

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

# Kommunikation in der Krise - Krise in der Kommunikation?

Thomas Schwabl  
Wien, am 25. November 2008



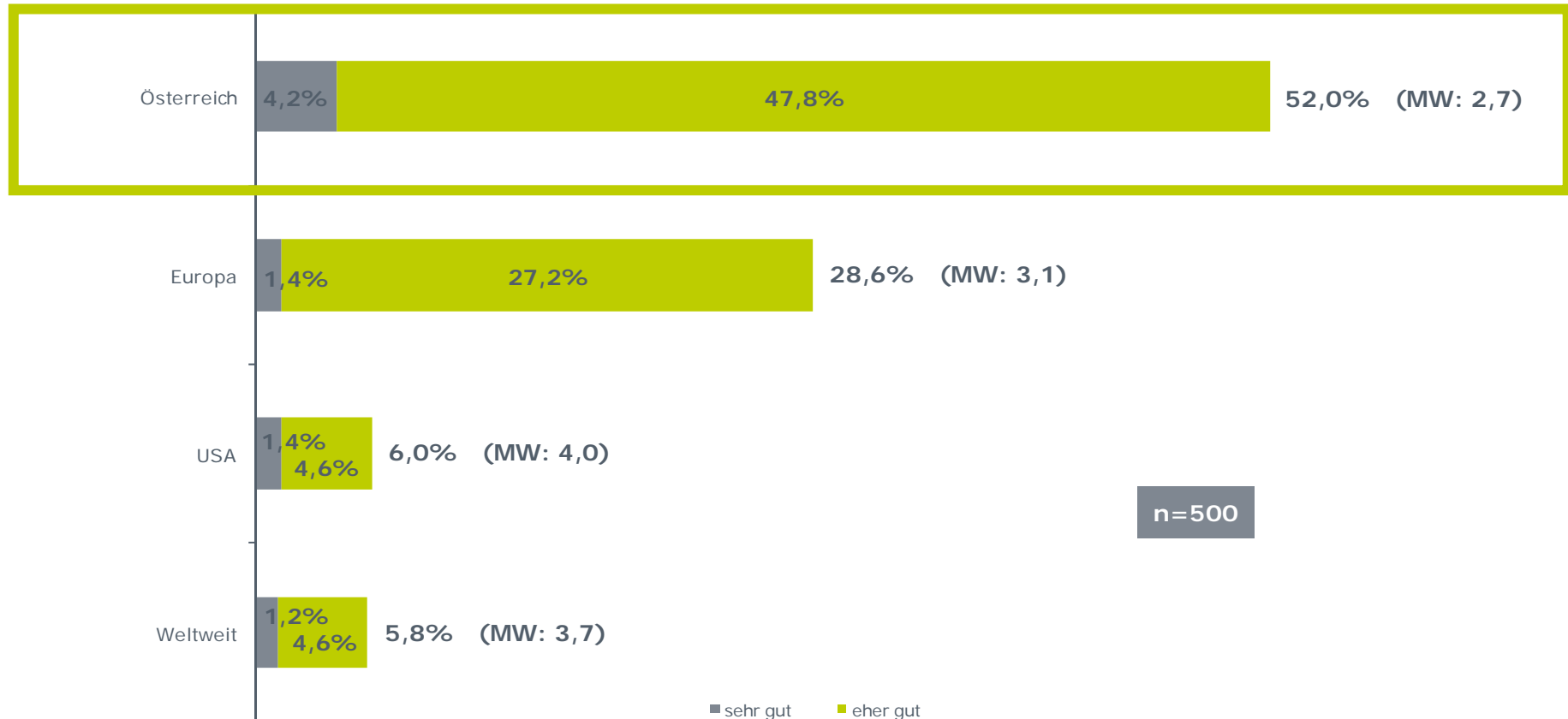
## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

Befragung:	Ad-hoc-Studie	Branchenreport
Methode:	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)	
Instrument:	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform	
Respondenten:	webaktive Österreicher zwischen 14 und 69 Jahren	webaktive Österreicher zwischen 14 und 59 Jahren
Sample-Größe:	n=500	n=1.001
Erhebungszeitraum:	13.11.2008 – 19.11.2008	23.05.2008 – 02.06.2008
Grundgesamtheit:	webaktive Österreicher zwischen 14 und 69 Jahren	webaktive Österreicher zwischen 14 und 59 Jahren
Umfang:	13 offene/geschlossene Fragen	30 offene/geschlossene Fragen
Studienleitung:	Marketagent.com, Mag. Thomas Schwabl; Mag. Judith Leutgeb	
Kontakt:	t.schwabl@marketagent.com / j.leutgeb@marketagent.com	



# Lediglich 4,2% bewerten die aktuelle wirtschaftliche Lage in Österreich mit „sehr gut“. Im internationalen Vergleich ist das aber noch ein solides Ergebnis.

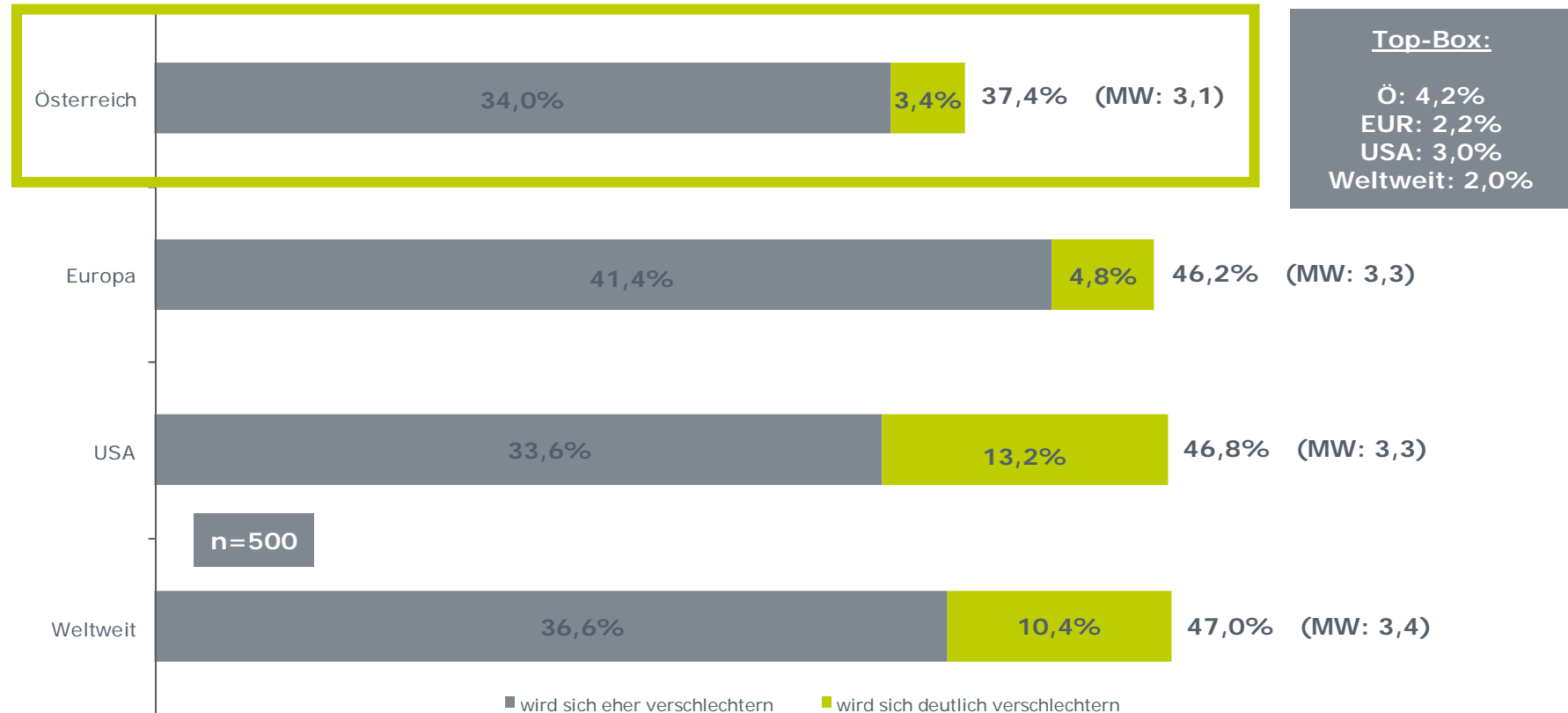
Top-2-Boxes: bewertet mit "sehr gut & eher gut"



Wie schätzen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage in den folgenden Regionen ein? Bitte verwenden Sie für Ihre Bewertung eine Skala von "sehr gut" bis "sehr schlecht", dazwischen können Sie fein abstufen.

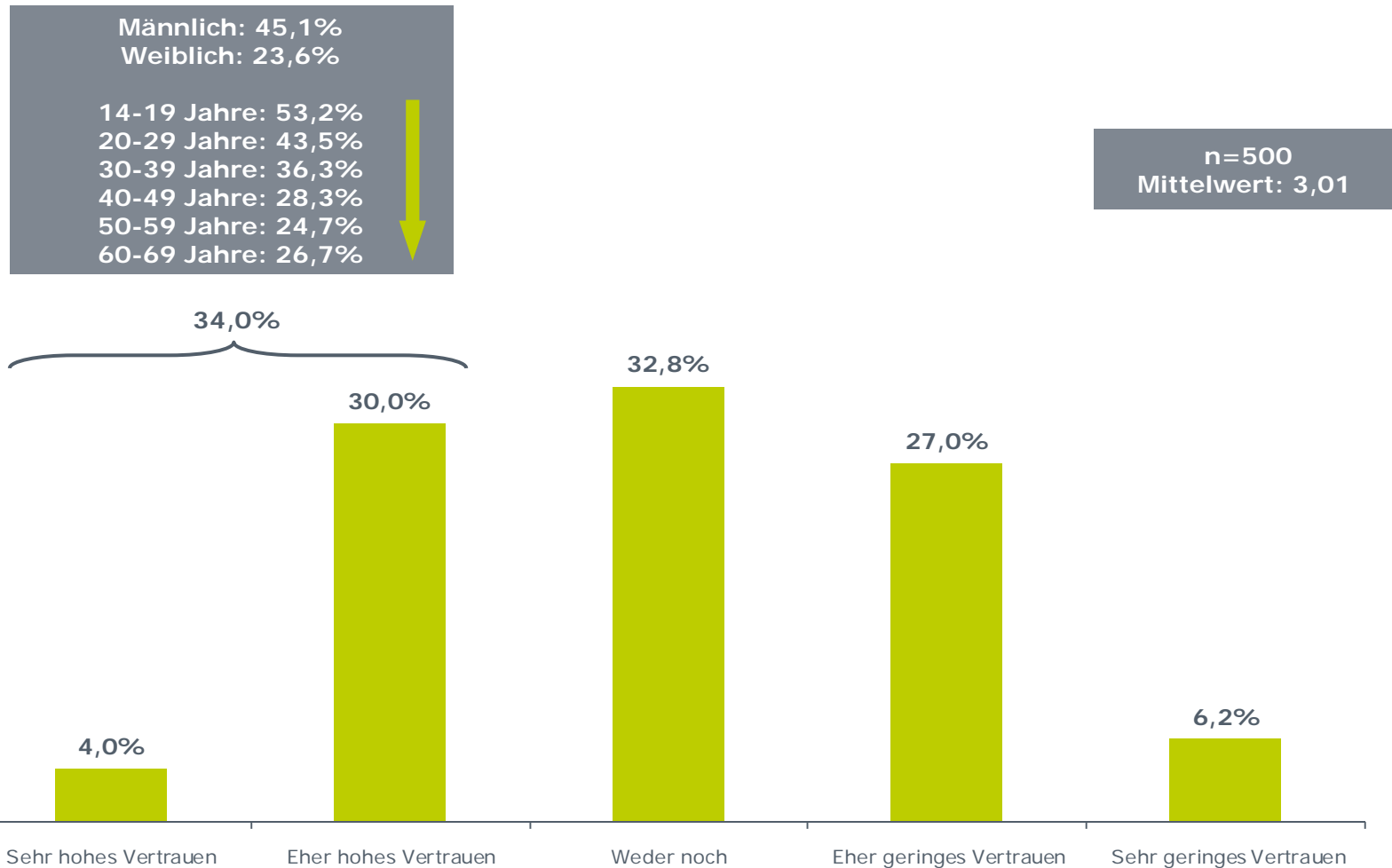
# Die Wirtschaft steuert keinen rosigen Zeiten entgegen: Rund 37% erwarten eine Verschlechterung in den nächsten 12 Monaten!

Bottom-2-Boxes: bewertet mit "wird sich eher verschlechtern & wird sich deutlich verschlechtern"



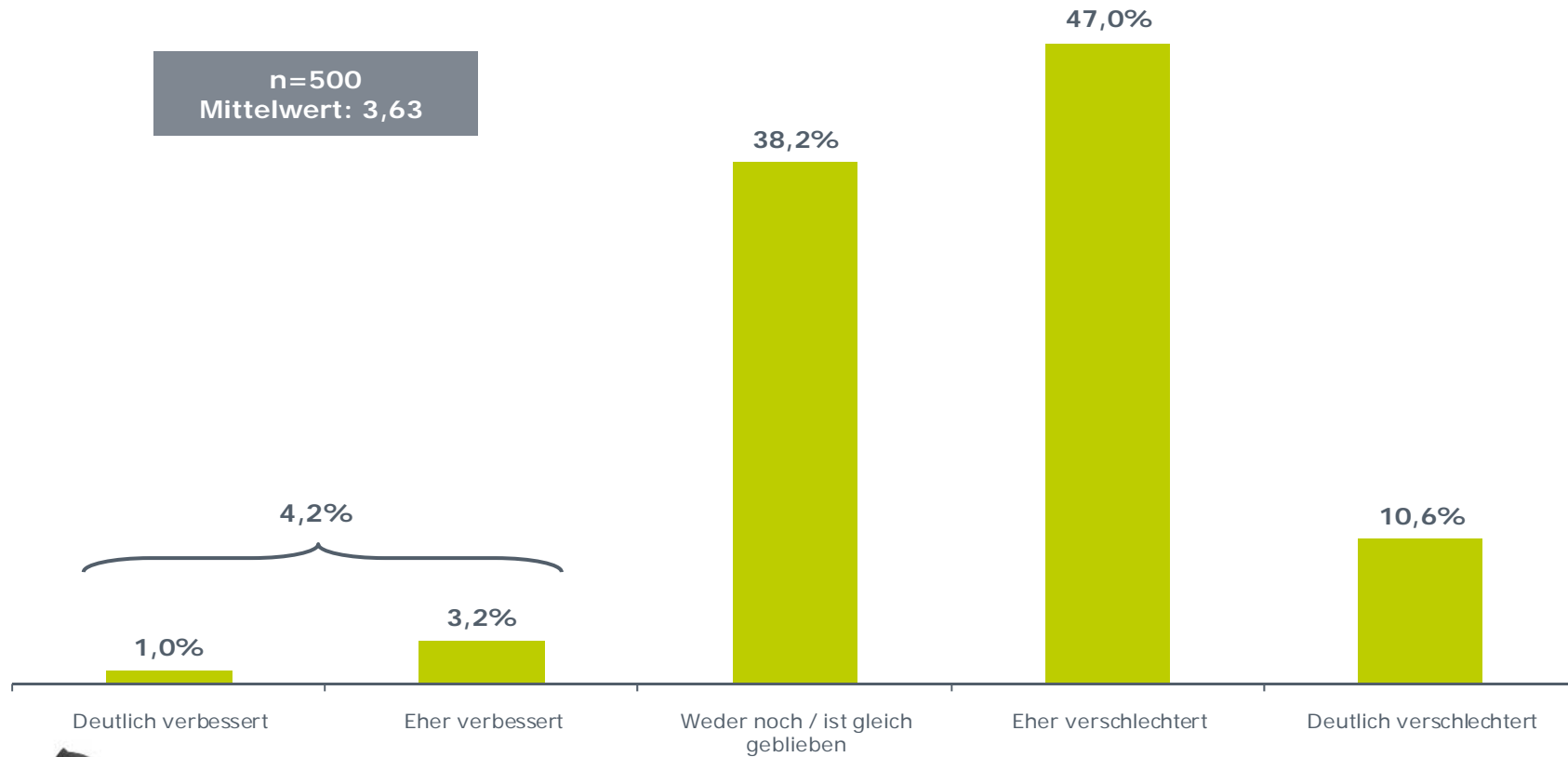
Und wie schätzen Sie die Entwicklung der wirtschaftlichen Lage in den folgenden Regionen in den nächsten 12 Monaten ein? Bitte bewerten Sie auf einer Skala von "wird sich deutlich bessern" bis "wird sich deutlich verschlechtern", dazwischen können Sie fein abstimmen.

# Das Vertrauen in die Finanzbranche ist getrübt: rund ein Drittel bewerten es mit zumindest „eher gering“!



Wie hoch ist Ihr Vertrauen in die österreichische Finanzbranche ganz allgemein?

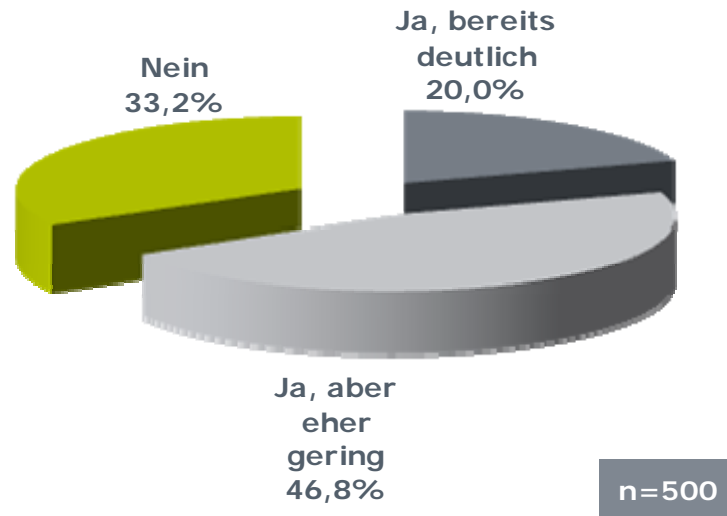
# Das Vertrauen in die österreichische Finanzbranche hat sich in den letzten 6 Monaten deutlich verschlechtert!



Inwieweit hat sich Ihr Vertrauen in die österreichische Finanzbranche in den letzten 6 Monaten geändert?

# Derzeitige vs. erwartete Auswirkungen durch die Finanz- und Bankenkrise: 2/3 spüren bereits Auswirkungen.

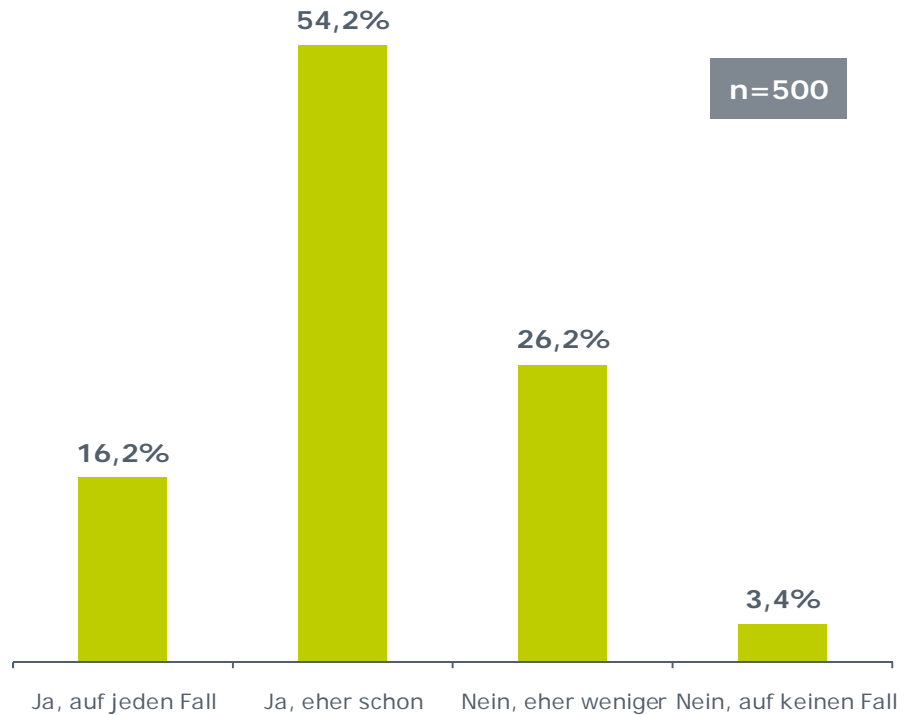
Derzeitig spürbare Auswirkungen durch die Finanzkrise



Spüren Sie persönlich in Ihrem Leben bereits Auswirkungen durch die Finanz- und Bankenkrise?

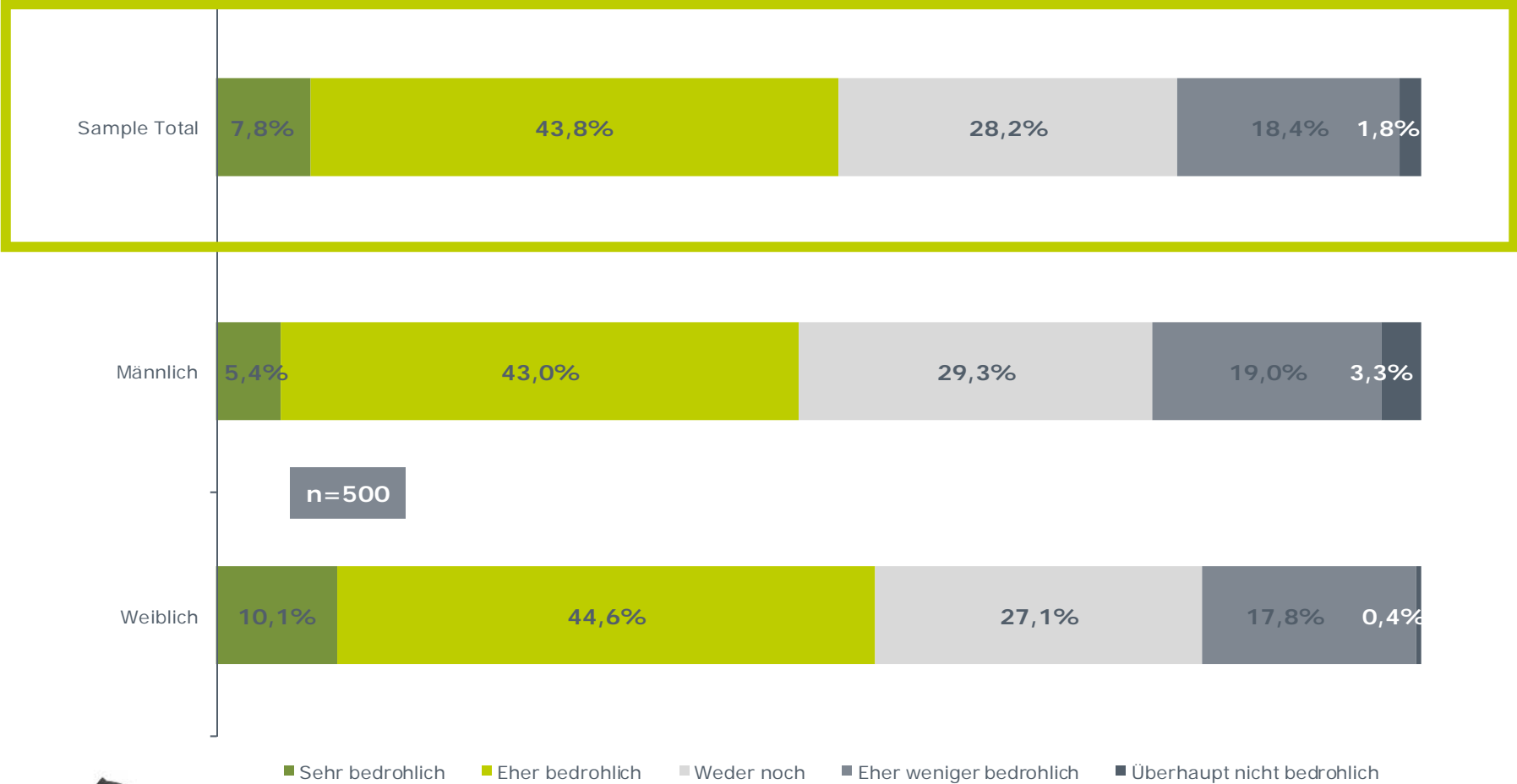


Erwartete Auswirkungen durch die Finanz- und Bankenkrise in den nächsten 12 Monaten



Erwarten Sie, dass Sie persönlich Auswirkungen durch die Finanz- und Bankenkrise in den nächsten 12 Monaten (stärker) spüren werden?

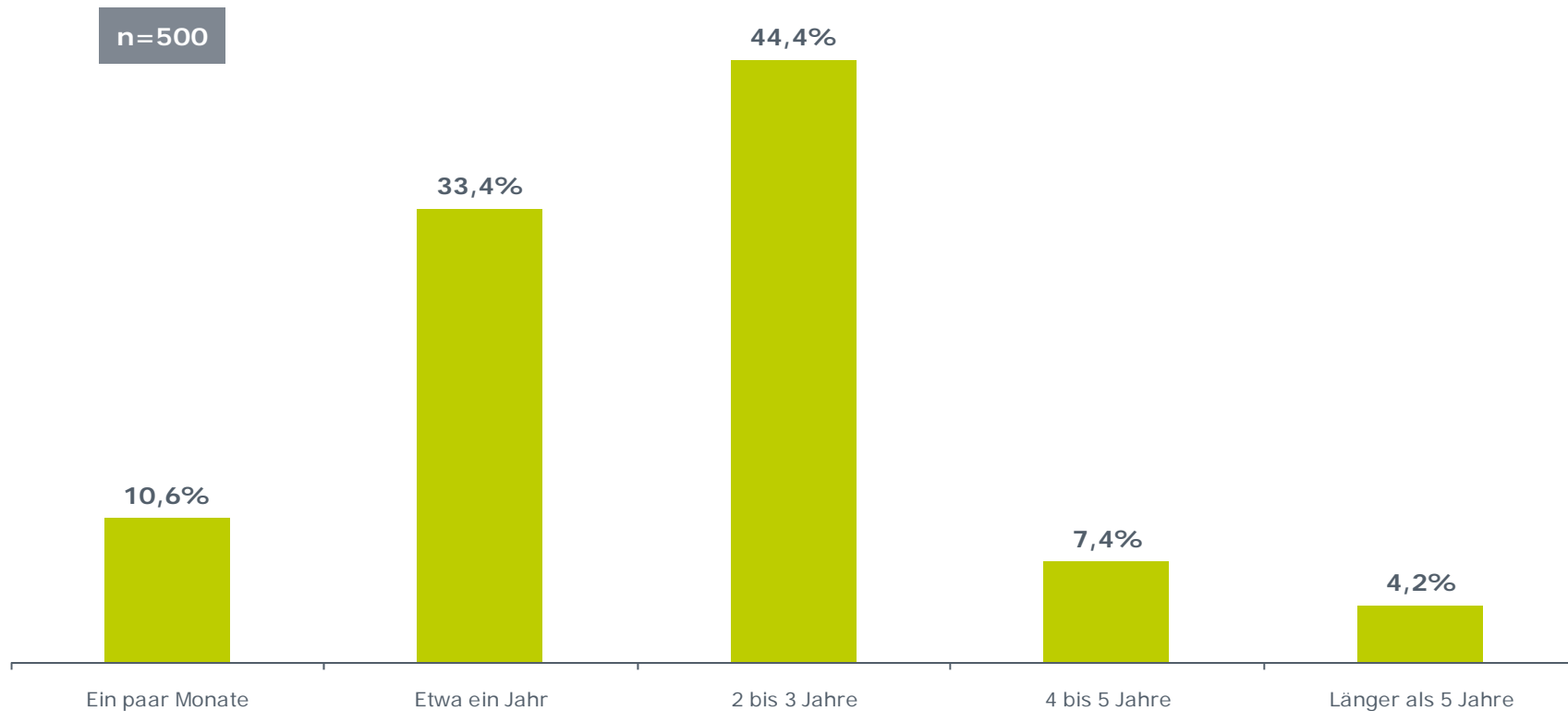
# Rund die Hälfte der Befragten schätzt die Finanz- und Bankenkrise als zumindest „eher bedrohlich“ ein.



Wie bedrohlich schätzen Sie persönlich die Finanz- und Bankenkrise in Österreich ein?



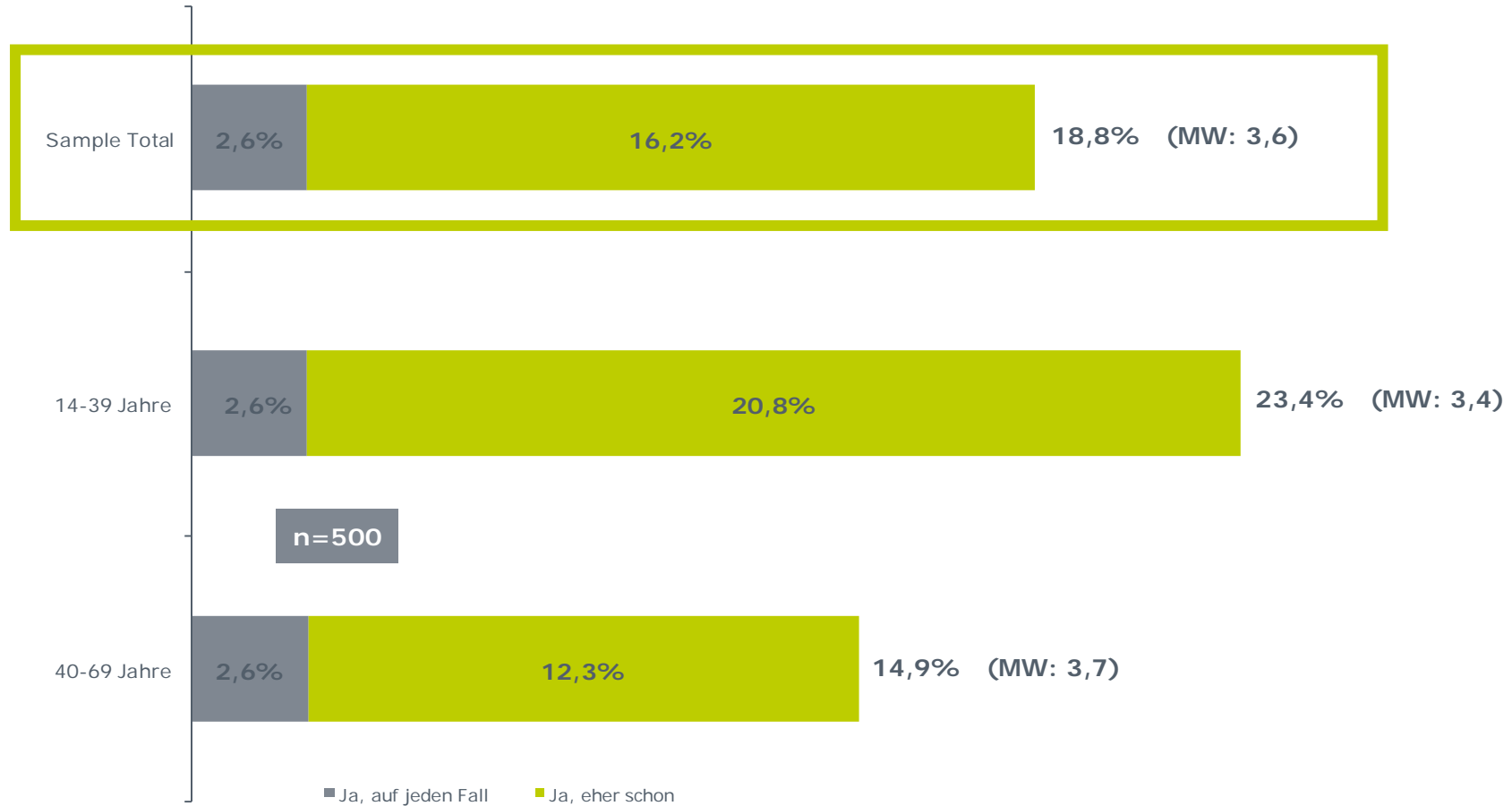
# Die aktuelle Finanz- und Bankenkrise wird als nachhaltig eingeschätzt. Lediglich 10% gehen von einem „Strohfeuer“ aus!



Wie nachhaltig schätzen Sie persönlich die aktuelle Finanz- und Bankenkrise ein? Damit meinen wir, wie lange glauben Sie, dass die momentane Krise anhalten wird?

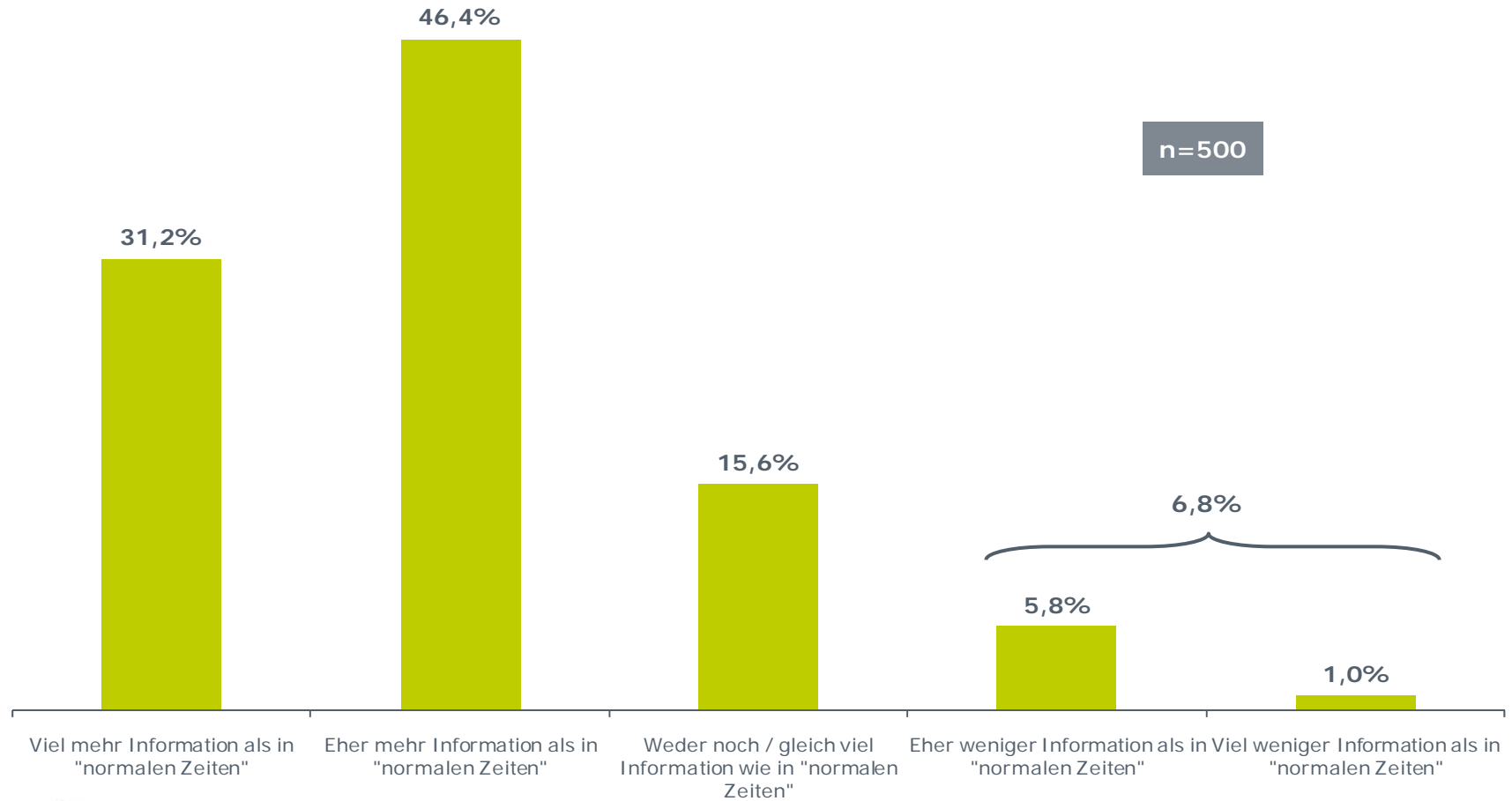
# Nur jeder 5. fühlt sich ausreichend informiert! Speziell bei älteren Personen gibt es ein größeres wahrgenommenes Informationsdefizit.

Top-2-Boxes: bewertet mit "Ja, auf jeden Fall & Ja, eher schon"



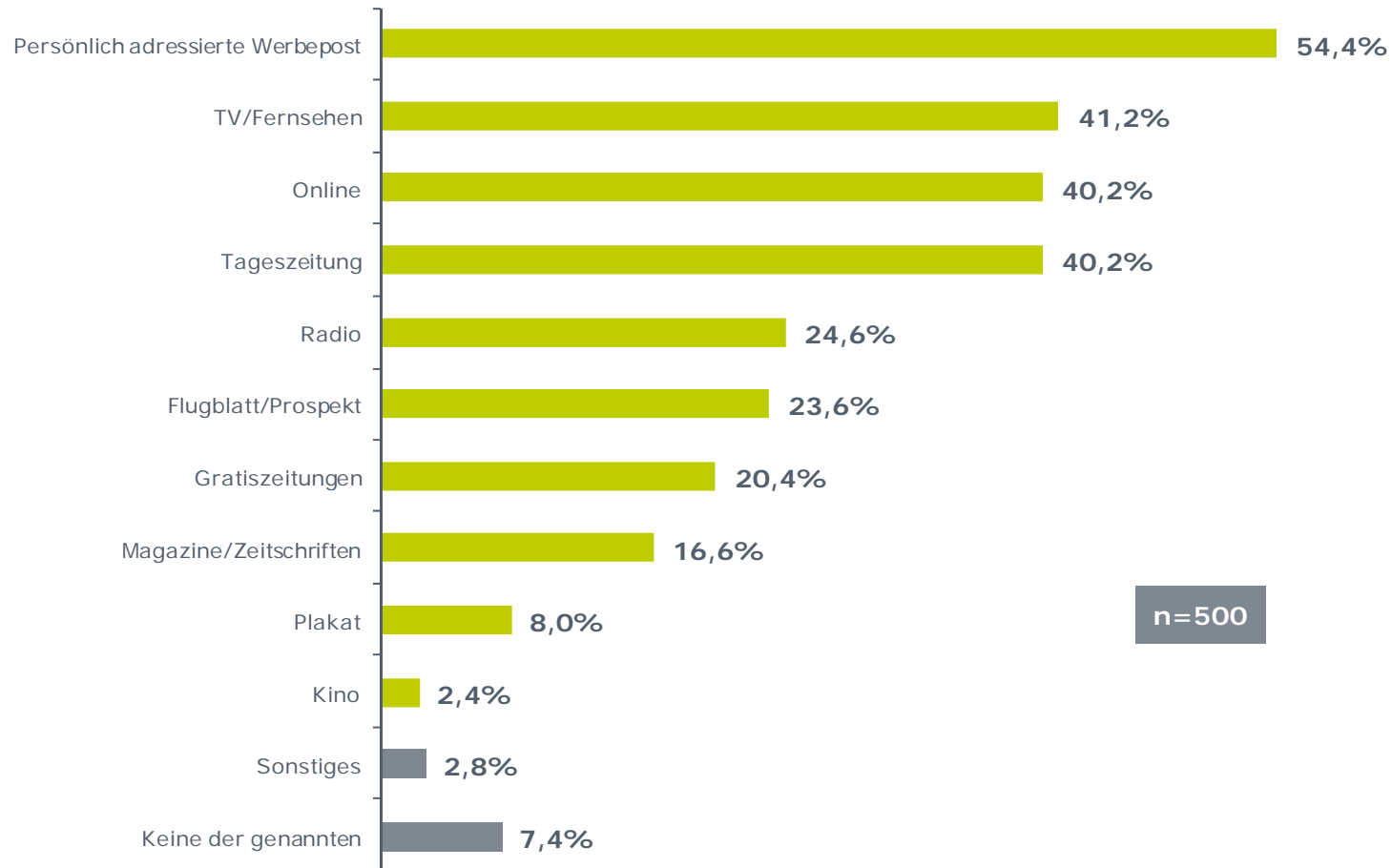
Fühlen Sie sich von Banken und Kreditinstituten in Bezug auf die Finanzkrise ausreichend informiert?

# In Krisenzeiten erwartet man sich deutlich mehr Informationen von Banken und Kreditinstituten!



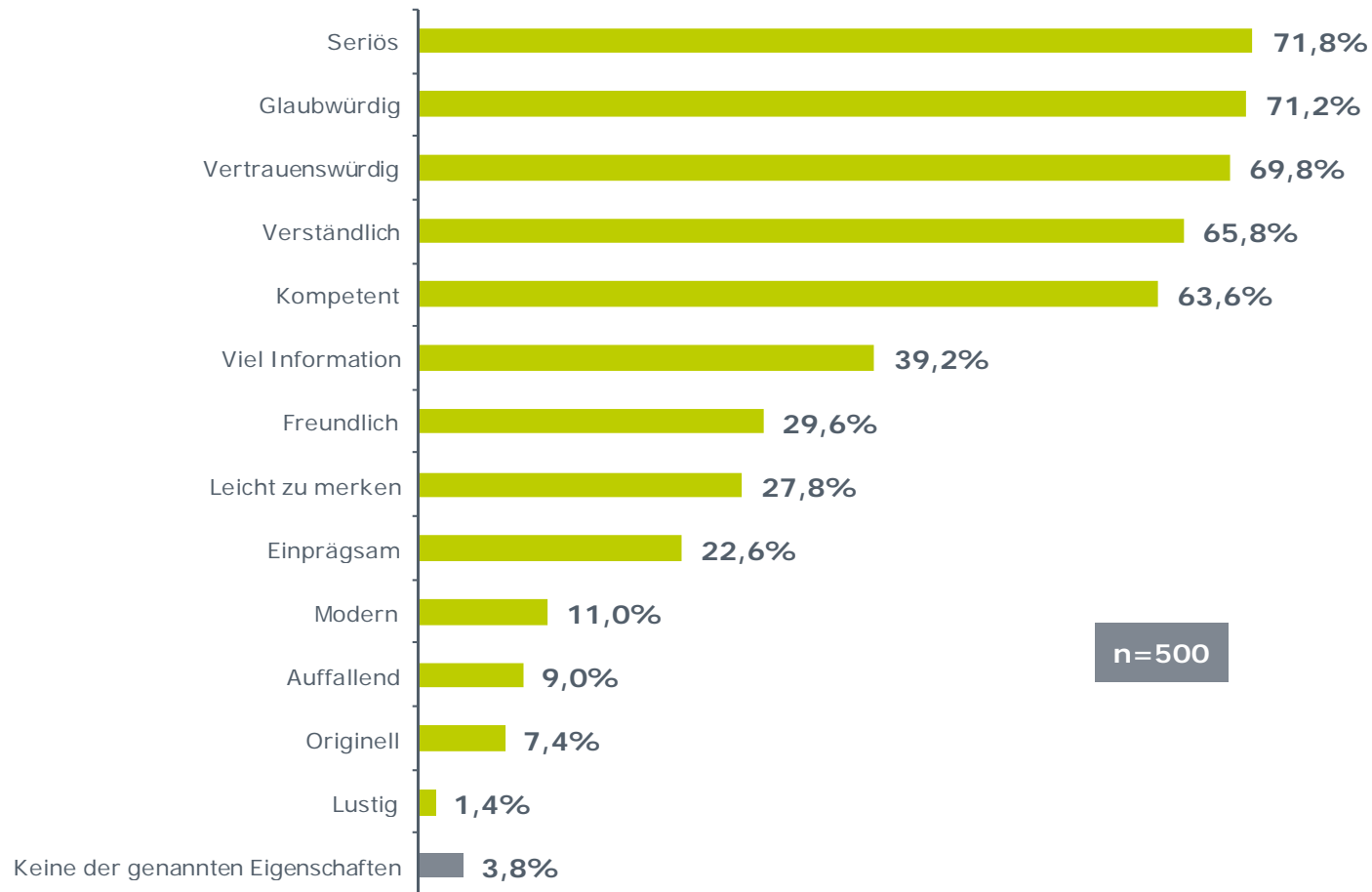
Erwarten Sie sich in Krisenzeiten mehr oder weniger Information von Banken und Kreditinstituten?

# Persönlich adressierte Werbepost ist die bevorzugte Werbeform in Zeiten der Finanz- und Bankenkrise!



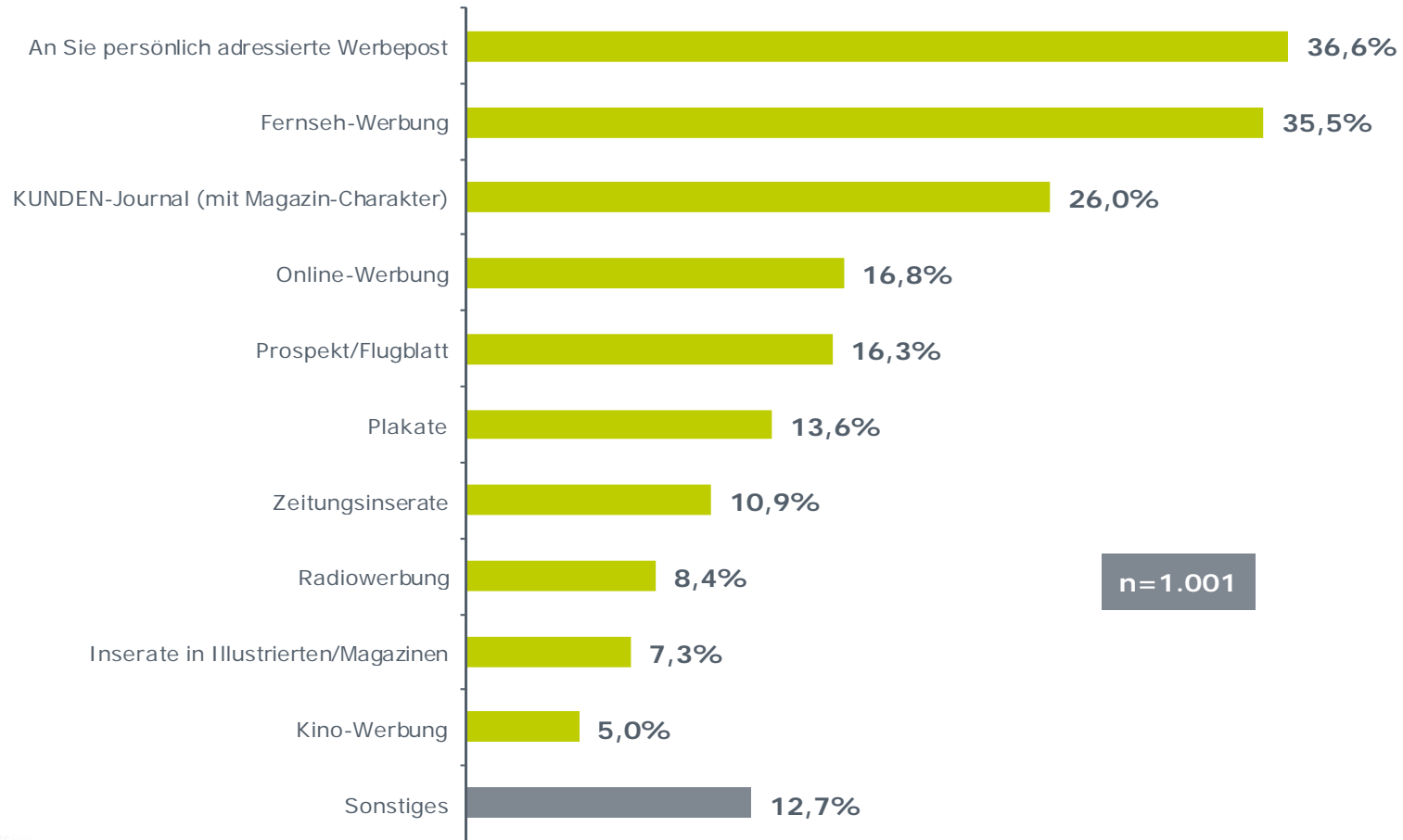
Welche Werbeformen/Informationskanäle sollten von Banken und Kreditinstituten Ihrer Ansicht nach in Zeiten der Finanz- und Bankenkrise vermehrt eingesetzt werden?

## Seriosität und Glaubwürdigkeit sind die wichtigsten Eigenschaften, die Werbung von Banken und Kreditinstituten ausstrahlen sollte!



Welche der folgenden Eigenschaften sollten Ihrer Meinung nach auf Werbung von Banken und Kreditinstituten idealer Weise zutreffen? Bitte selektieren Sie alle Eigenschaften, die eine Werbung von Banken und Kreditinstituten haben sollte.

# Persönlich adressierte Werbepost und Fernseh-Werbung sind im Bereich „Banken/Geldinstitute“ am sympathischsten!

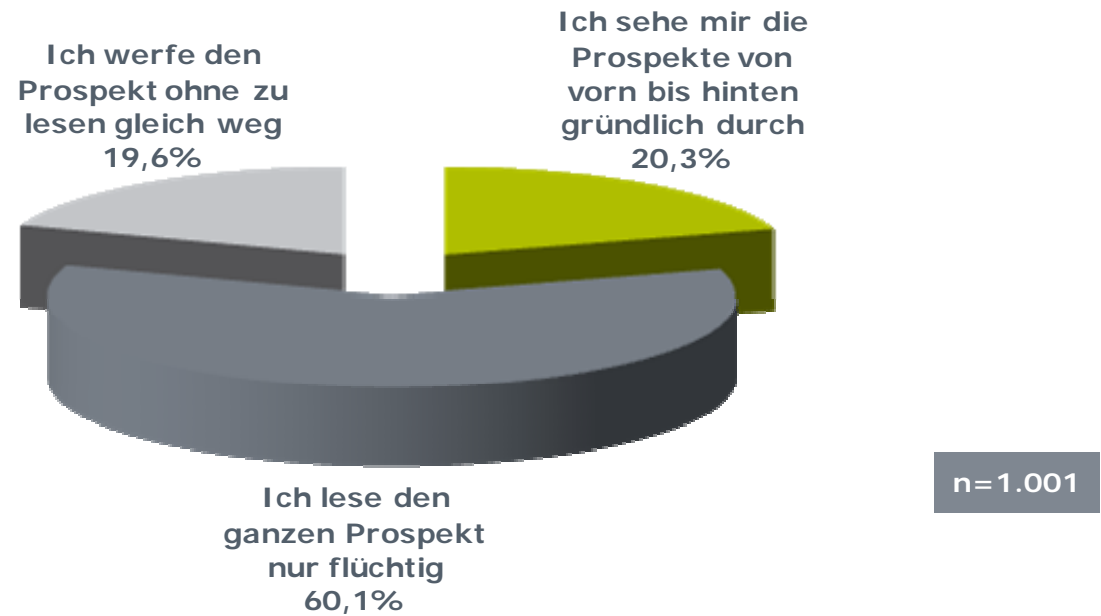


Und welche Werbeform ist Ihnen im Bereich "Banken/Geldinstitute" besonders sympathisch?



# 8 von 10 Personen lesen Prospekte aus dem Banken-Sektor zumindest flüchtig!

---



Denken Sie nun bitte wieder speziell an Prospekte aus dem Bankensektor. Inwieweit nutzen/lesen Sie Prospekte aus dem Bereich "Banken/Geldinstitute"? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?

## Summary ...

---



Die aktuelle wirtschaftliche Lage wird eher zurückhaltend beurteilt



In den nächsten 12 Monaten wird eine deutliche Verschlechterung erwartet



Das Vertrauen in die Finanz- und Bankenlandschaft ist angekratzt



2/3 spüren bereits Auswirkungen durch die Finanz-/Bankenkrise



Die Bankenkrise wird als bedrohlich & nachhaltig wahrgenommen



Es gibt ein Informationsdefizit / man erwartet sich mehr Information



Die Werbung sollte Vertrauen und Glaubwürdigkeit kommunizieren



Die pers. adressierte Werbepost erscheint krisentauglich und sympathisch





[MARKETAGENT.COM](http://MARKETAGENT.COM)

Rückfragen / Feedback ...

---

**Thomas Schwabl, Mag.**  
**t.schwabl@marketagent.com**  
**+43 (0)2236 – 205 886**

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**  
**Brown Boveri Strasse 8/1**  
**A-2351 Wiener Neudorf**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

