

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Tageszeitung Image Radar

Ergebnis-
Abriss

Mai 2014



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 = 2.017 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 28.04.2014 – 12.05.2014
- **Screening:** Alter, Bekanntheit von zumindest einer der genannten Tageszeitungen
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 52 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Tageszeitungen im Test:

- Der Standard
- Die Presse
- Heute
- Kleine Zeitung
- Kronen Zeitung
- Kurier
- Neue Vorarlberger Tageszeitung*
- Neues Volksblatt*
- OÖ Nachrichten
- Österreich
- Salzburger Nachrichten
- Salzburger Volkszeitung*
- Tiroler Tageszeitung
- TT Kompakt*
- Vorarlberger Nachrichten
- Wiener Zeitung
- WirtschaftsBlatt



* Ausschließlich bei Archetypen-Bewertung berücksichtigt

Erkenntnisinhalte:

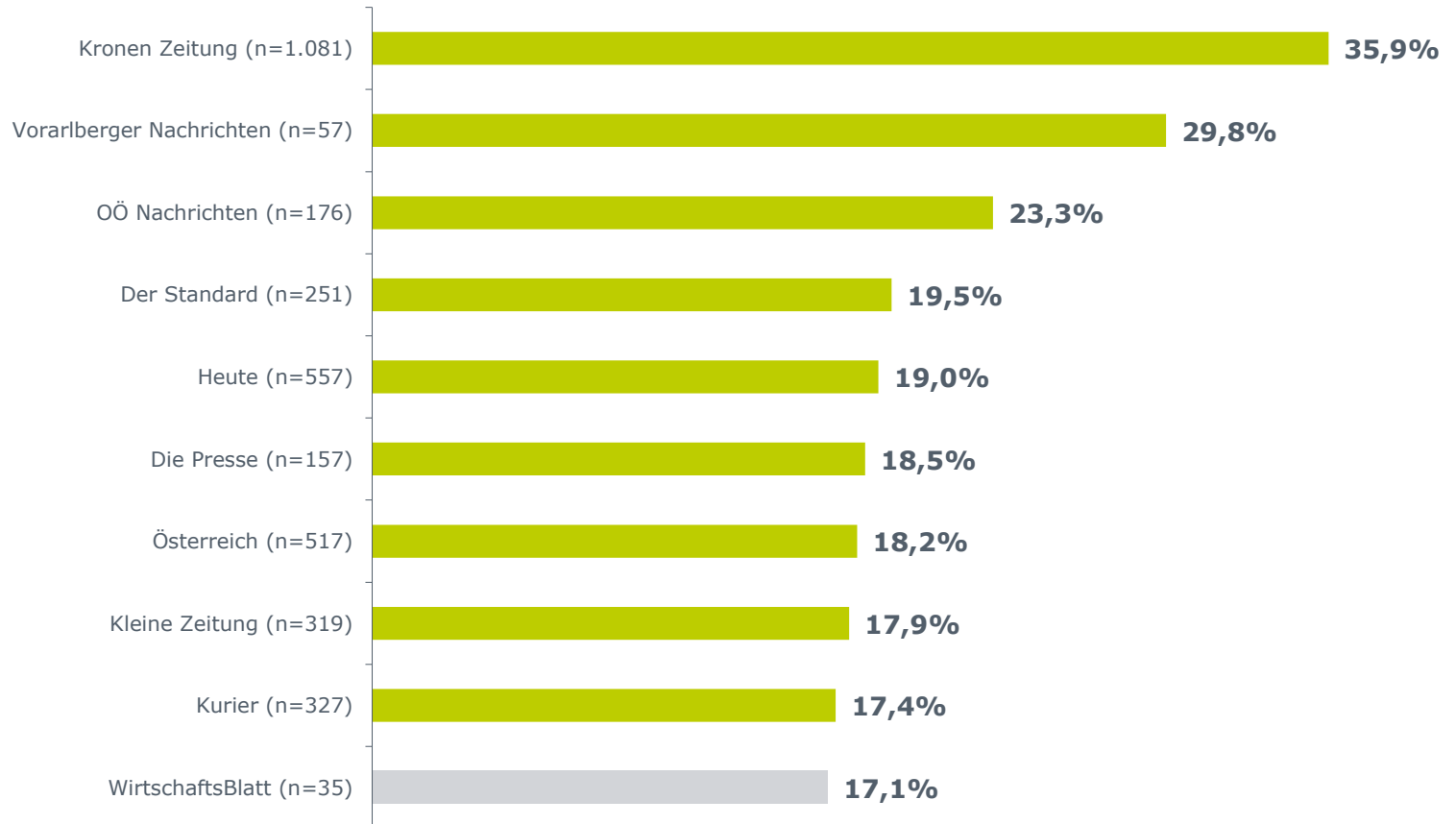
- **Spontane und gestützte Bekanntheit Tageszeitungen**
- **Leserkreis 7 Tage**
- **Abonnenten**
- **Imagebatterie-Bewertung** (*sympathisch, traditionsreich, Themenmix, originell, aktuell, informativ, unterhaltsam, glaubwürdig, modern, meinungsbildend, politisch beeinflusst, seriös, reißerisch, kompetent, verständlich, nüchtern, sachlich, ansprechend, innovativ, hebt sich positiv ab, würde man vermissen, Aufmachung, erfolgreich, Schreibstil, qualitative Recherche, cool, trendig*)
- **Gesamtimage**
- **Archetypen-Bewertung**



Die 10 (von 13) am stärksten meinungsbildenden Tageszeitungen:

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahren alt und haben die jeweiligen Tageszeitungen in den letzten 7 Tagen gelesen;
hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)

Top-Box: bewertet mit „stark meinungsbildend“ (5-stufige Skalierung)



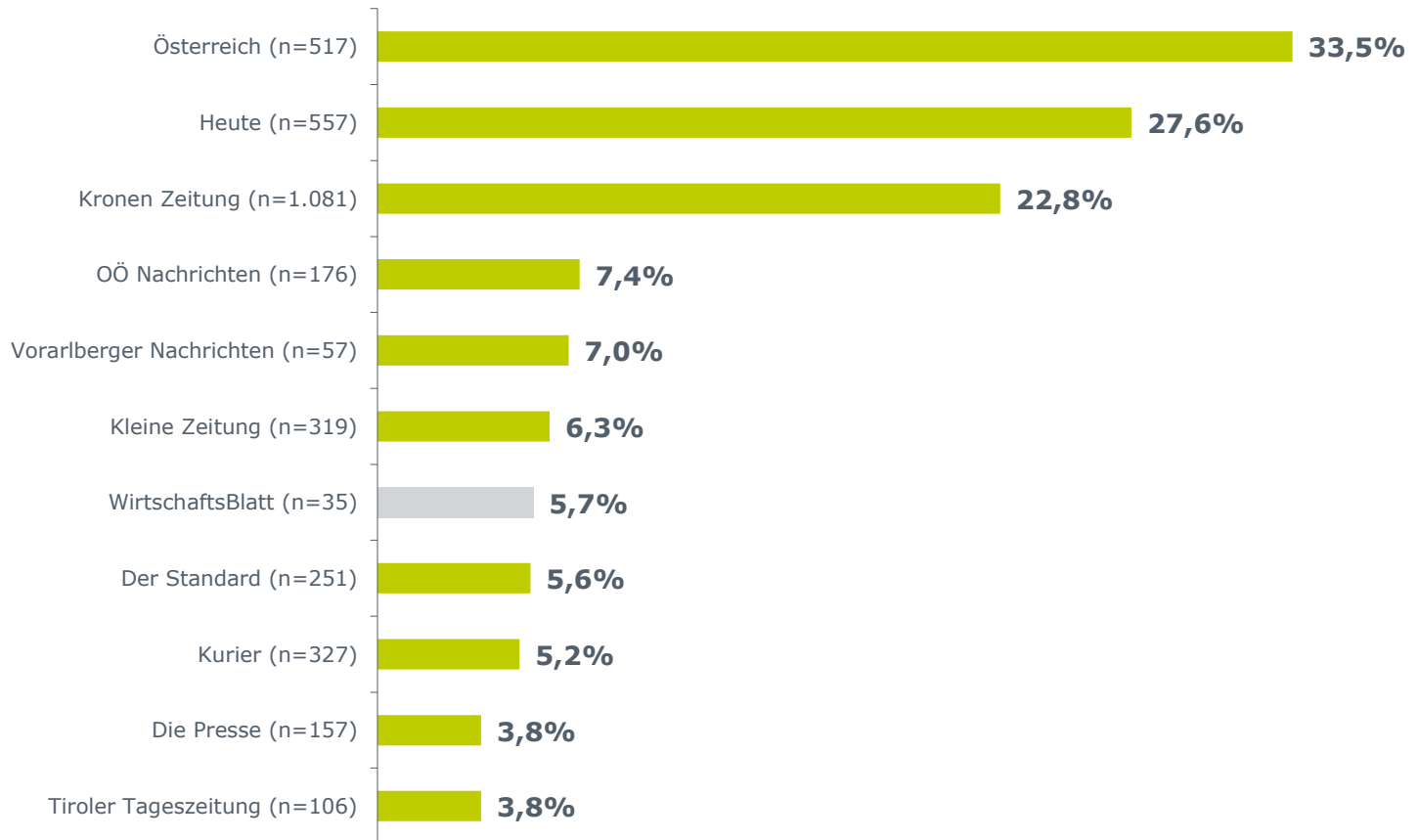
Inwieweit sind die folgenden Tageszeitungen Ihrer Meinung nach meinungsbildend? [...]



Die 11 (von 13) reißerischsten Tageszeitungen:

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahren alt und haben die jeweiligen Tageszeitungen in den letzten 7 Tagen gelesen;
hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)

Top-Box: bewertet mit „sehr reißerisch“ (5-stufige Skalierung)



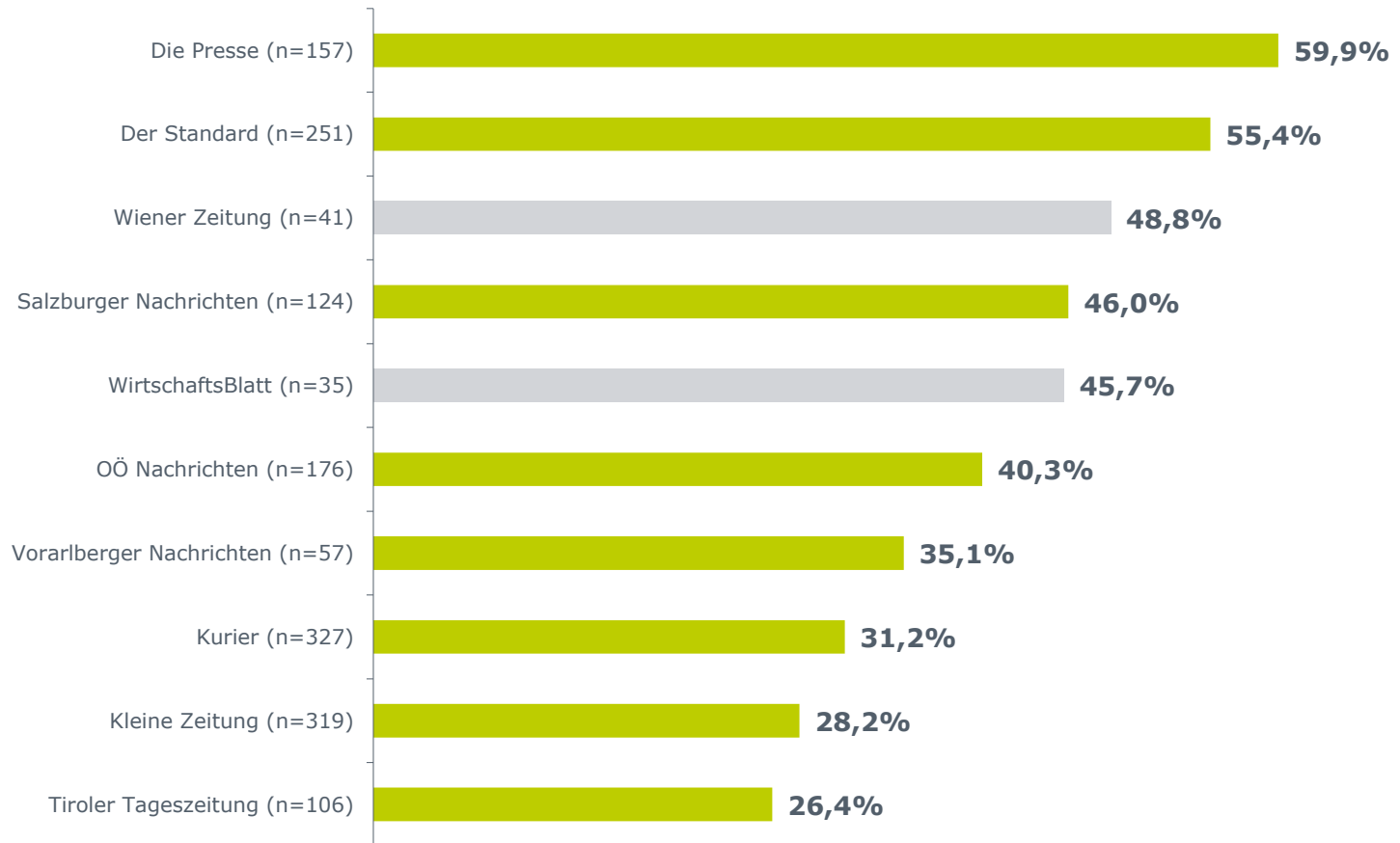
Inwieweit sind die folgenden Tageszeitungen Ihrer Meinung nach reißerisch? [...]



Die 10 (von 13) kompetentesten Tageszeitungen:

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahren alt und haben die jeweiligen Tageszeitungen in den letzten 7 Tagen gelesen;
hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)

Top-Box: bewertet mit „sehr kompetent“ (5-stufige Skalierung)



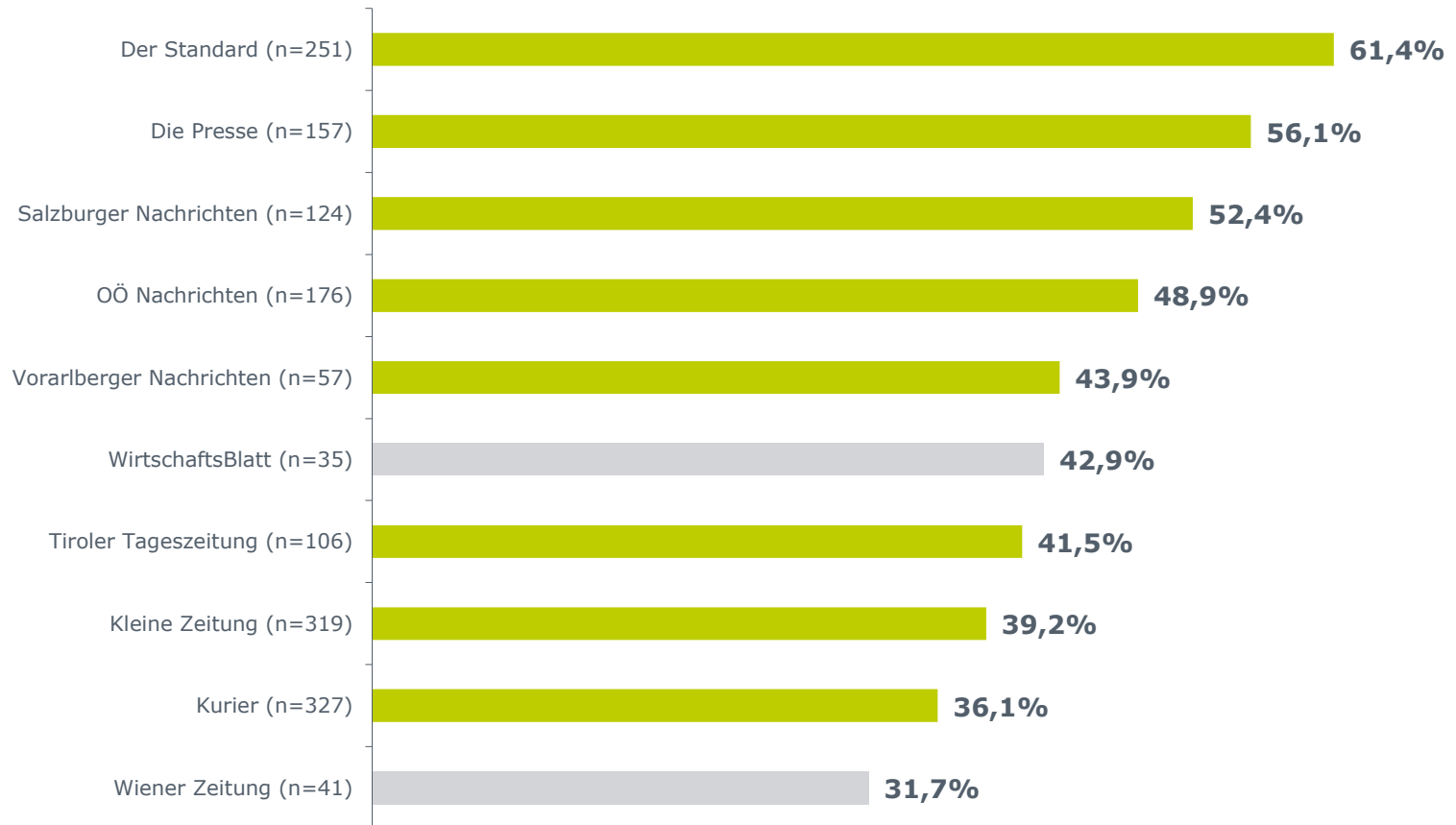
Inwieweit empfinden Sie die folgenden Tageszeitungen als kompetent? [...]



Die 10 (von 13) informativsten Tageszeitungen:

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahren alt und haben die jeweiligen Tageszeitungen in den letzten 7 Tagen gelesen;
hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)

Top-Box: bewertet mit „sehr informativ“ (5-stufige Skalierung)

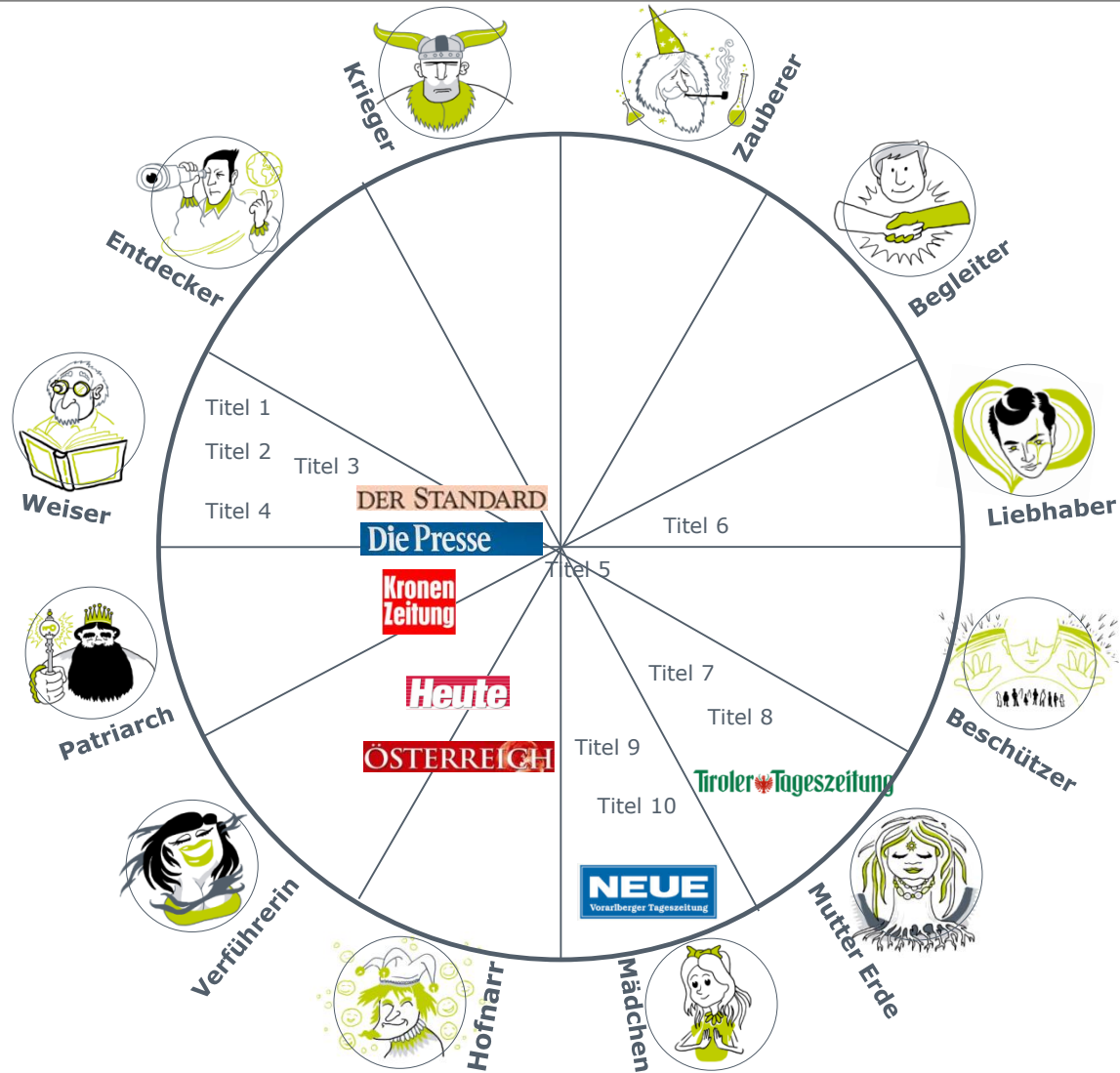


Inwieweit empfinden Sie die folgenden Tageszeitungen als informativ? [...]



Tageszeitungen im Archetypen-Fokus

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahren alt und kennen die jeweiligen Tageszeitungen)



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 566.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Mai 2014, 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

