

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



## Das neue Apple iPad

... Interesse, Kaufabsicht, Vor- und Nachteile ...



Juni 2010

## 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 = 500 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- \_ **Erhebungszeitraum:** 09.06.2010 – 18.06.2010
- \_ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Umfang:** 8 geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- \_ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



## Zusammensetzung des Samples:

<b>Basis</b>	<b>500</b>	<b>in %</b>
<b>Geschlecht</b>		
Männlich	247	49,4%
Weiblich	253	50,6%
<b>Alter</b>		
14 - 19 Jahre	56	11,2%
20 - 29 Jahre	99	19,8%
30 - 39 Jahre	114	22,8%
40 - 49 Jahre	130	26,0%
50 - 59 Jahre	101	20,2%
<b>Ausbildungsniveau</b>		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	47	9,4%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	247	49,4%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	74	14,8%
Fachhochschule, HWV, Technikum	74	14,8%
Universität, Hochschule, ETH	58	11,6%
<b>Region</b>		
Deutschschweiz	375	75,0%
Westschweiz	125	25,0%



---

# Die Ergebnisse:





Seit kurzem ist das neueste Produkt des amerikanischen Herstellers Apple auf dem Markt – das iPad.

Das iPad ist ein Tablet-Computer mit einem 9,7 Zoll-Touchscreen, der sich durch einen berührungsempfindlichen Bildschirm (Multi-Touch) per Fingerdruck bedienen lässt. Die Software basiert auf der des Apple iPhones, das ein ähnliches Bedienkonzept hat, die Akkulaufzeit ist mit rund 10 Stunden, die Stand-by-Zeit mit mehreren Wochen angegeben.

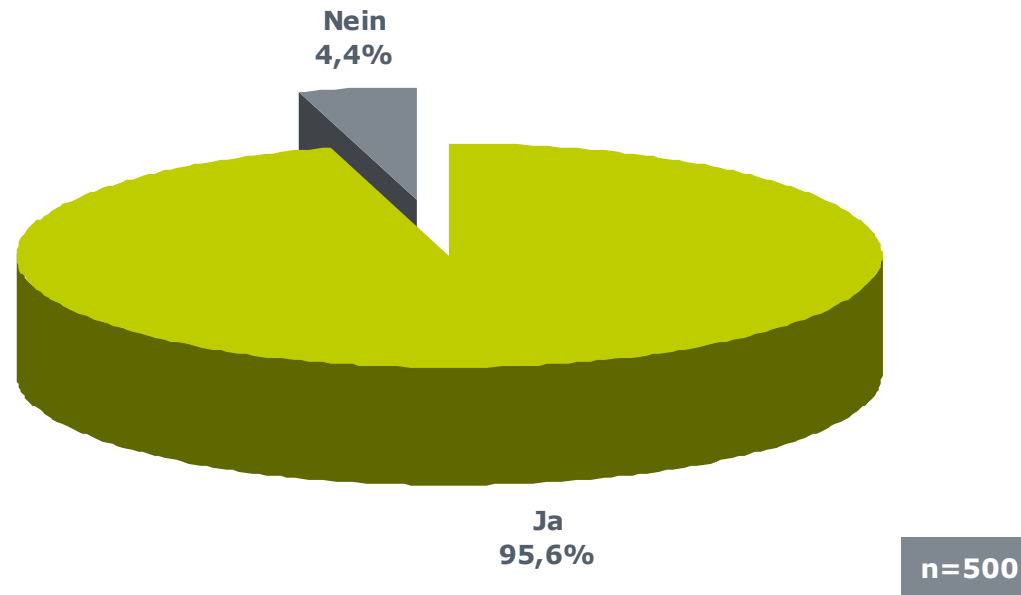
Mit dem iPad können verschiedenste Funktionen genutzt werden wie Internet surfen, Musik hören oder Videos ansehen. Weiters stehen tausende Apps, d.h. Softwareprogramme, zum Download bereit. Über das iPad können ausserdem E-Books heruntergeladen und gelesen werden.



# 1. Haben Sie vom iPad bereits gehört oder gelesen?

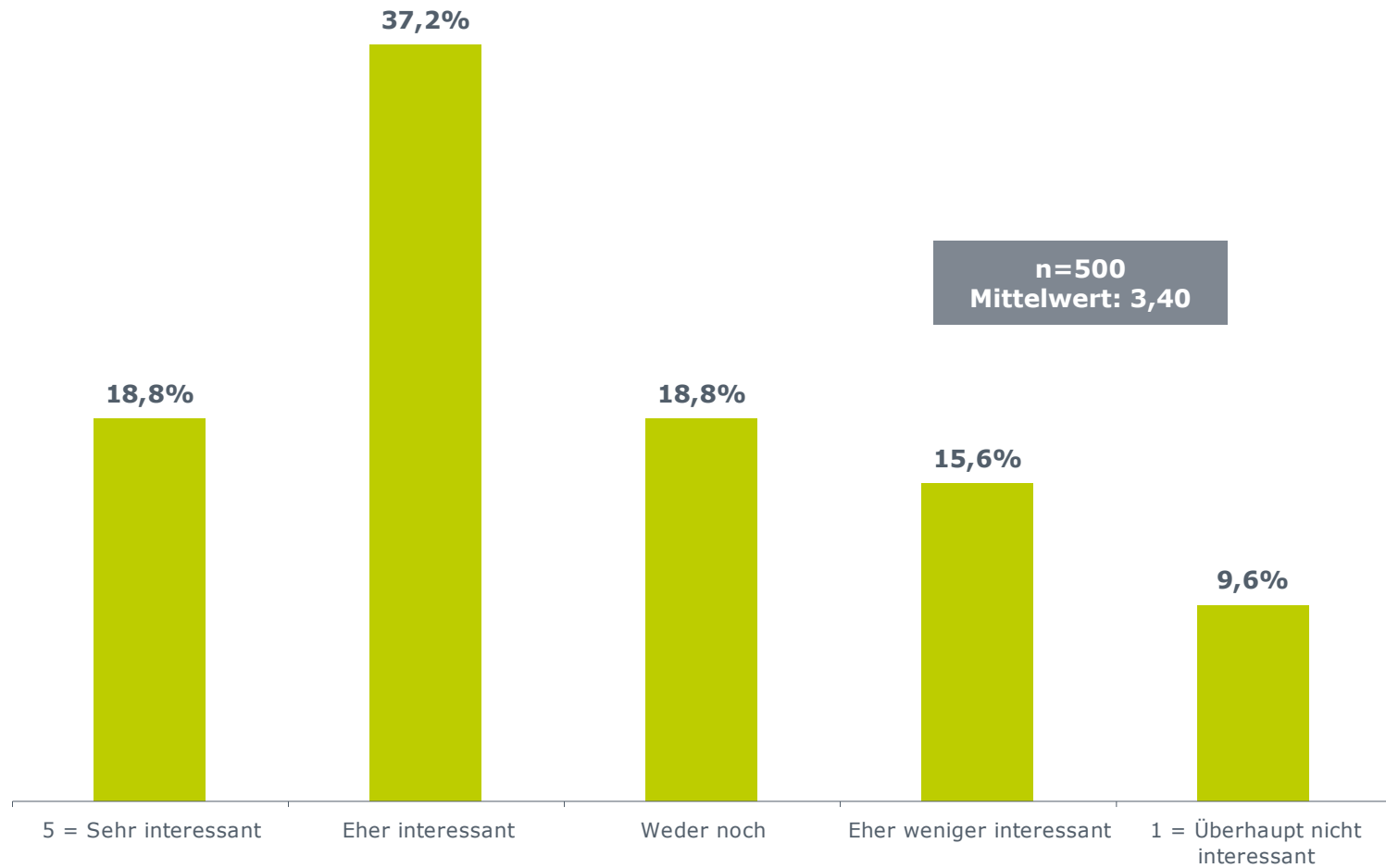
---

Bekanntheit des iPads



## 2. Wie interessant empfinden Sie das iPad ganz grundsätzlich? [...]

Grundsätzliches Interesse am iPad



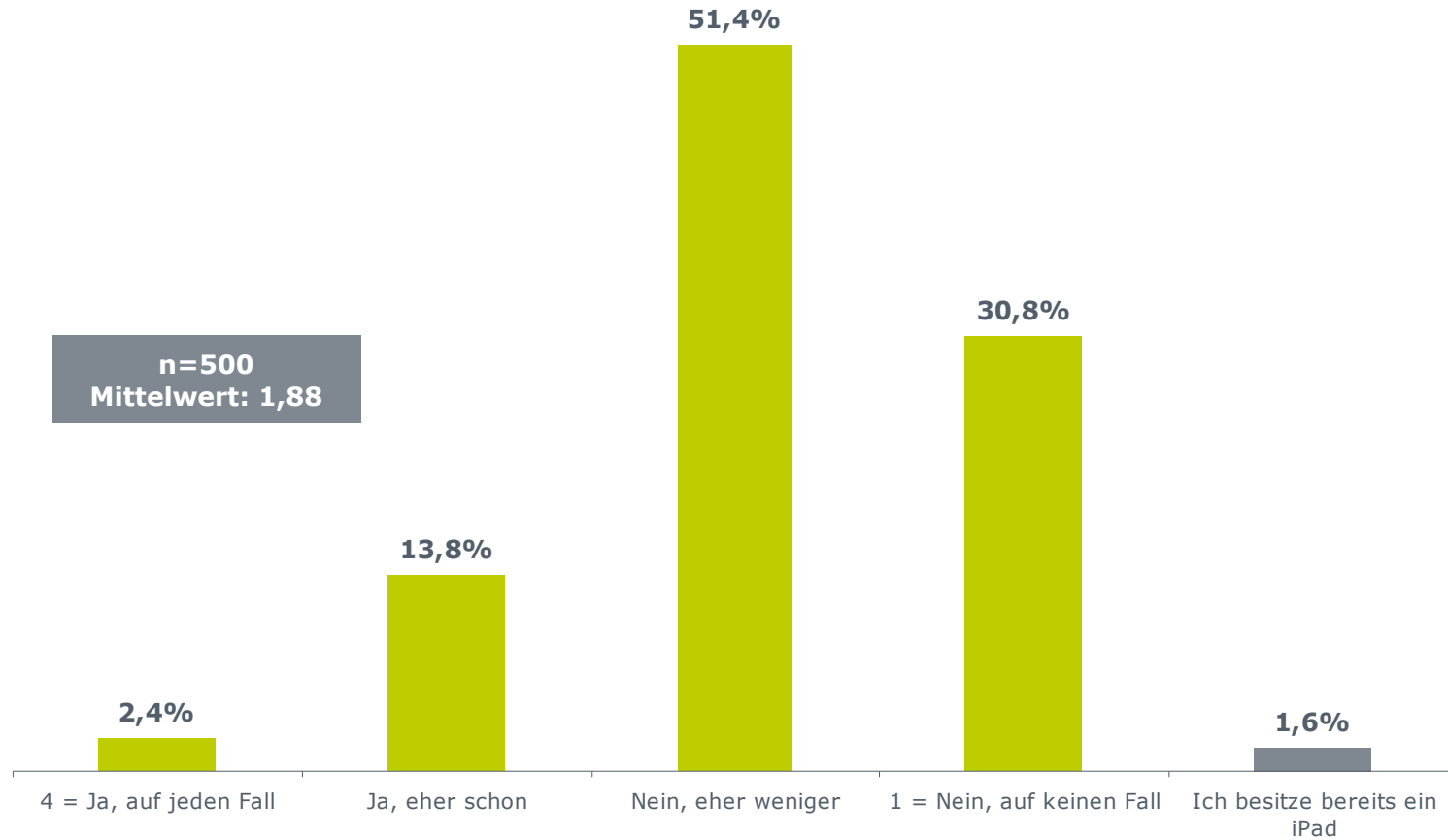
## 2. Wie interessant empfinden Sie das iPad ganz grundsätzlich? [...]

Region	Sample Total	Deutschschweiz	Westschweiz
absolut	n=500	n=375	n=125
Mittelwert	3,4	3,4	3,4
5 = Sehr interessant	18,8%	20,5%	13,6%
Eher interessant	37,2%	36,0%	40,8%
Weder noch	18,8%	17,6%	22,4%
Eher weniger interessant	15,6%	14,1%	20,0%
1 = Überhaupt nicht interessant	9,6%	11,7%	3,2%



### 3. Planen Sie, ein iPad anzuschaffen?

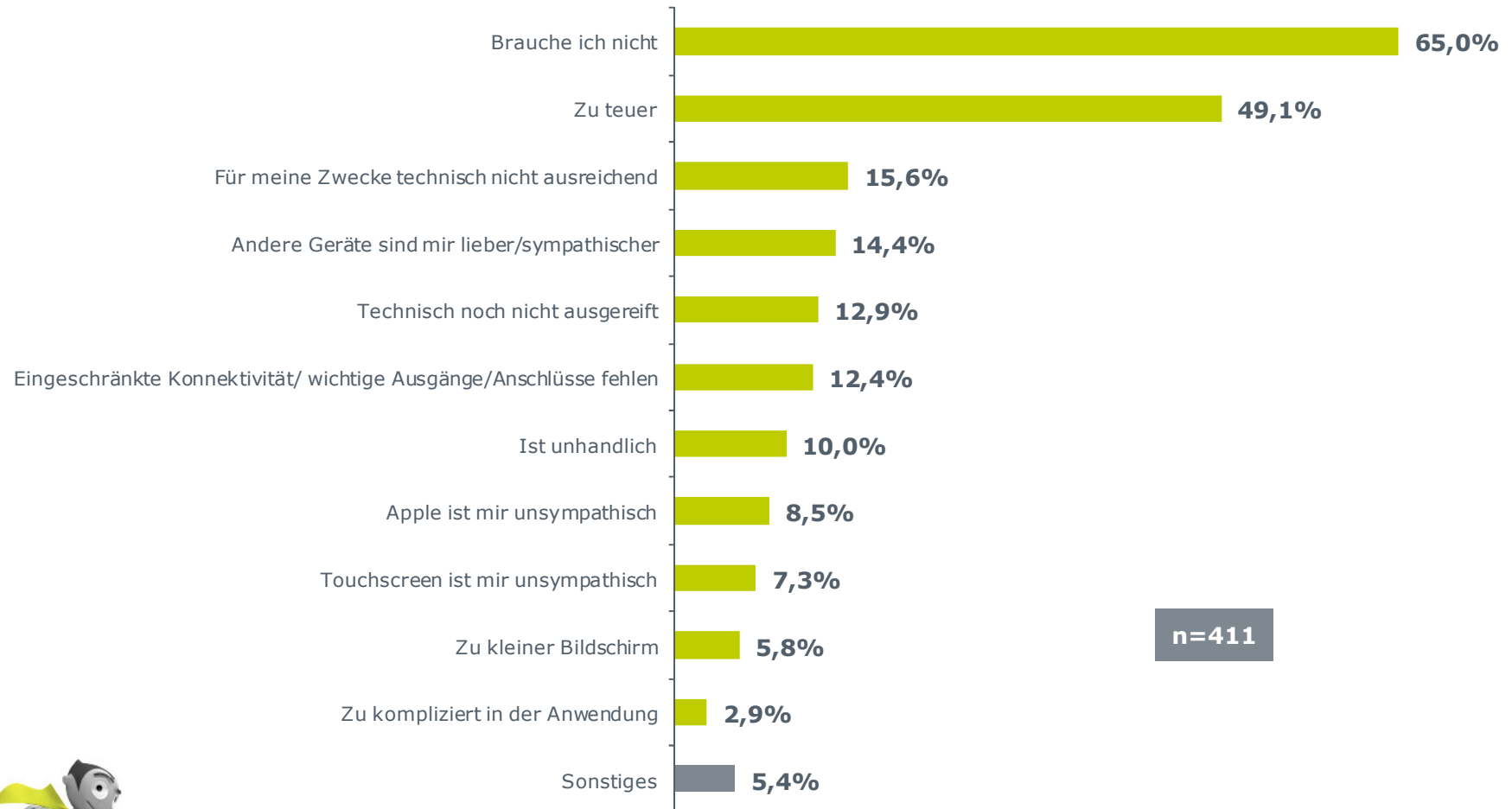
Anschaffung eines iPads ist geplant ...



## 6. Warum möchten Sie sich ein solches iPad nicht anschaffen, was sind Ihre Gründe dafür?

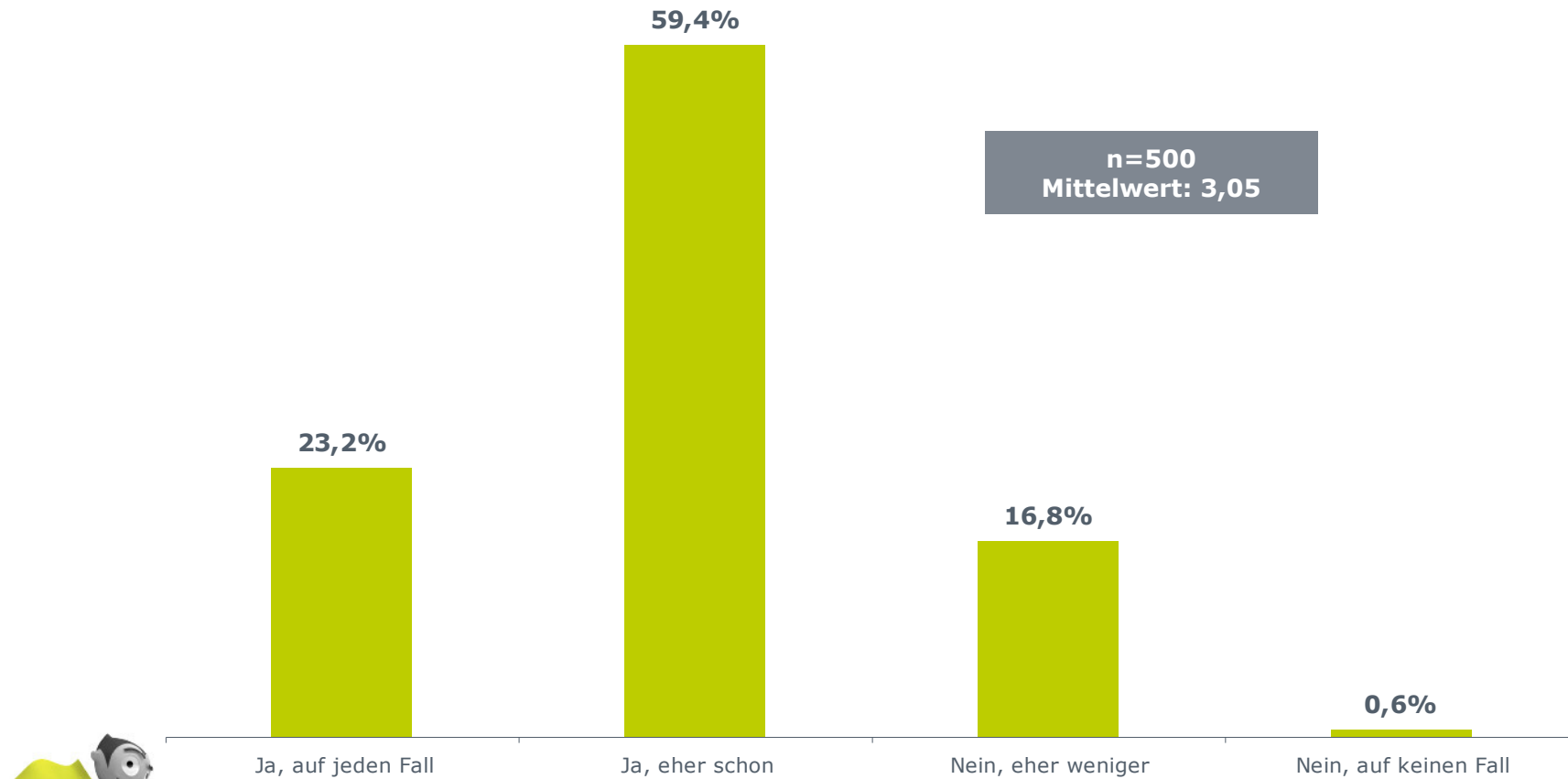
### Gründe, weshalb ein iPad nicht angeschafft wird

(Basis: Respondenten planen eher weniger/auf keinen Fall, sich ein iPad anzuschaffen)



## 8. Glauben Sie, dass sich das iPad am Markt etablieren wird, d.h. dass es sich länger am Markt halten wird?

Das iPad wird sich länger am Markt halten ...



---

# 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 18'000 Schweizer Panelisten umfassende Online-Access-Panel (plus 154'000 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**

**+41 (0) 43 466 88 44  
u.kaspar@marketagent.com  
[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

