

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

Was bewegte die Schweizer
im Jahr 2009

Dezember 2009



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Sample-Grösse:** n = 1.004 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 10.12.2009 – 17.12.2009
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Umfang:** 6 geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Ursula Kaspar / Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

Basis	1.004	in %
Geschlecht		
Männlich	492	49,0%
Weiblich	512	51,0%
Alter		
14 - 19 Jahre	82	8,2%
20 - 29 Jahre	201	20,0%
30 - 39 Jahre	239	23,8%
40 - 49 Jahre	267	26,6%
50 - 59 Jahre	215	21,4%
Ausbildungsniveau		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	105	10,5%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	448	44,6%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	159	15,8%
Fachhochschule, HWV, Technikum	172	17,1%
Universität, Hochschule, ETH	120	12,0%
Region		
Deutschschweiz	752	74,9%
Westschweiz	252	25,1%

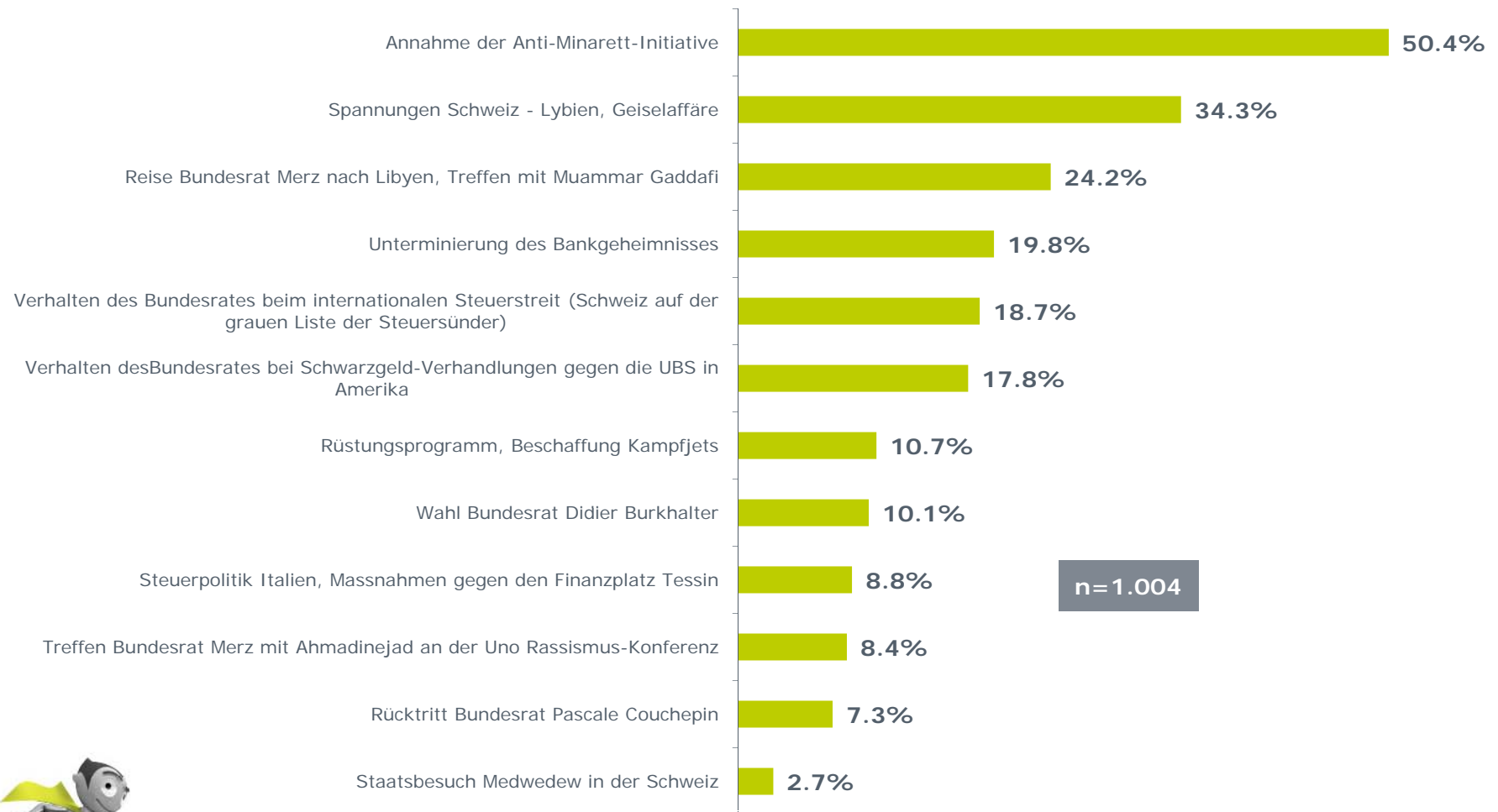


Die Ergebnisse:



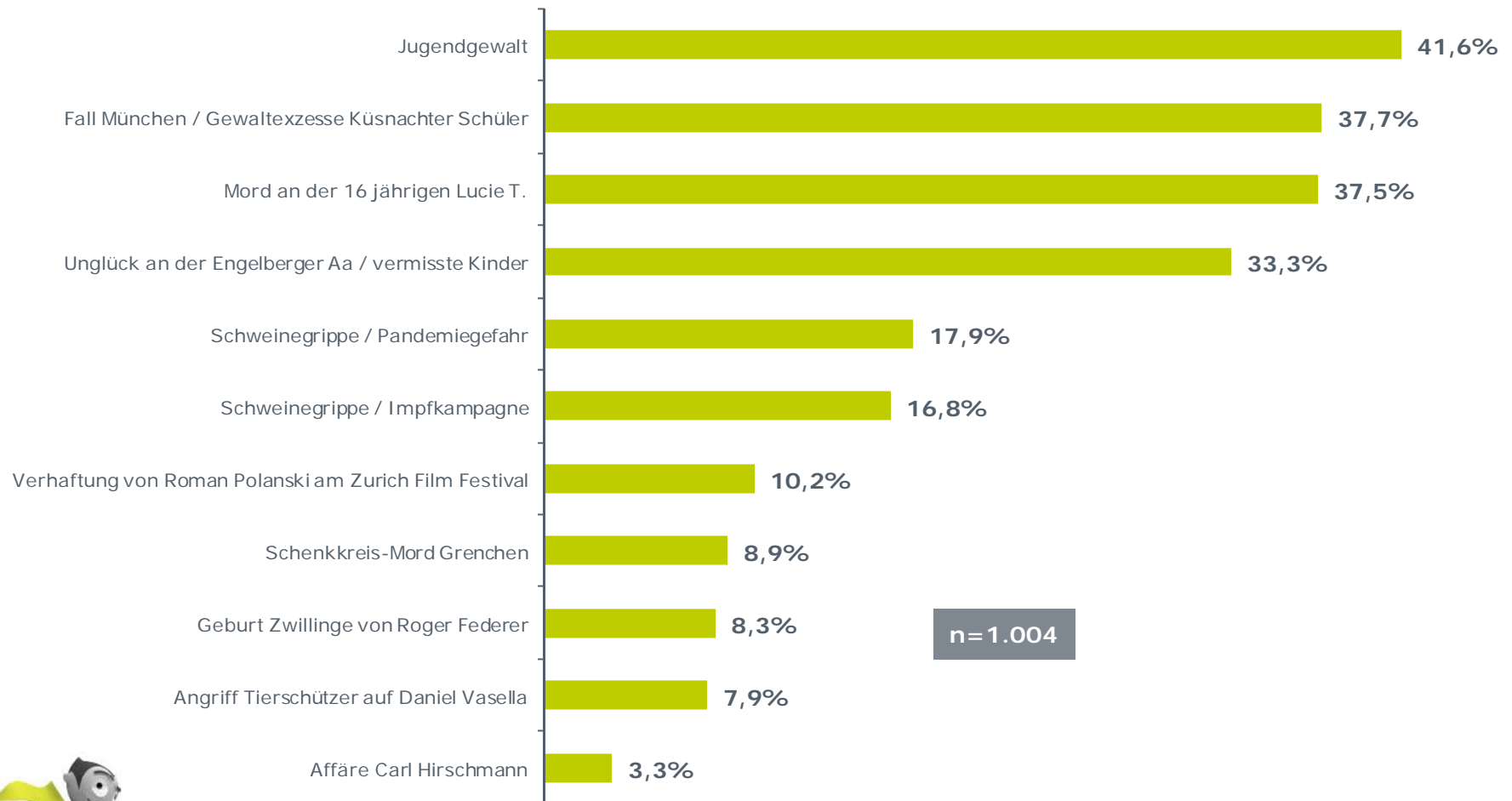
1. Inwieweit haben diese politischen Themen Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



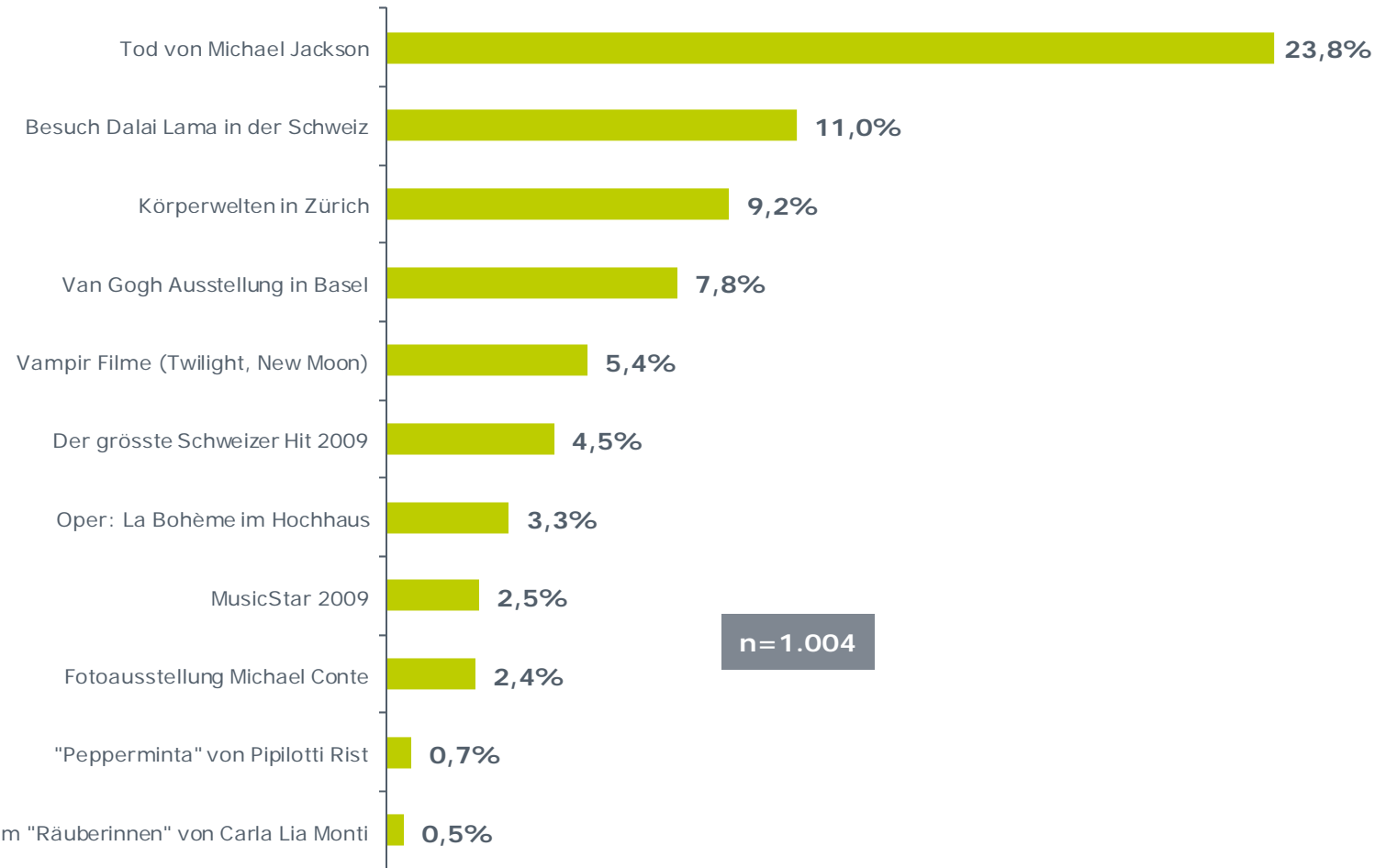
2. Inwieweit haben diese gesellschaftlichen Themen Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



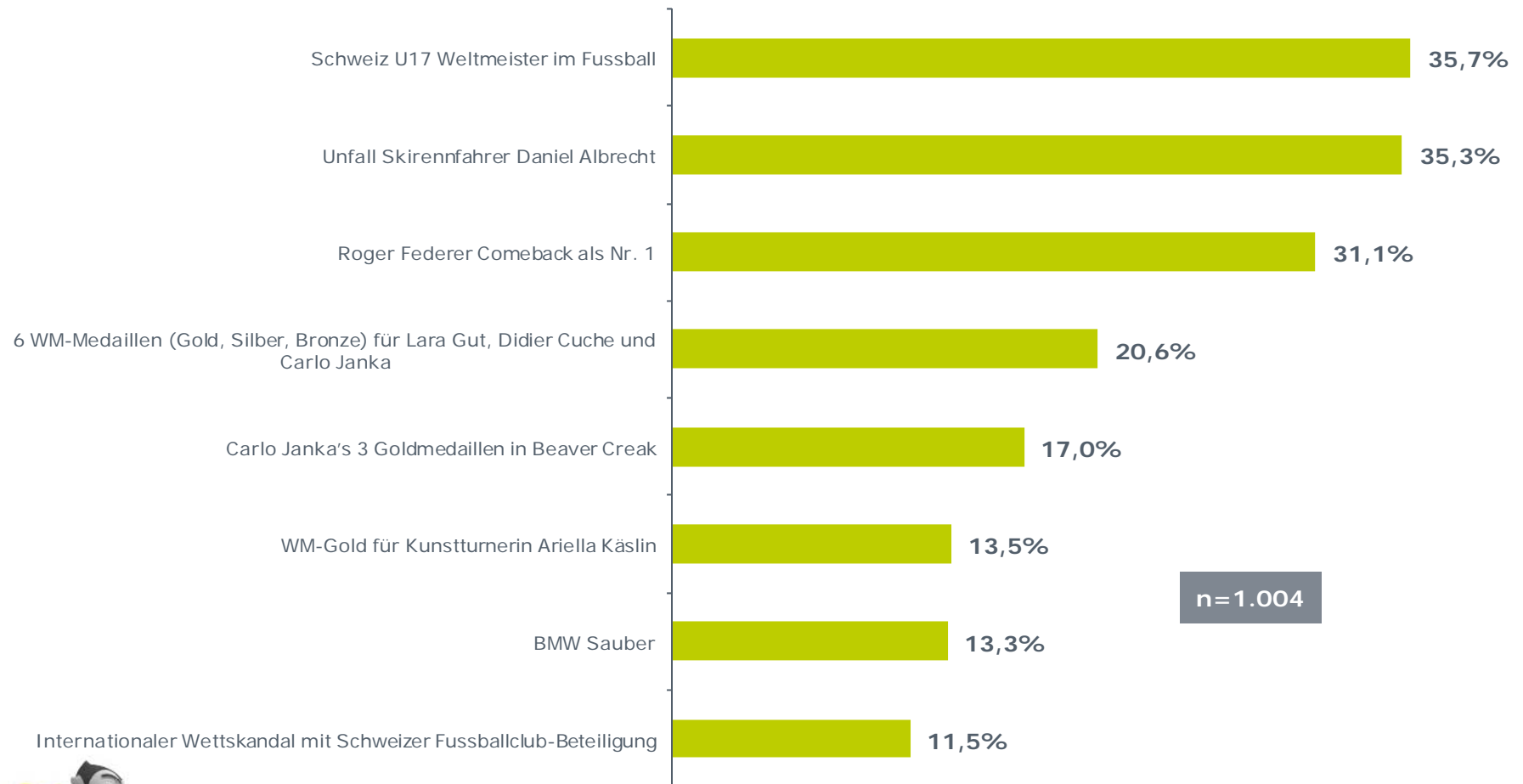
3. Inwieweit haben diese kulturellen Themen Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



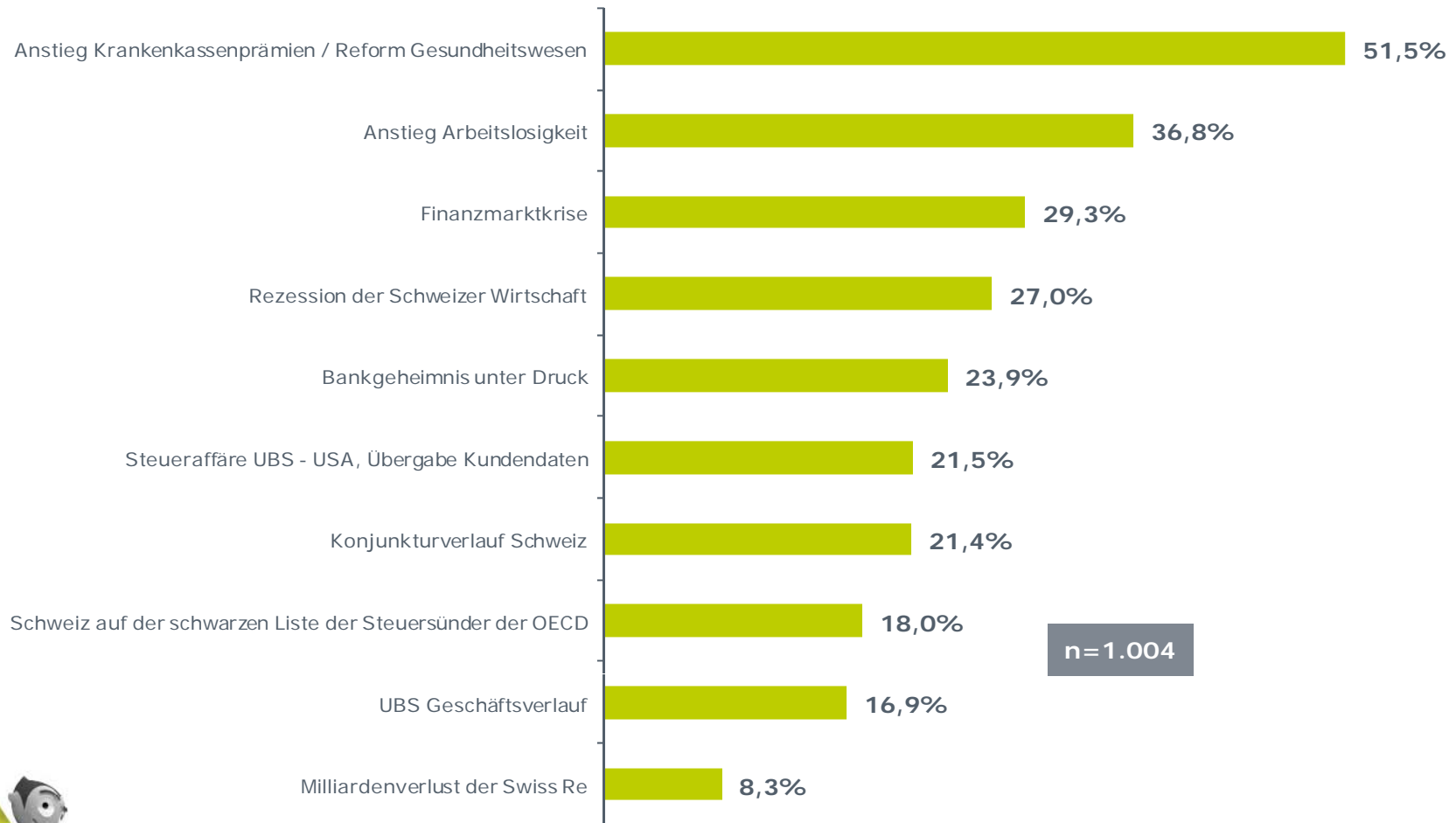
4. Inwieweit haben diese Themen aus dem Bereich „Sport“ Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



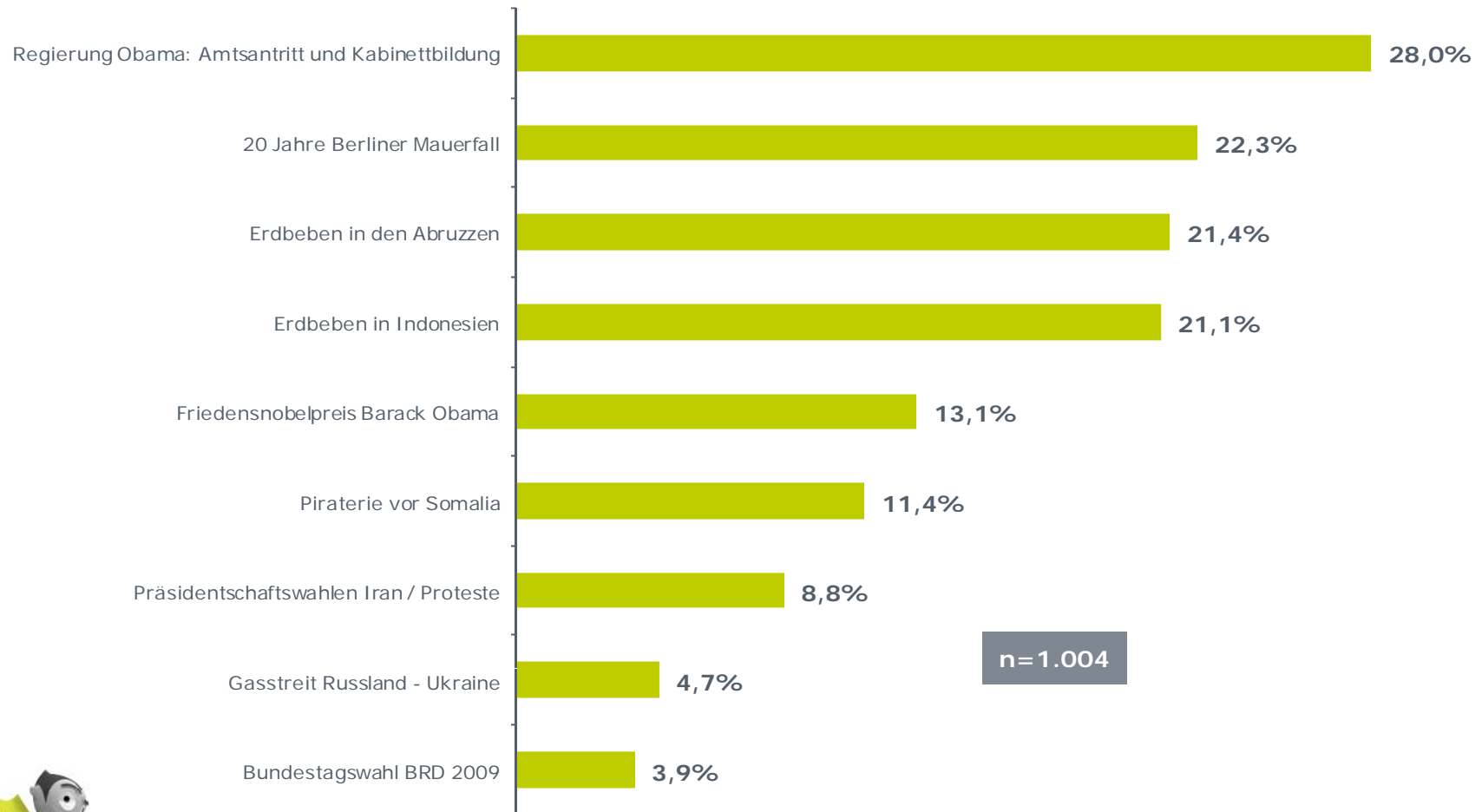
5. Inwieweit haben diese wirtschaftlichen Themen Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



6. Inwieweit haben diese internationalen Themen Sie persönlich bewegt? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „hat mich überhaupt nicht bewegt“ bis „hat mich stark bewegt“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "hat mich stark bewegt"



about
Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com Schweiz AG ist eine Beteiligung der Marketagent.com online reSearch GmbH, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und –analyse. Das eigens rekrutierte, derzeit rund 20'000 Schweizer Panelisten umfassende Online-Access-Panel (plus 165'000 in Deutschland und Österreich) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Basis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Zu den Schweizer Referenzen gehören u. a. Coca Cola, L'ORÉAL, Migros, Zweifel und Advico Young & Rubicam.



Das Online Access-Panel von Marketagent.com ...

Ein Online Access Panel ist ein Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Da im Internet bislang kein zentrales Register von eMail-Adressaten zur Ziehung von Online-Samples existiert, bietet sich der Aufbau eines Pools an befragungswilligen Internet Anwendern, ein Online Access-Panel, als Lösung an.

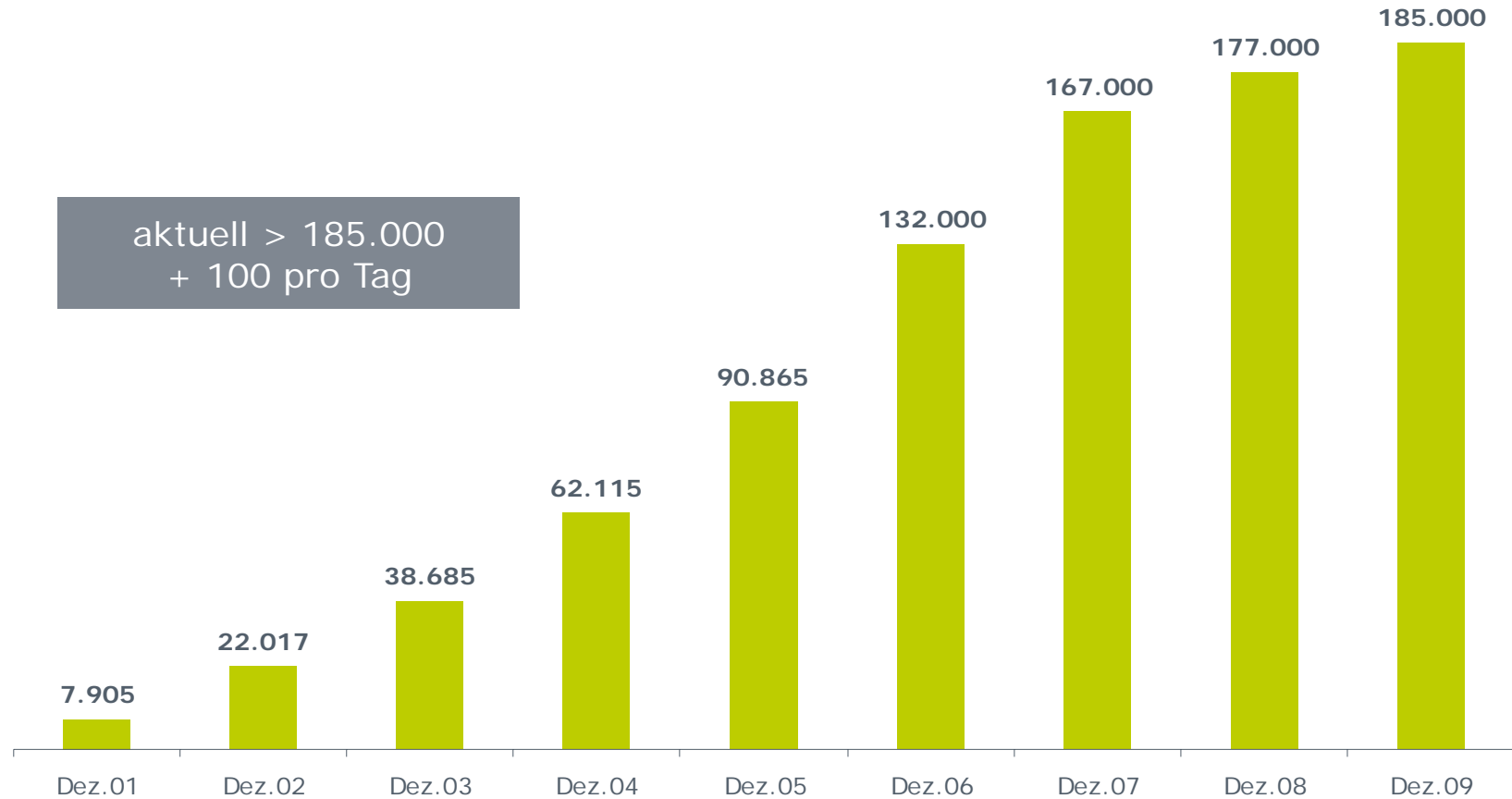
Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen dem Institut die registrierten Mitglieder sowohl für ad hoc-Befragungen als auch für Längsschnittbefragungen zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online Access-Panel besteht aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über Aktivitäten im Internet (z.B. Werbebanner und Links auf andere Websites) als auch klassische offline-Methoden (z.B. Call-Center) rekrutiert. Durch die Vielzahl an verschiedenen Massnahmen (Eintrag in Suchmaschinen und Internet-Angeboten zu entsprechenden Themen, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring und Website-Tests auf verschiedensten Portalen des www) wird ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen.



Das eigens rekrutierte Online Access Panel ...

Das Marketagent.com Online Access Panel



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

Ursula Kaspar
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich

043 466 88 44
u.kaspar@marketagent.com
www.marketagent.com

