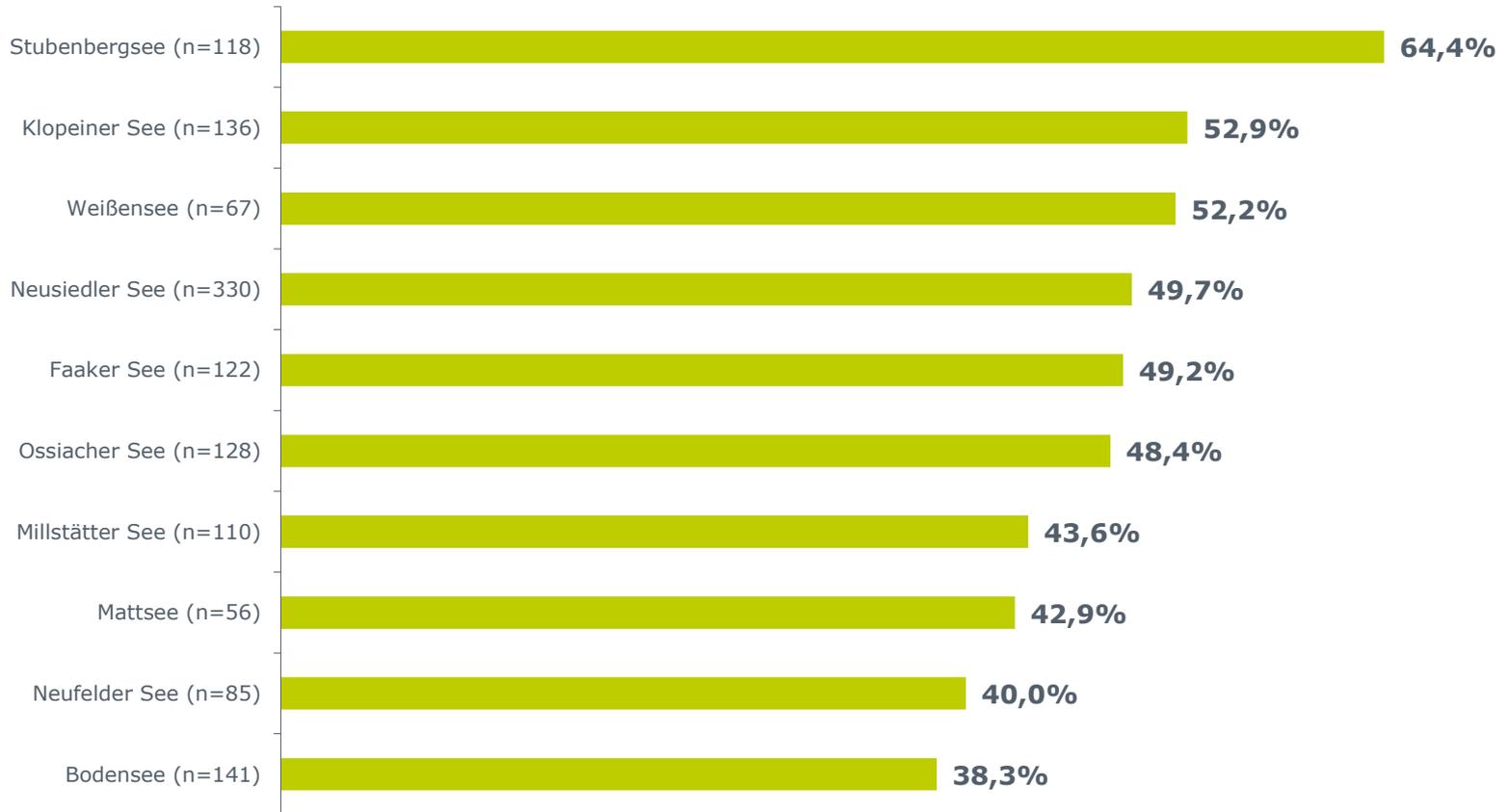
(Basis: Respondenten haben die jeweiligen Badeseen in den letzten 3 Jahren besucht)

Wie würden Sie die Wasserqualität, z.B. Sauberkeit etc., der folgenden Badeseen beurteilen? [...]



# Der Stubenbergsee ist am familienfreundlichsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr familienfreundlich" (5-stufige Skalierung) - Top 10 von 24



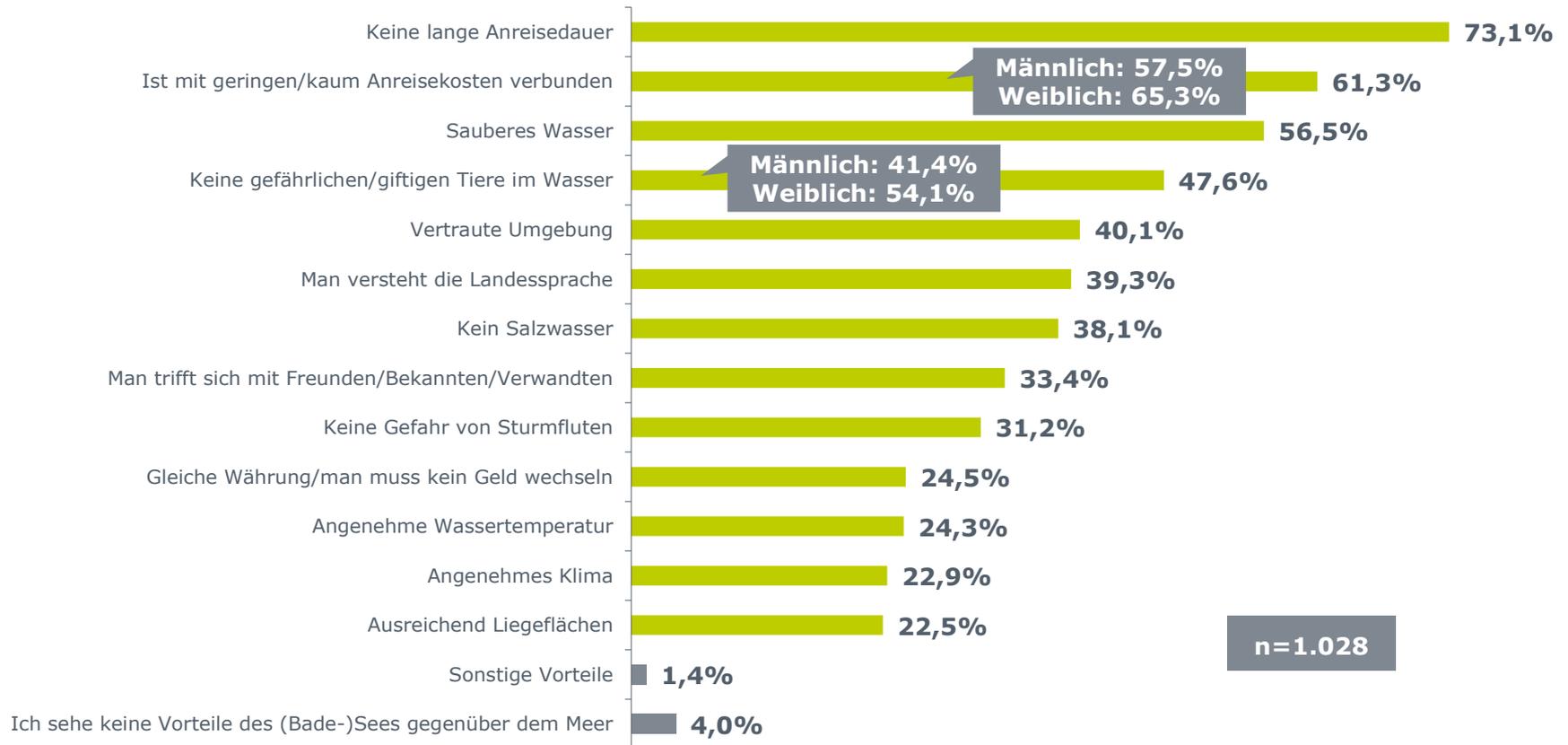
(Basis: Respondenten haben die jeweiligen Badeseen in den letzten 3 Jahren besucht)

Wie empfinden Sie die Familienfreundlichkeit der folgenden Badeseen? [...]



# Die Anreisedauer ist der größte Vorteil heimischer Badeseen gegenüber dem Meer.

## Vorteile eines Badesees in Österreich im Vergleich zum Meer

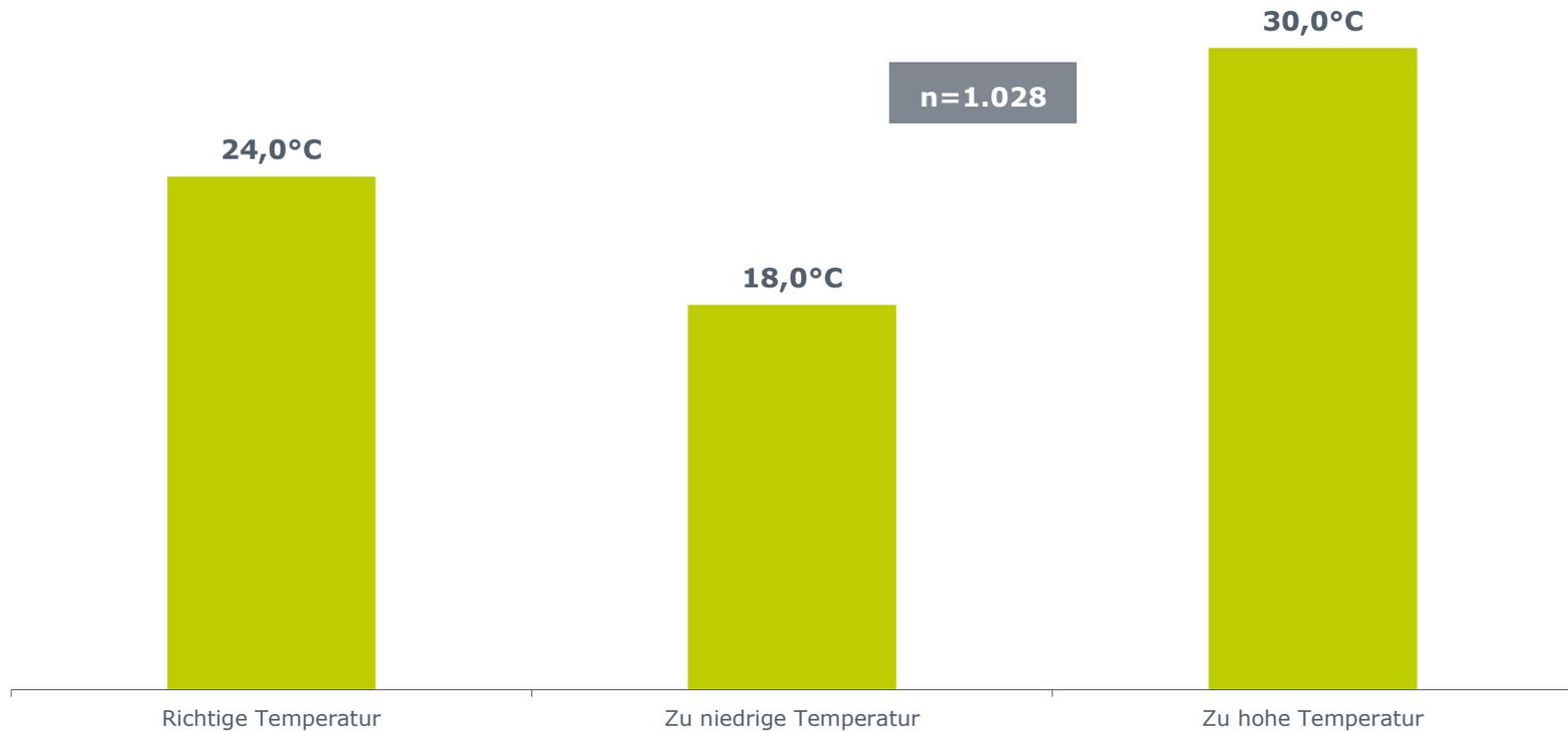


(Basis: Respondenten haben zumindest einen der genannten Badeseen in den letzten 3 Jahren besucht)

**Wenn Sie nun den (Bade-)See in Österreich mit dem Meer im Ausland vergleichen: Was spricht Ihrer Meinung nach für einen (Bade-)See in Österreich? [...]**



## Bevorzugte Wassertemperatur im Sommer (Median):



(Basis: Respondenten haben in den letzten 3 Jahren zumindest einen Badesee im Rahmen eines Tagesausflugs und/ oder Urlaubs aufgesucht)

**Welche "Wassertemperatur" bevorzugen Sie persönlich im Sommer? [...]**



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 669.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Juli 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



# Das Online Access Panel von Marketagent.com

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.  
d.ertl@marketagent.com  
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59  
A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

