

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

PR-Studie Schweiz



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** webaktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Sample-Größe:** n = 511 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 02.02.2009 – 10.02.2009
- _ **Screening:** Herkunft (deutsche / französische Schweiz)
- _ **Grundgesamtheit:** webaktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe

Basis	501	in %
Geschlecht		
Männlich	247	49,3%
Weiblich	254	50,7%
Alter		
14 - 19 Jahre	43	8,6%
20 - 29 Jahre	104	20,8%
30 - 39 Jahre	118	23,6%
40 - 49 Jahre	131	26,1%
50 - 59 Jahre	105	21,0%
Ausbildungsniveau		
Allgemeinbildende Pflichtschule	57	11,4%
Lehre/ Fachschule	289	57,7%
Matura/ Universität	155	30,9%



Die Ergebnisse:



1. Was mögen Sie persönlich an der Schweiz ganz besonders gerne?

n=501	abs.	in %	n=501	abs.	in %
Berge	92	18,0%	Kultur	6	1,2%
Landschaft	84	16,4%	Organisation	6	1,2%
Sicherheit	57	11,2%	Sozialsystem	6	1,2%
Sauberkeit	38	7,4%	Gutes politisches System	5	1,0%
Natur	36	7,0%	Skifahren	5	1,0%
Ruhe	31	6,1%	Alpen	4	0,8%
Lebensstandard/ Lebensqualität	30	5,9%	Politik	4	0,8%
Schokolade	26	5,1%	Stabilität	4	0,8%
Seen	25	4,9%	Dialekt	3	0,6%
Menschen	21	4,1%	Eigenständig	3	0,6%
Freiheit	19	3,7%	Schnee	3	0,6%
4 Sprachen/ mehrere Sprachen	18	3,5%	Bern	2	0,4%
Alles	18	3,5%	Beständig	2	0,4%
Ordnung	17	3,3%	Bildung	2	0,4%
Infrastruktur	14	2,7%	Diskretion	2	0,4%
Essen	13	2,5%	Disziplin	2	0,4%
Vielfalt	13	2,5%	Flüsse	2	0,4%
Demokratie	12	2,3%	Föderalismus	2	0,4%
Neutralität	12	2,3%	Freundlich	2	0,4%
Schönes Land	11	2,2%	Gutes Einkommen	2	0,4%
Unabhängig	11	2,2%	Klima	2	0,4%
Heimat	10	2,0%	Multikulturell	2	0,4%
Klein	10	2,0%	Pünktlich	2	0,4%
Luxus/ Wohlstand	10	2,0%	Tradition/ Bräuche	2	0,4%
Arbeit	8	1,6%	Genauigkeit	2	0,4%
Frieden	7	1,4%	Technik	2	0,4%
Qualität	7	1,4%	Weiss nicht	5	1,0%
Zuverlässigkeit	7	1,4%	Keine Angabe	25	4,9%
4 Jahreszeiten	6	1,2%	Summe der Nennungen	764	149,5%
Käse	6	1,2%			

(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



2. Und was gefällt Ihnen an der Schweiz eher weniger gut?

n=501	abs.	in %	n=501	abs.	in %
Zu viele Ausländer	63	12,1%	Kälte mancher Schweizer	4	0,8%
Engstirnig/ zu steif	48	9,2%	Bankenkrise	3	0,6%
Politik	35	6,7%	Bundesrat	3	0,6%
Lebenskosten zu hoch/ teuer	34	6,5%	Bürokratie	3	0,6%
Ausländerfeindlichkeit	24	4,7%	Christoph Blocher	3	0,6%
Die hohen Steuern/ Steuersystem	19	3,7%	Dass alles verbaut wird	3	0,6%
Spiessig	19	3,7%	Freiheit ist eingeschränkt	3	0,6%
Wetter	18	3,5%	Hat kein Meer	3	0,6%
Verschlossenheit	16	3,1%	Langsam	3	0,6%
Zu viele Vorschriften/ Gesetze	16	3,1%	Regierung	3	0,6%
Sturheit	14	2,7%	Stress	3	0,6%
SVP	11	2,2%	Vetterliwirtschaft	3	0,6%
Kriminalität	10	2,0%	Zu streng	3	0,6%
Kantönligeist	9	1,8%	Arbeitslosigkeit	2	0,4%
Egoismus	8	1,6%	Das Heer/ Militär	2	0,4%
Konservativ	8	1,6%	Föderalismus	2	0,4%
Sozialpolitik	8	1,6%	Krankenkassen Premien	2	0,4%
Introvertiertheit/ nicht offen genug	7	1,4%	Man ignoriert die armen Leute	2	0,4%
Klima	6	1,2%	Nichtbeitritt zur EU	2	0,4%
Mentalität	6	1,2%	Traditionell	2	0,4%
Arroganz	5	1,0%	Weiss nicht	21	4,1%
Ordnung	5	1,0%	Keine Angabe	38	7,4%
UDC	5	1,0%	Summe der Nennungen	473	92,6%
Gesellschaft	4	0,8%			

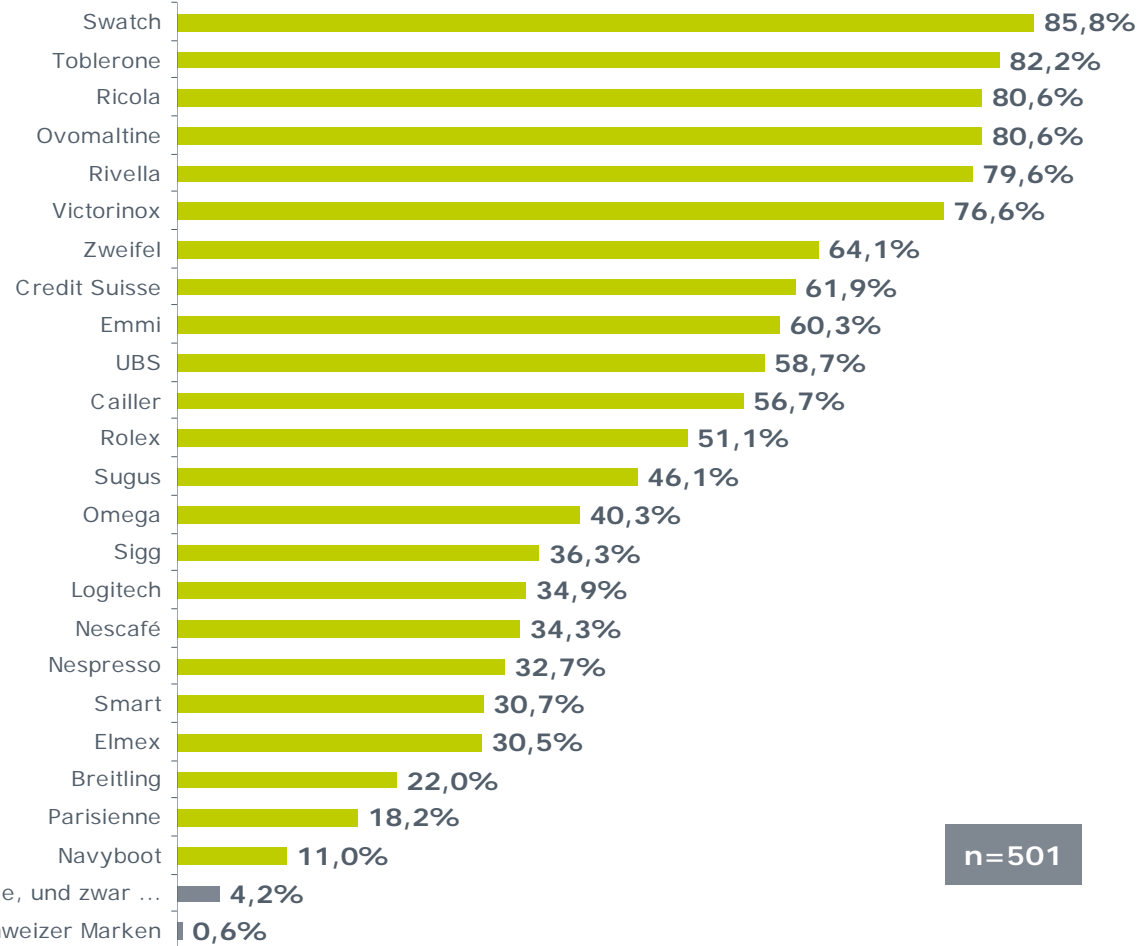
(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



3. Welche sind für Sie besonders typische Schweizer Marken?

Typische Schweizer Marken

(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



4. Wir zeigen Ihnen nun einige Eigenschaften. Inwieweit treffen diese Eigenschaften Ihrer Ansicht nach auf die Schweizer zu? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Herkunft/ Einbürgerung	Sample total	Deutsche Schweiz	Französische Schweiz	SchweizerIn	SchweizerIn, eingebürgert oder AusländerIn mit Ausweis B oder C	Keine Angabe
Top-Box: bewertet mit "trifft voll und ganz zu"	n=501	n=359	n=142	n=424	n=76	n=1
Zuverlässig	50,7%	54,6%	40,8%	52,8%	39,5%	0,0%
Traditionsbewusst	45,1%	43,2%	50,0%	44,8%	47,4%	0,0%
Vertrauenswürdig	38,3%	40,1%	33,8%	38,4%	38,2%	0,0%
Angesehen	33,9%	36,8%	26,8%	34,7%	30,3%	0,0%
Unabhängig	33,7%	35,7%	28,9%	33,0%	38,2%	0,0%
Einzigartig	33,3%	36,5%	25,4%	34,2%	28,9%	0,0%
Intelligent	25,9%	27,3%	22,5%	25,9%	26,3%	0,0%
Sozial	24,2%	28,1%	14,1%	25,9%	14,5%	0,0%
Authentisch	24,0%	21,2%	31,0%	24,3%	22,4%	0,0%
Engagiert	22,8%	25,6%	15,5%	23,1%	21,1%	0,0%
Menschlich	22,0%	23,4%	18,3%	24,3%	9,2%	0,0%
Innovativ	21,6%	24,0%	15,5%	22,2%	18,4%	0,0%
Zukunftsorientiert	20,2%	22,8%	13,4%	20,0%	21,1%	0,0%
Vorausschauend	17,4%	20,6%	9,2%	18,4%	11,8%	0,0%
Anders / speziell	16,8%	20,3%	7,7%	16,7%	17,1%	0,0%
Modern	14,4%	16,7%	8,5%	14,6%	13,2%	0,0%
Dynamisch	13,0%	13,4%	12,0%	13,2%	11,8%	0,0%
Motivierend	11,2%	12,5%	7,7%	11,8%	7,9%	0,0%
Flexibel	11,0%	11,7%	9,2%	11,3%	9,2%	0,0%
Integrativ	11,0%	12,5%	7,0%	11,1%	10,5%	0,0%

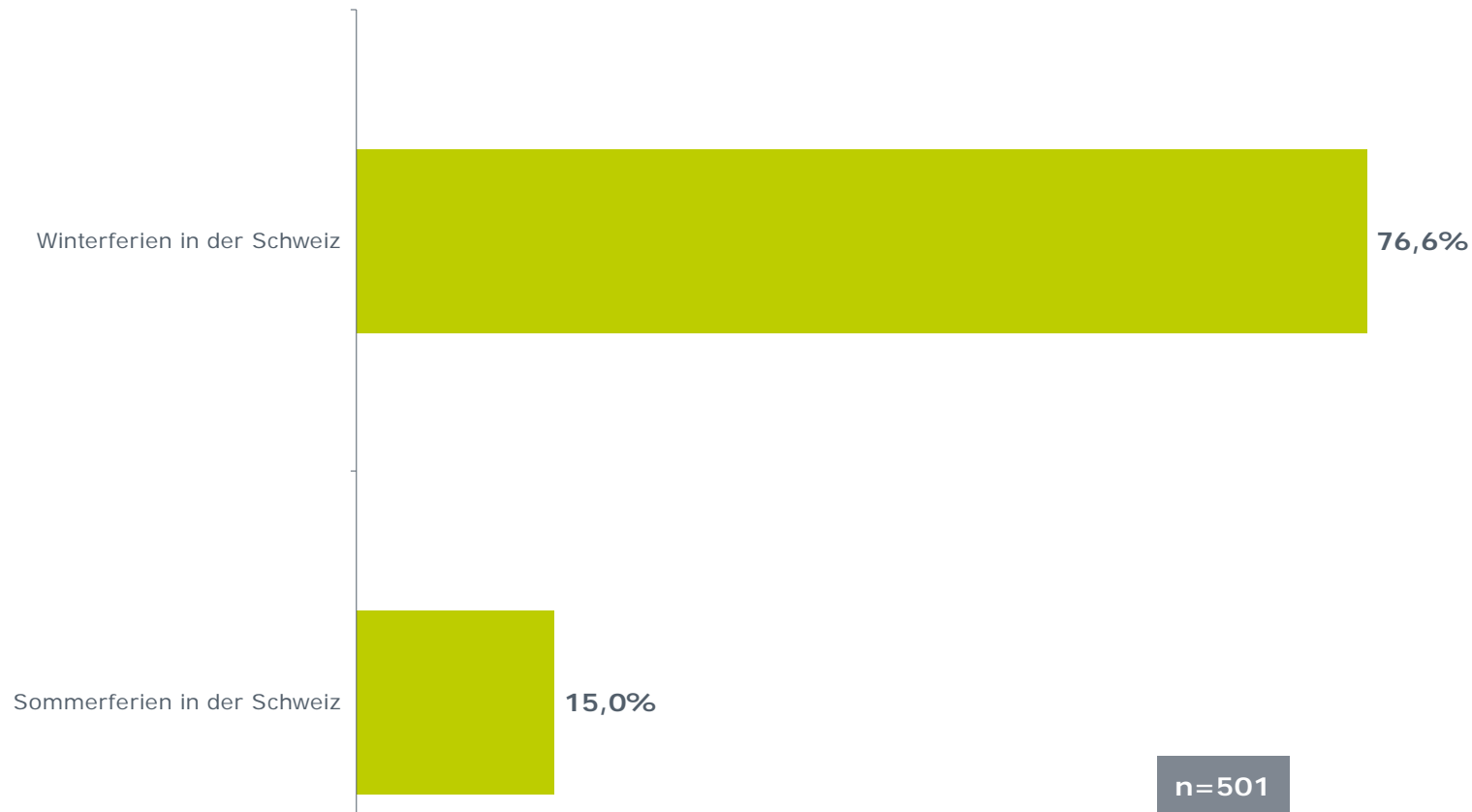
(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz; hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl!!!)



5. Bitte denken Sie nun an die Schweiz als Feriendestination. Als wie angesehen würden Sie die Schweiz in Bezug auf Sommer- und Winterferien einschätzen? Bitte beurteilen Sie jeweils von „sehr angesehen“ bis „überhaupt nicht angesehen“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "sehr angesehen"

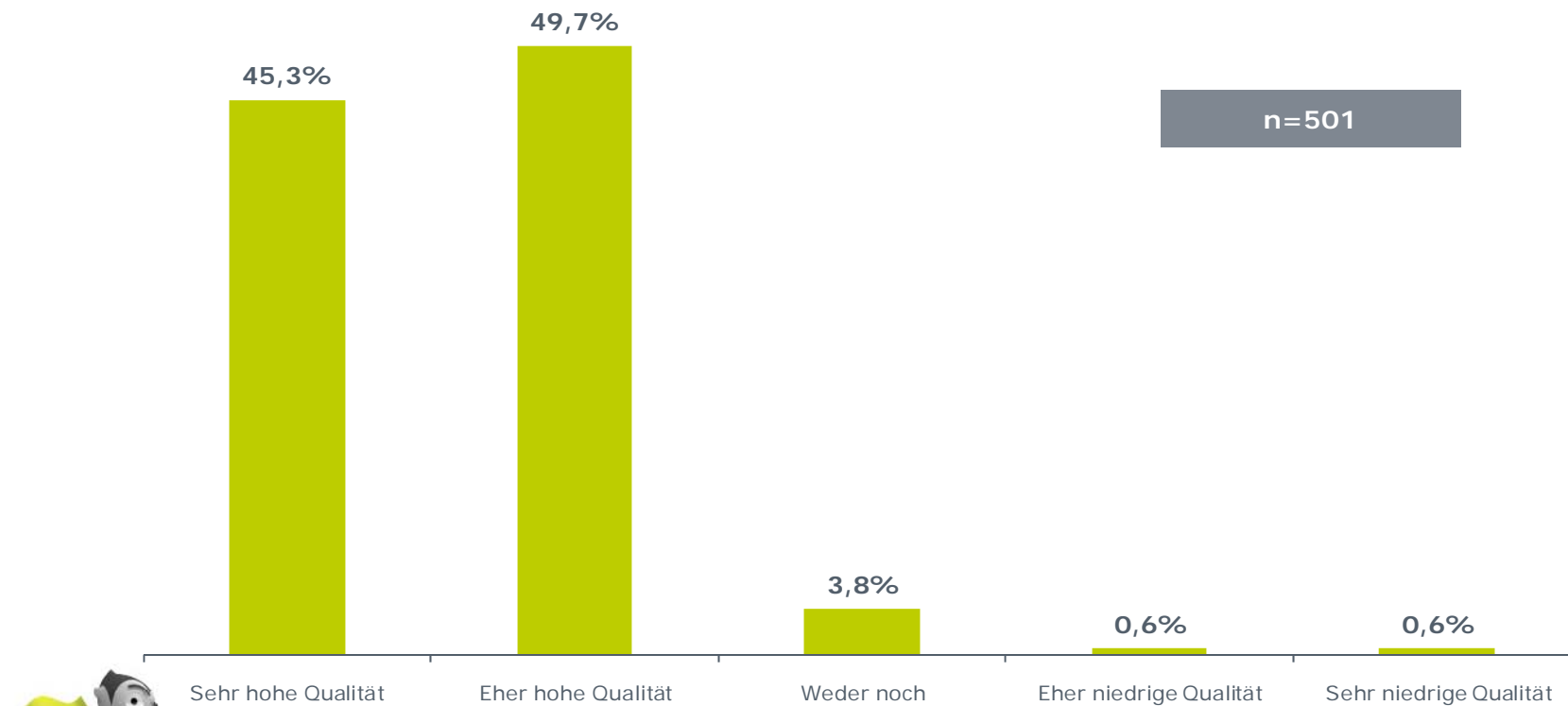
(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



6. Stellen Sie sich bitte vor, die Schweiz wäre eine Marke. Wie hoch würden Sie die Qualität der Marke Schweiz im internationalen Vergleich einschätzen? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „sehr hohe Qualität“ bis „sehr niedrige Qualität“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Einschätzung der Qualität der Marke "Schweiz" im internationalen Vergleich

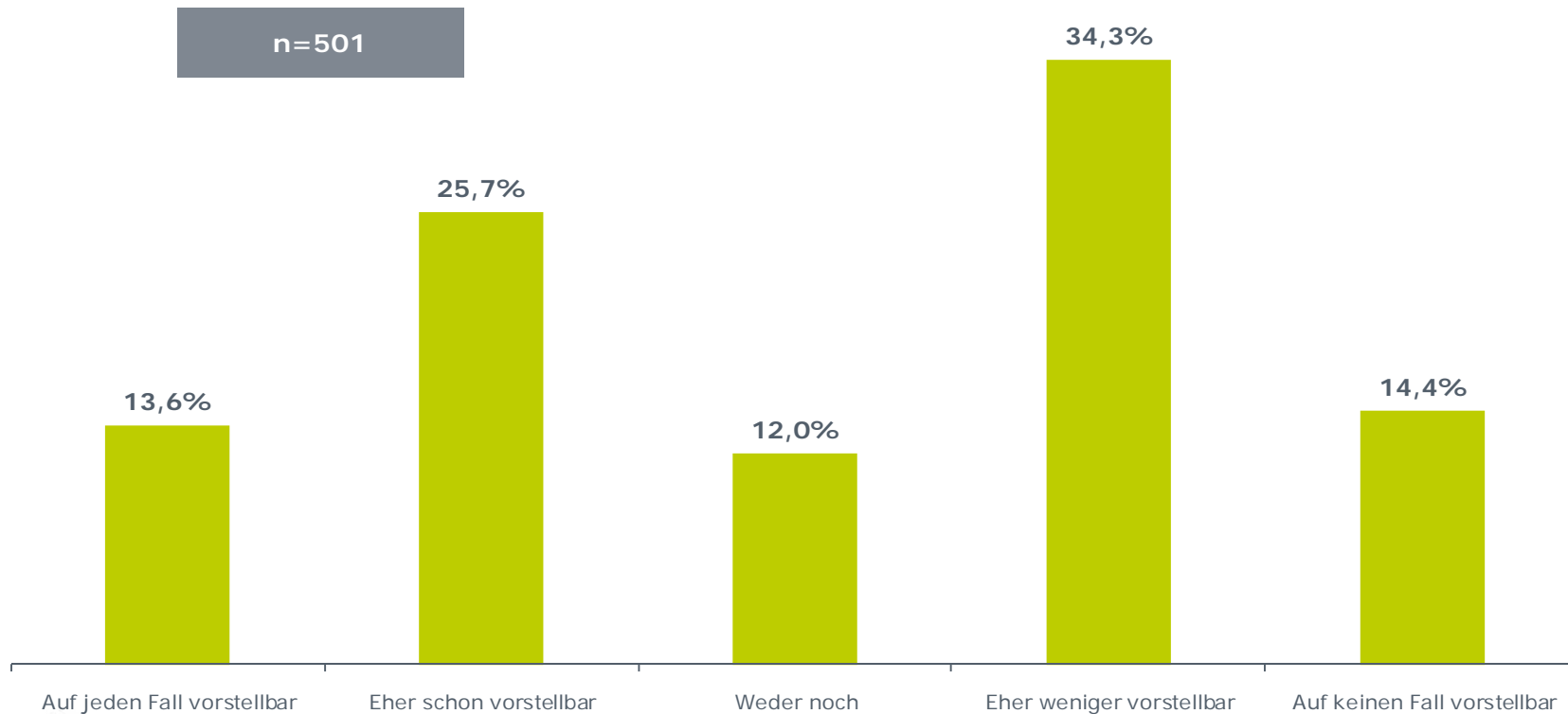
(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



7. Inwieweit könnten Sie sich grundsätzlich vorstellen, die Schweiz zu verlassen und in ein anderes Land umzuziehen / auszuwandern? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „auf jeden Fall vorstellbar“ bis „auf keinen Fall vorstellbar“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Ich kann es mir vorstellen die Schweiz zu verlassen und in ein anderes Land umzuziehen ...

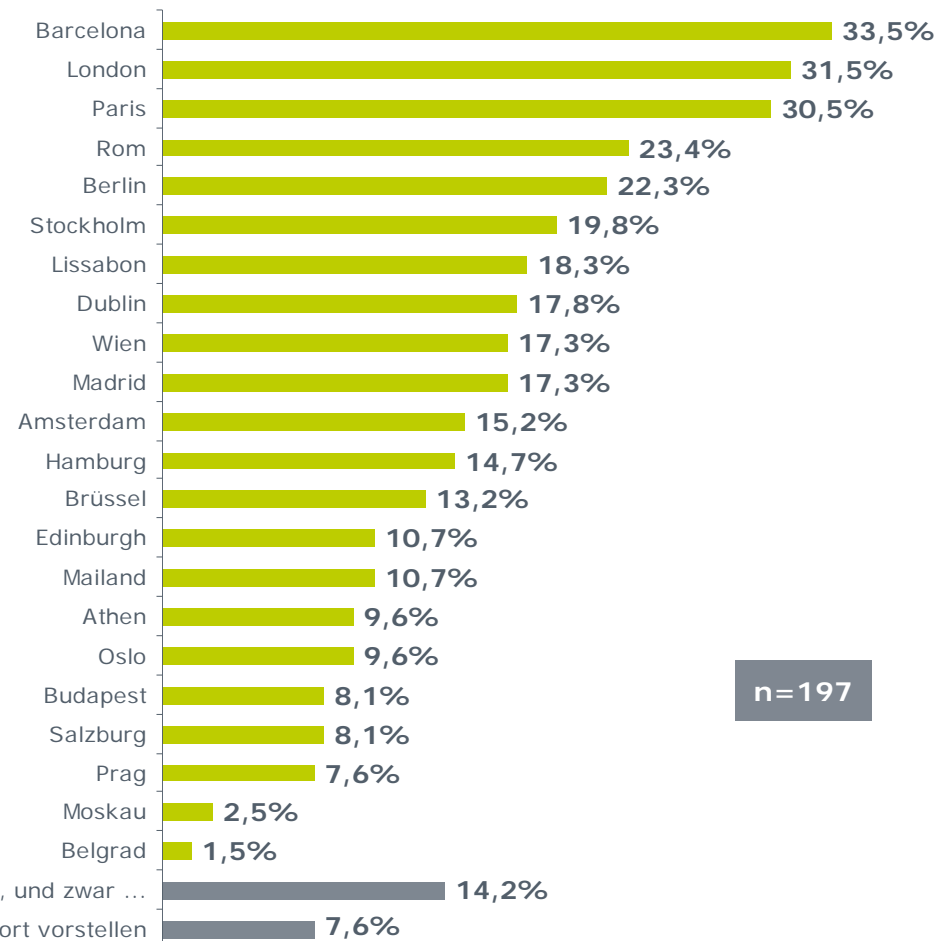
(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz)



8. Stellen Sie sich bitte vor, Sie müssten innerhalb Europas umziehen. Welche europäische Stadt ausserhalb der Schweiz könnten Sie sich als künftigen Wohnort vorstellen?

Europäische Stadt ausserhalb der Schweiz, die als Wohnort in Frage kommt

(Basis: Respondenten wohnen in der deutsch- oder französischsprachigen Schweiz und können sich „auf jeden Fall“ oder „eher schon“ vorstellen die Schweiz zu verlassen und in ein anderes Land umzuziehen/ auszuwandern)



Ich könnte mir keine europäische Stadt als Wohnort vorstellen

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 178'000 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, Nestlé, Parship.ch und Advico Young & Rubicam.



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

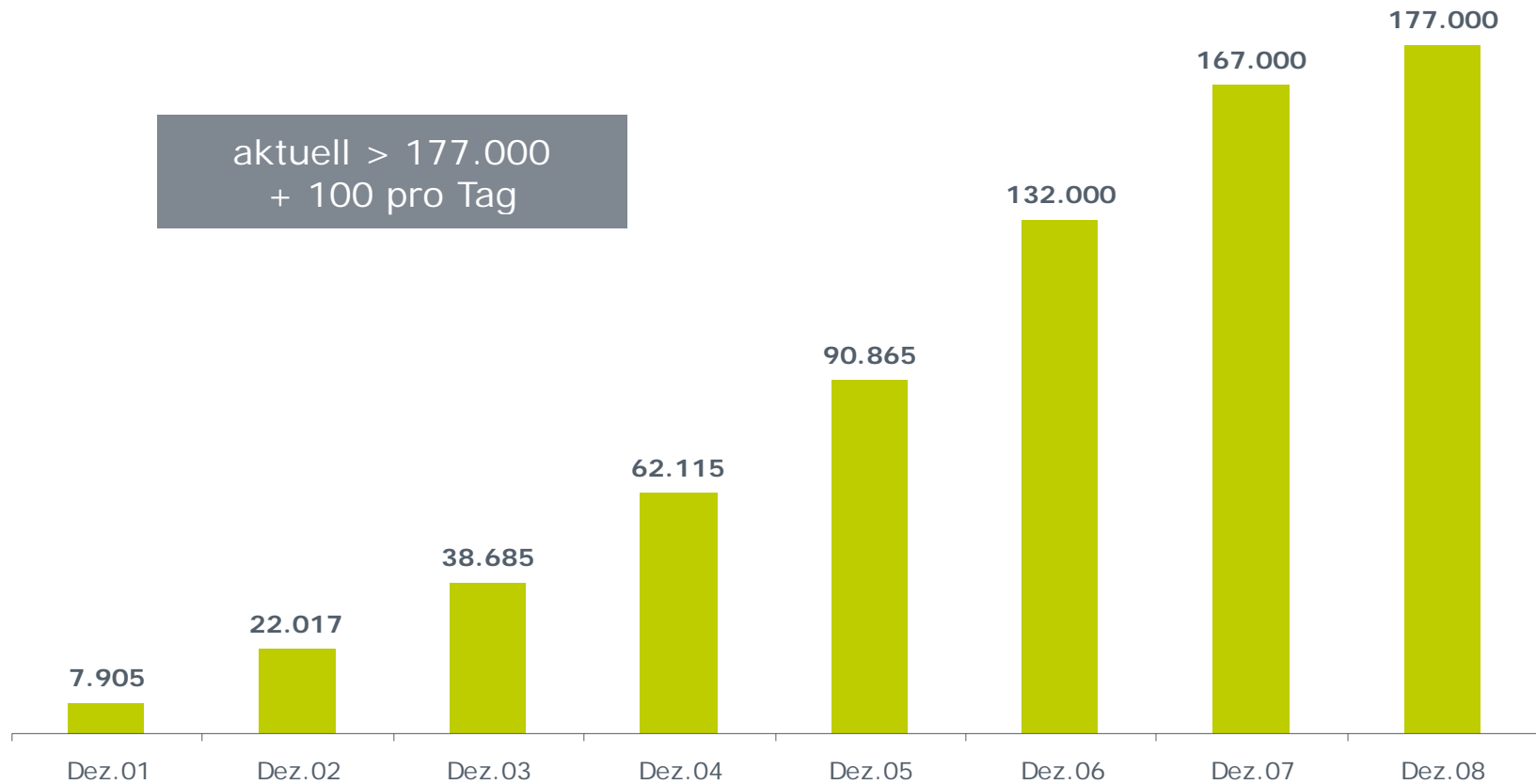
Ein Online Access Panel ist ein Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Da im Internet bislang kein zentrales Register von eMail-Adressaten zur Ziehung von Online-Samples existiert, bietet sich der Aufbau eines Pools an befragungswilligen 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
u.kaspar@marketagent.com
043 466 88 44

Seefeldstrasse 281
8008 Zürich

www.marketagent.com

