

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

e-Books



Oktober 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 = 501 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 09.10.2009 – 15.10.2009
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Umfang:** 8 geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Ursula Kaspar / Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

Basis	501	in %
Geschlecht		
Männlich	245	48,9%
Weiblich	256	51,1%
Alter		
14 - 19 Jahre	50	10,0%
20 - 29 Jahre	91	18,2%
30 - 39 Jahre	118	23,6%
40 - 49 Jahre	133	26,5%
50 - 59 Jahre	109	21,8%
Ausbildungsniveau		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	55	11,0%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	250	49,9%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	68	13,6%
Fachhochschule, HWV, Technikum	76	15,2%
Universität, Hochschule, ETH	52	10,4%
Region		
Deutsche Schweiz	376	75,0%
Französische Schweiz	125	25,0%

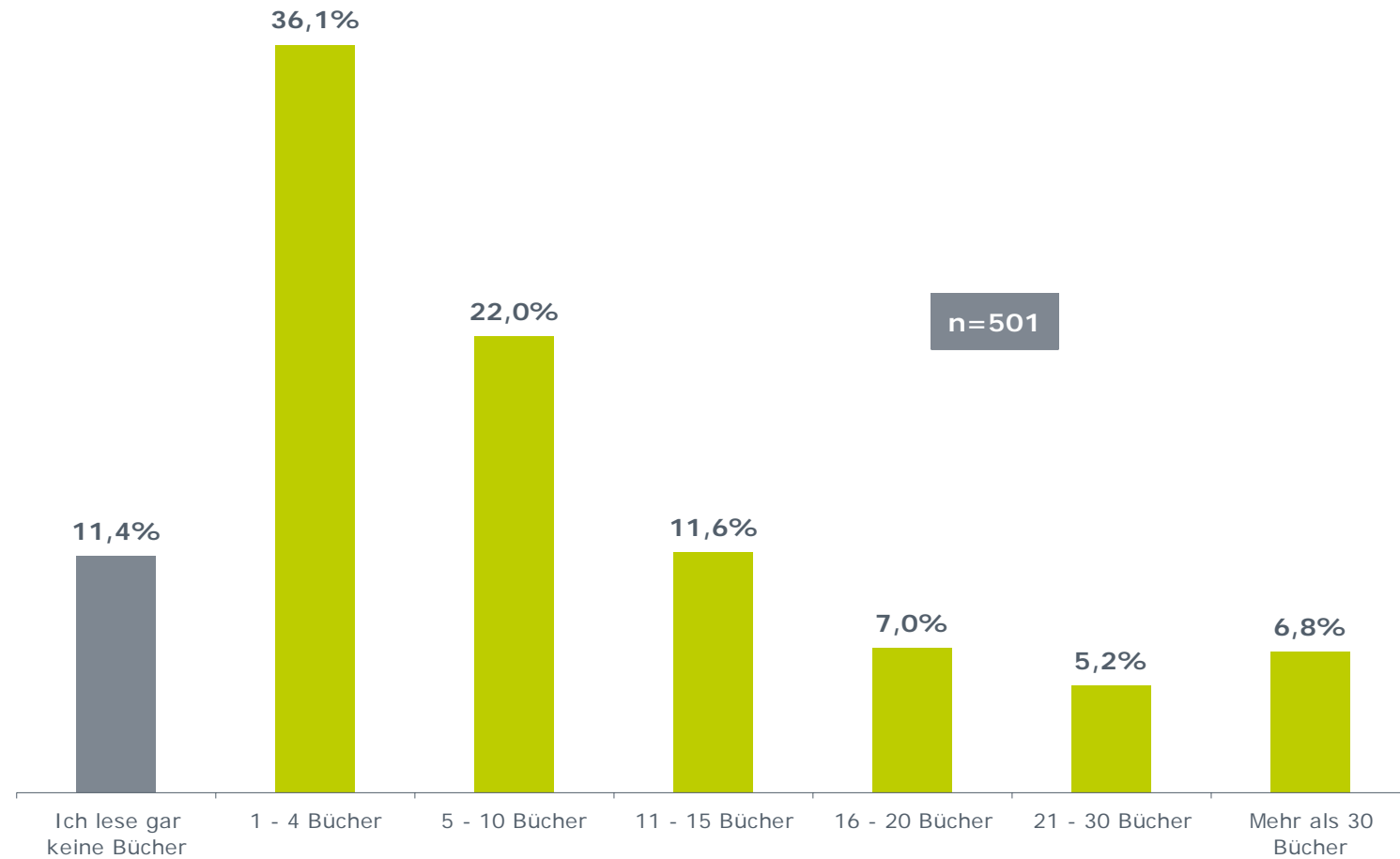


Die Ergebnisse:



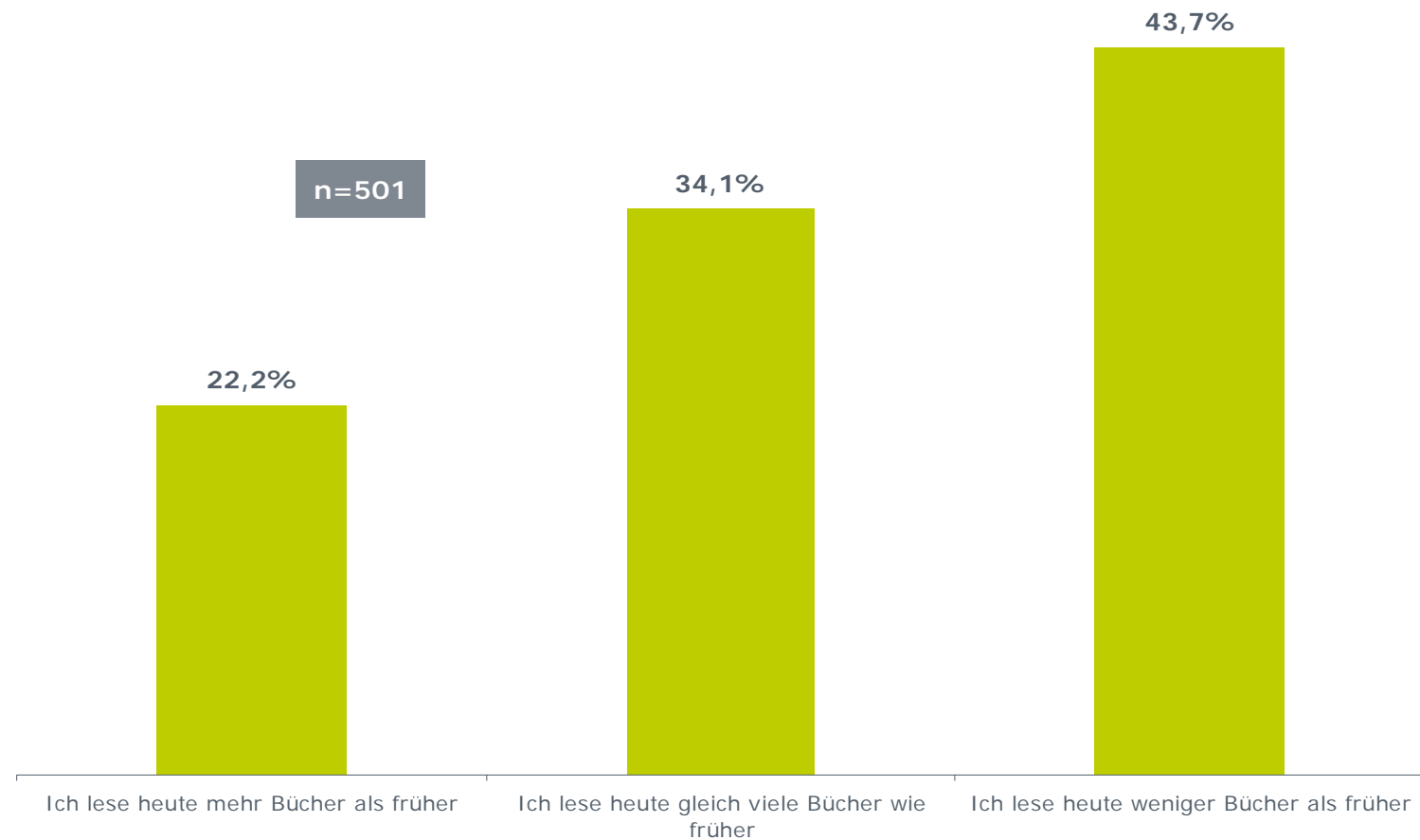
1. Wie viele Bücher lesen Sie durchschnittlich pro Jahr?

Anzahl der im Jahr gelesenen Bücher



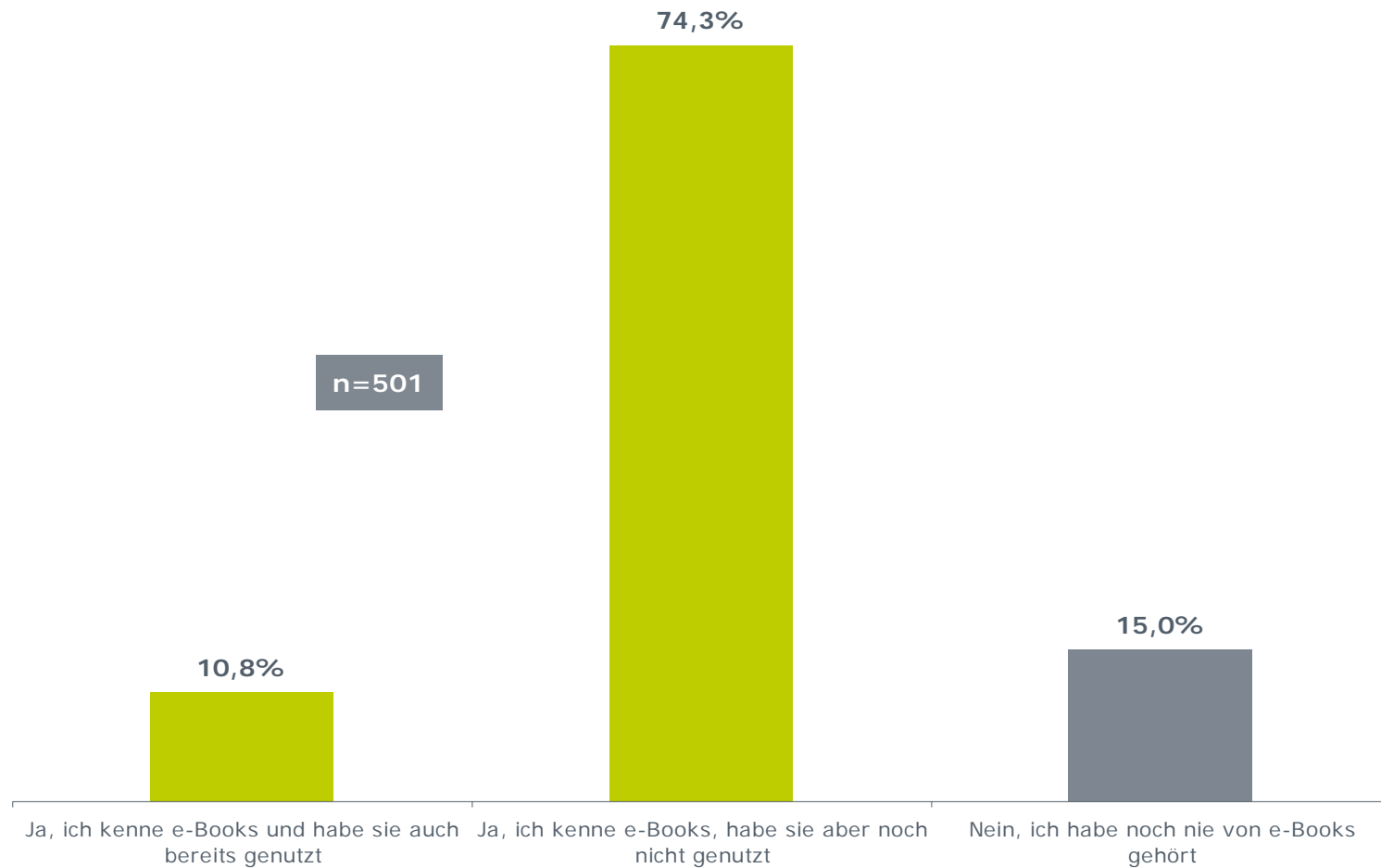
2. Wenn Sie ganz allgemein an Ihr Leseverhalten denken, inwieweit hat sich Ihr Leseverhalten in den letzten Jahren verändert?

Änderung des Leseverhaltens in den letzten Jahren



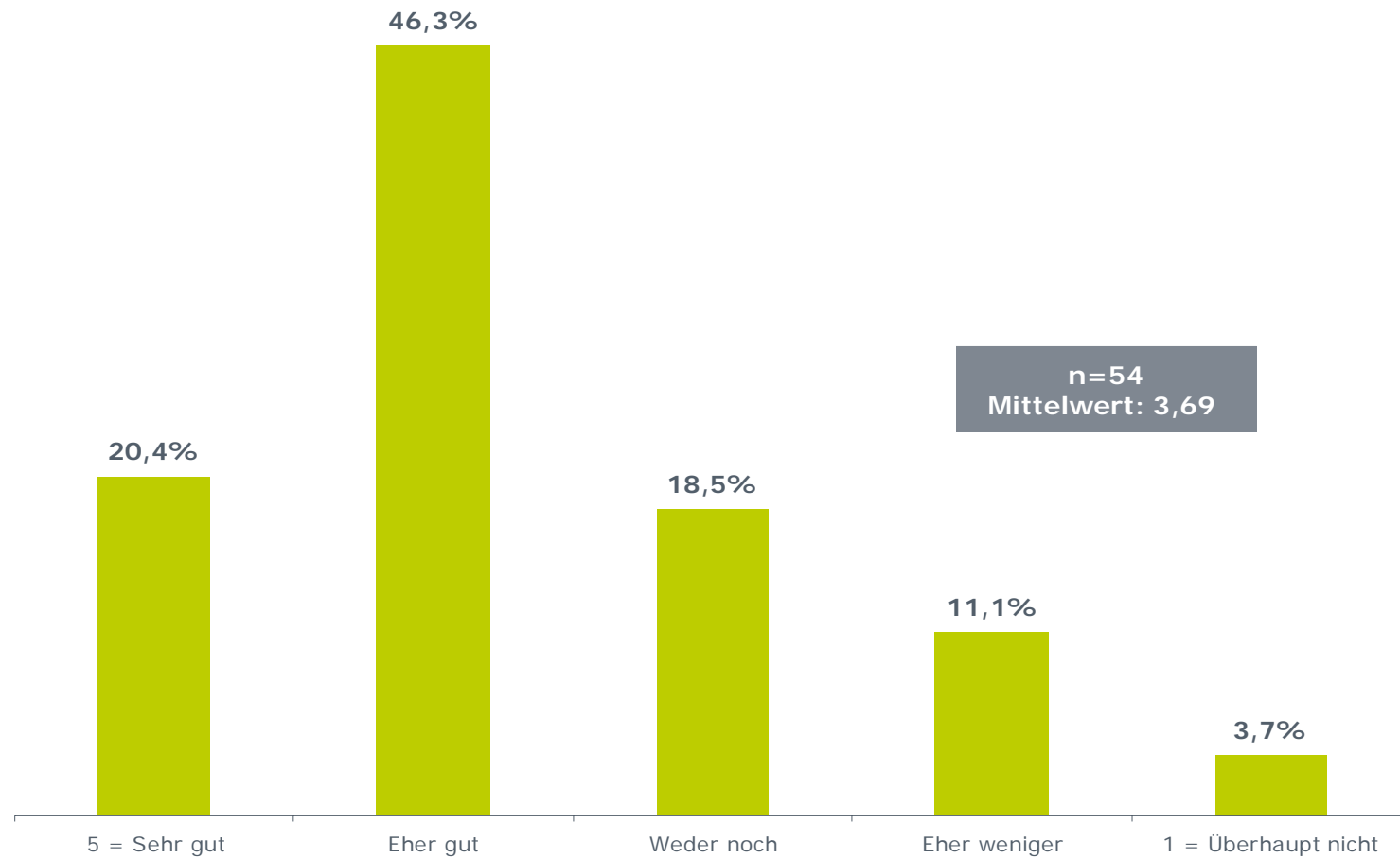
3. Bitte denken Sie nun an sogenannte e-Books. Ein e-Book ist die elektronische Ausgabe eines Buches, der Inhalt und das Aussehen (Texte und Bilder) sind in digitaler Form gespeichert. Kennen Sie e-Books, haben Sie von e-Books bereits gehört oder gelesen?

Bekanntheit/ Nutzung von e-Books



4. Sie haben angegeben, e-Books bereits genutzt zu haben. Wie hat Ihnen die Nutzung von e-Books ganz allgemein gefallen?

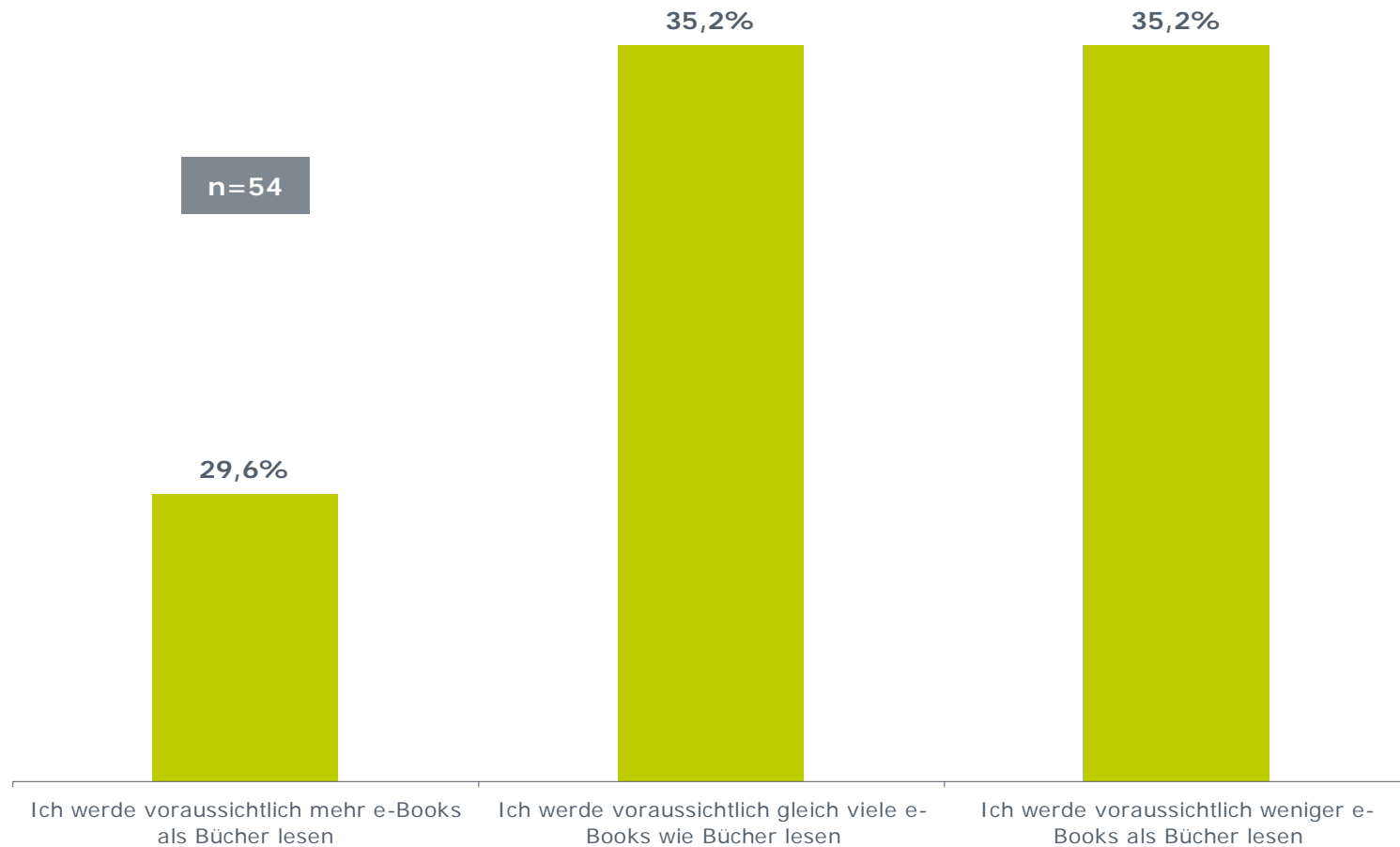
Gefälligkeit der Nutzung von e-Books
(Basis: Respondenten haben e-Books bereits genutzt)



5. Wie, glauben Sie, wird sich Ihr Leseverhalten hinsichtlich e-Books in den nächsten Jahren verändern?

Änderung des Leseverhaltens hinsichtlich e-Books in den nächsten Jahren

(Basis: Respondenten haben e-Books bereits genutzt)

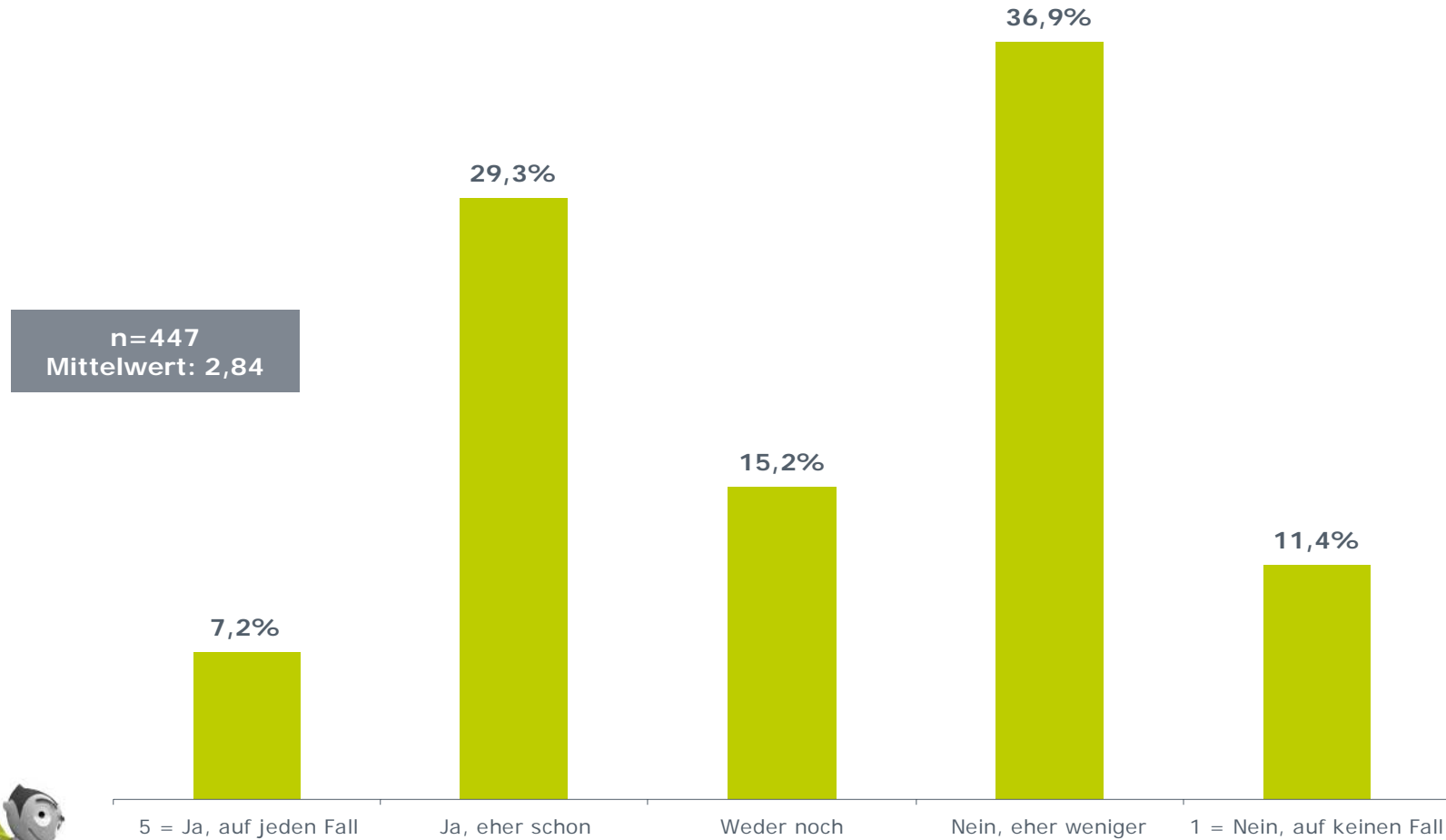


e-Books können neben dem herkömmlichen PC, Laptop etc. auch auf speziellen Handhelds – Pocket-PCs gelesen werden, wobei der Text nach eigenem Wunsch (Schriftgröße, -art etc.) formatiert werden kann. Neben den Vorteilen von einfachem Transport und Schonung der Umwelt – es muss dafür kein Papier erzeugt werden – bietet das e-Book auch attraktive Zusatzfunktionen (einfache Suche nach Wörtern, Phrasen, Kapiteln, Setzen von Lesezeichen, integriertes Nachschlagewerk etc.).



6. Inwieweit können Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein solches e-Book zu nutzen?

Vorstellbarkeit der Nutzung von e-Books
(Basis: Respondenten haben e-Books noch nicht genutzt)



6. Inwieweit können Sie sich grundsätzlich vorstellen, ein solches e-Book zu nutzen?

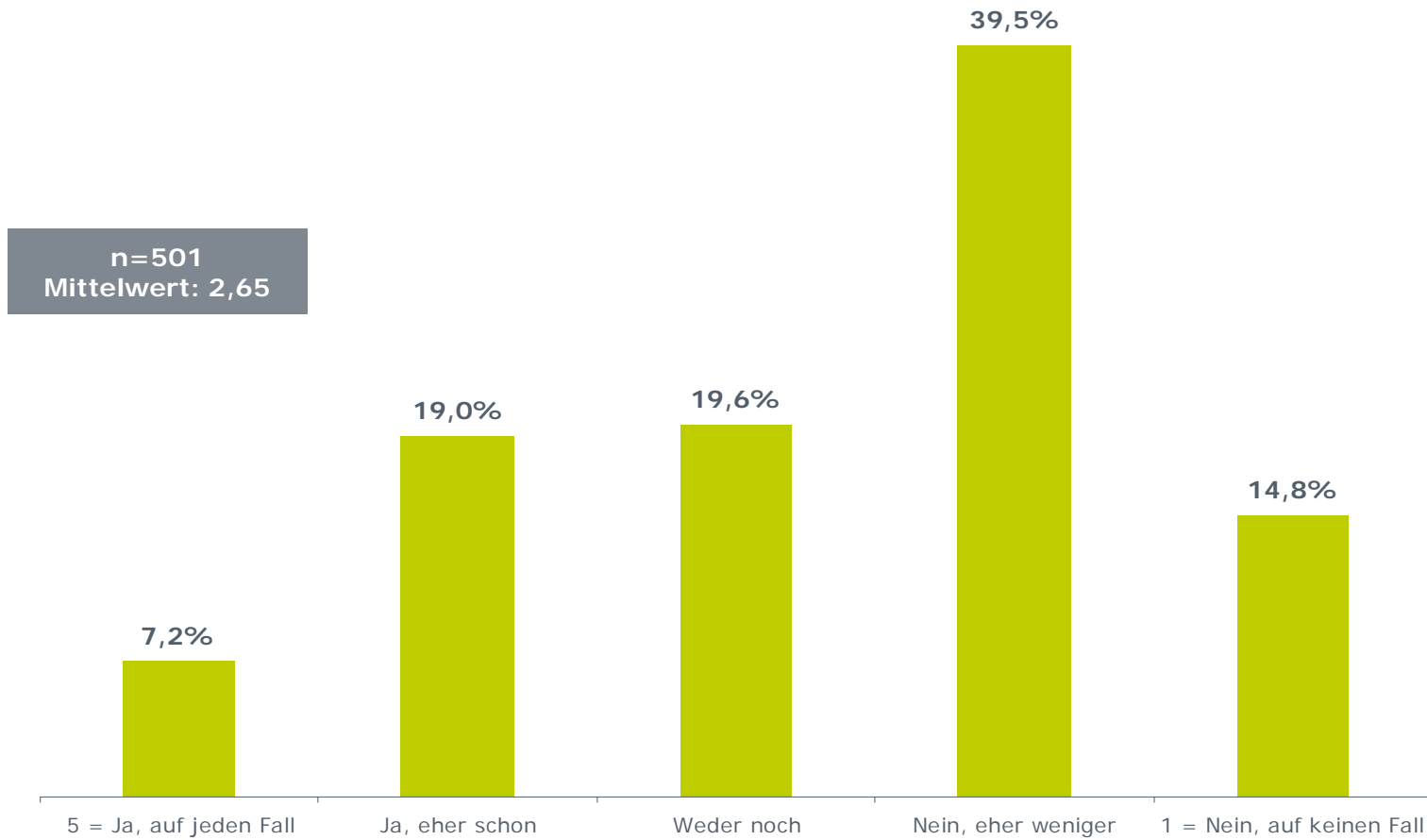
Region	Sample Total	Deutsche Schweiz	Französische Schweiz
absolut	n=447	n=333	n=114
Mittelwert	2,8	2,8	3,1
5 = Ja, auf jeden Fall	7,2%	7,2%	7,0%
Ja, eher schon	29,3%	24,6%	43,0%
Weder noch	15,2%	16,8%	10,5%
Nein, eher weniger	36,9%	40,2%	27,2%
1 = Nein, auf keinen Fall	11,4%	11,1%	12,3%

(Basis: Respondenten haben e-Books noch nicht genutzt)



7. Sind e-Books Ihrer Ansicht nach eine echte Alternative zu traditionellen Büchern?

e-Books als Alternative zu traditionellen Büchern



7. Sind e-Books Ihrer Ansicht nach eine echte Alternative zu traditionellen Büchern?

Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=501	n=245	n=256	n=50	n=91	n=118	n=133	n=109
Mittelwert	2,6	2,8	2,5	2,6	2,6	2,5	2,6	2,8
5 = Ja, auf jeden Fall	7,2%	5,3%	9,0%	8,0%	8,8%	2,5%	6,8%	11,0%
Ja, eher schon	19,0%	24,9%	13,3%	16,0%	16,5%	19,5%	17,3%	23,9%
Weder noch	19,6%	21,6%	17,6%	14,0%	19,8%	20,3%	23,3%	16,5%
Nein, eher weniger	39,5%	38,0%	41,0%	54,0%	35,2%	44,9%	36,1%	34,9%
1 = Nein, auf keinen Fall	14,8%	10,2%	19,1%	8,0%	19,8%	12,7%	16,5%	13,8%



7. Sind e-Books Ihrer Ansicht nach eine echte Alternative zu traditionellen Büchern?

Anzahl der im Jahr gelesenen Bücher	Sample Total	Gar keine Bücher	1 - 4 Bücher	5 - 10 Bücher	11 - 15 Bücher	16 Bücher oder mehr
absolut	n=501	n=57	n=181	n=110	n=58	n=95
Mittelwert	2,6	2,8	2,8	2,7	2,4	2,4
5 = Ja, auf jeden Fall	7,2%	5,3%	5,0%	10,9%	10,3%	6,3%
Ja, eher schon	19,0%	24,6%	26,5%	15,5%	12,1%	9,5%
Weder noch	19,6%	26,3%	21,0%	22,7%	8,6%	15,8%
Nein, eher weniger	39,5%	28,1%	38,7%	32,7%	46,6%	51,6%
1 = Nein, auf keinen Fall	14,8%	15,8%	8,8%	18,2%	22,4%	16,8%



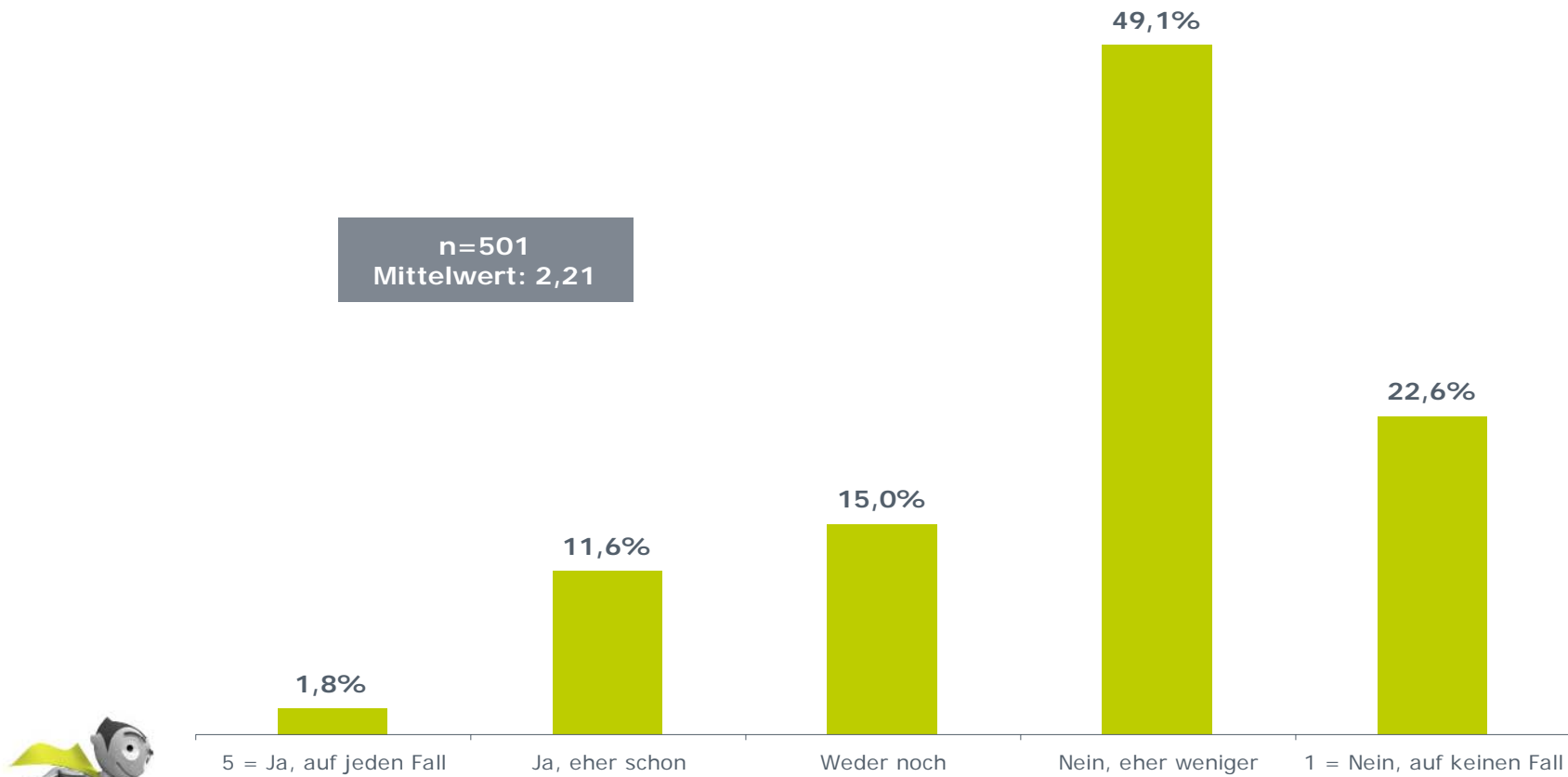
7. Sind e-Books Ihrer Ansicht nach eine echte Alternative zu traditionellen Büchern?

Nutzung/ Bekanntheit von e-Books	Sample Total	Ja, ich kenne e-Books und habe sie auch bereits genutzt	Ja, ich kenne e-Books, habe sie aber noch nicht genutzt	Nein, ich habe noch nie von e-Books gehört
absolut	n=501	n=54	n=372	n=75
Mittelwert	2,6	3,1	2,6	2,6
5 = Ja, auf jeden Fall	7,2%	14,8%	6,2%	6,7%
Ja, eher schon	19,0%	27,8%	18,3%	16,0%
Weder noch	19,6%	18,5%	18,5%	25,3%
Nein, eher weniger	39,5%	31,5%	41,4%	36,0%
1 = Nein, auf keinen Fall	14,8%	7,4%	15,6%	16,0%



8. Glauben Sie, dass e-Books langfristig traditionelle Bücher verdrängen werden?

Langfristige Verdrängung der traditionellen Bücher durch e-Books



**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 163'000 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.



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

Ursula Kaspar
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich

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

