

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

## Aspekte des Lebens



Mai 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 Deutsch-Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Sample-Größe:** n = 501 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- \_ **Erhebungszeitraum:** 19.05.2009 – 27.05.2009
- \_ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Deutsch-Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Umfang:** 4 geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Ursula Kaspar / Daniela Karobath
- \_ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



## Original-Fragestellungen

---

- Wir zeigen Ihnen im Folgenden einige Aspekte, die im Leben wichtig sein können. Wie wichtig sind diese Aspekte für Sie persönlich? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht wichtig“ bis „6 = sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Inwieweit machen die folgenden Aspekte Sie persönlich glücklich? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht glücklich“ bis „6 = sehr glücklich“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte und Situationen als frustrierend? Bitte verwenden Sie für Ihre Beurteilung eine Skala von „1 = überhaupt nicht frustrierend“ bis „6 = sehr frustrierend“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Inwieweit flößen Ihnen die folgenden Aspekte bzw. die Aussicht auf folgende Situationen Angst ein? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht angsteinflößend“ bis „6 = sehr angsteinflößend“, dazwischen können Sie fein abstufen.



## Zusammensetzung des Samples:

Basis	501	in %
<b>Geschlecht</b>		
Männlich	246	49,1%
Weiblich	255	50,9%
<b>Alter</b>		
14 - 19 Jahre	50	10,0%
20 - 29 Jahre	92	18,4%
30 - 39 Jahre	118	23,6%
40 - 49 Jahre	134	26,7%
50 - 59 Jahre	107	21,4%



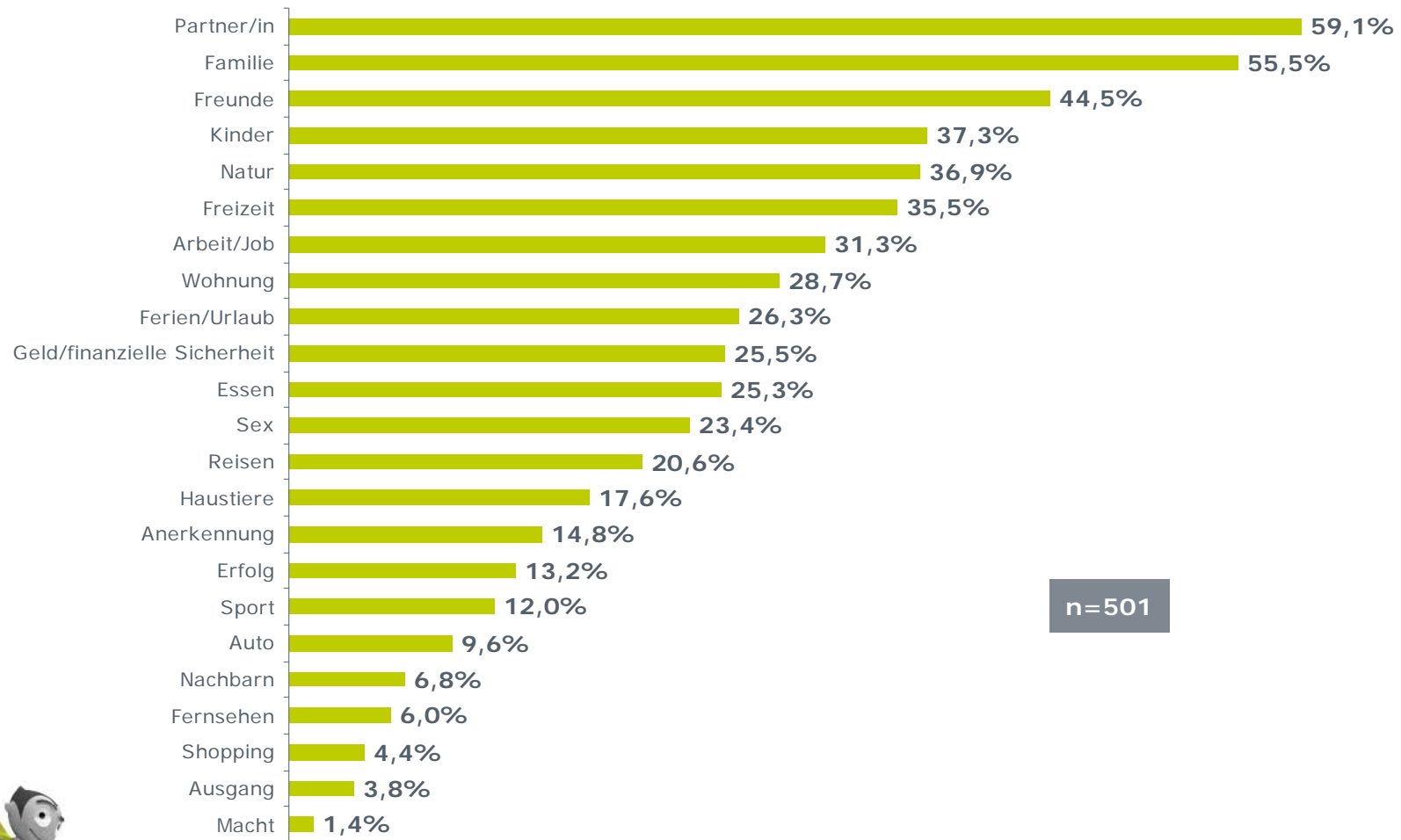
---

## Die Ergebnisse:



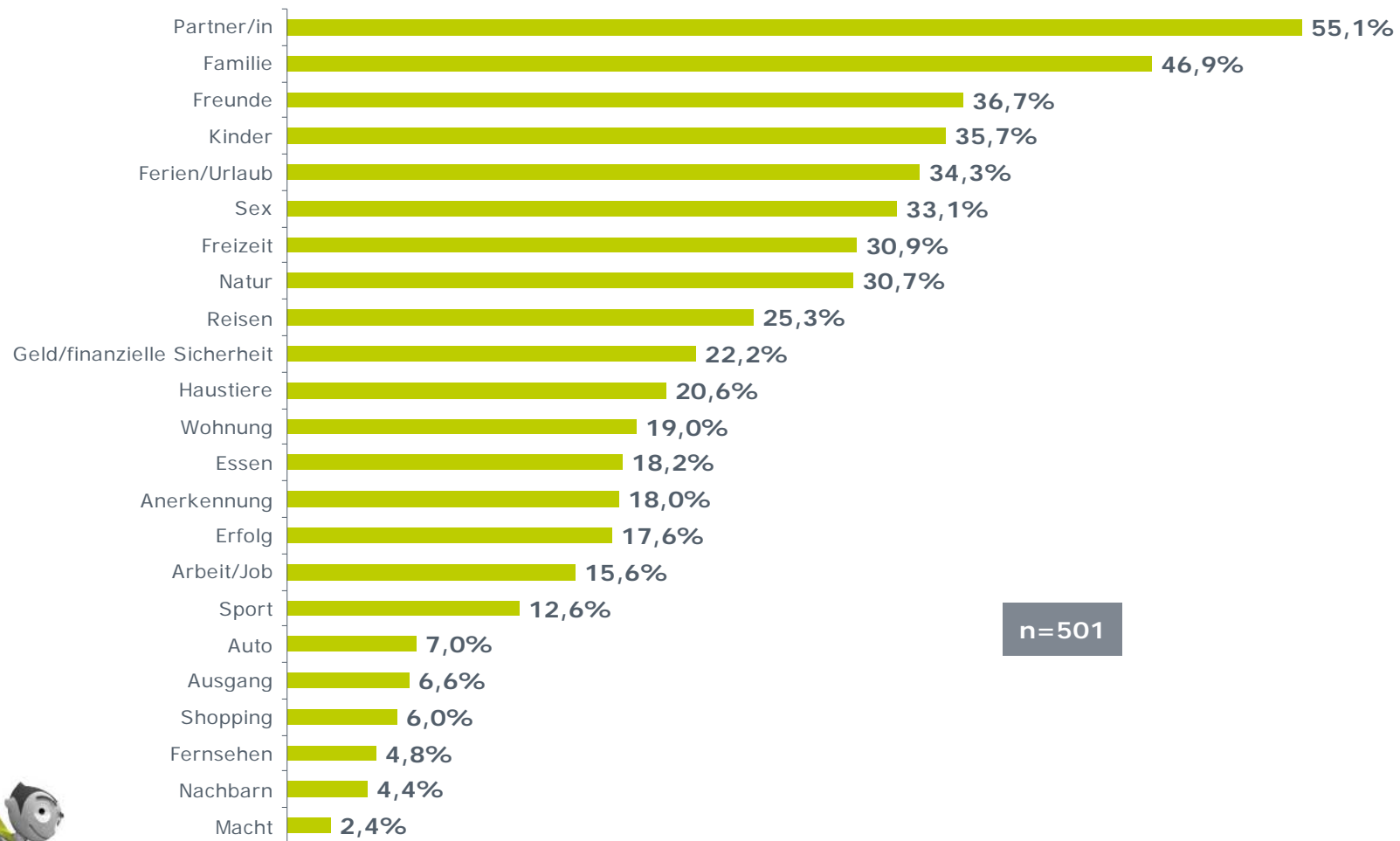
1. Wir zeigen Ihnen im Folgenden einige Aspekte, die im Leben wichtig sein können. Wie wichtig sind diese Aspekte für Sie persönlich? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht wichtig“ bis „6 = sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "6 = sehr wichtig"



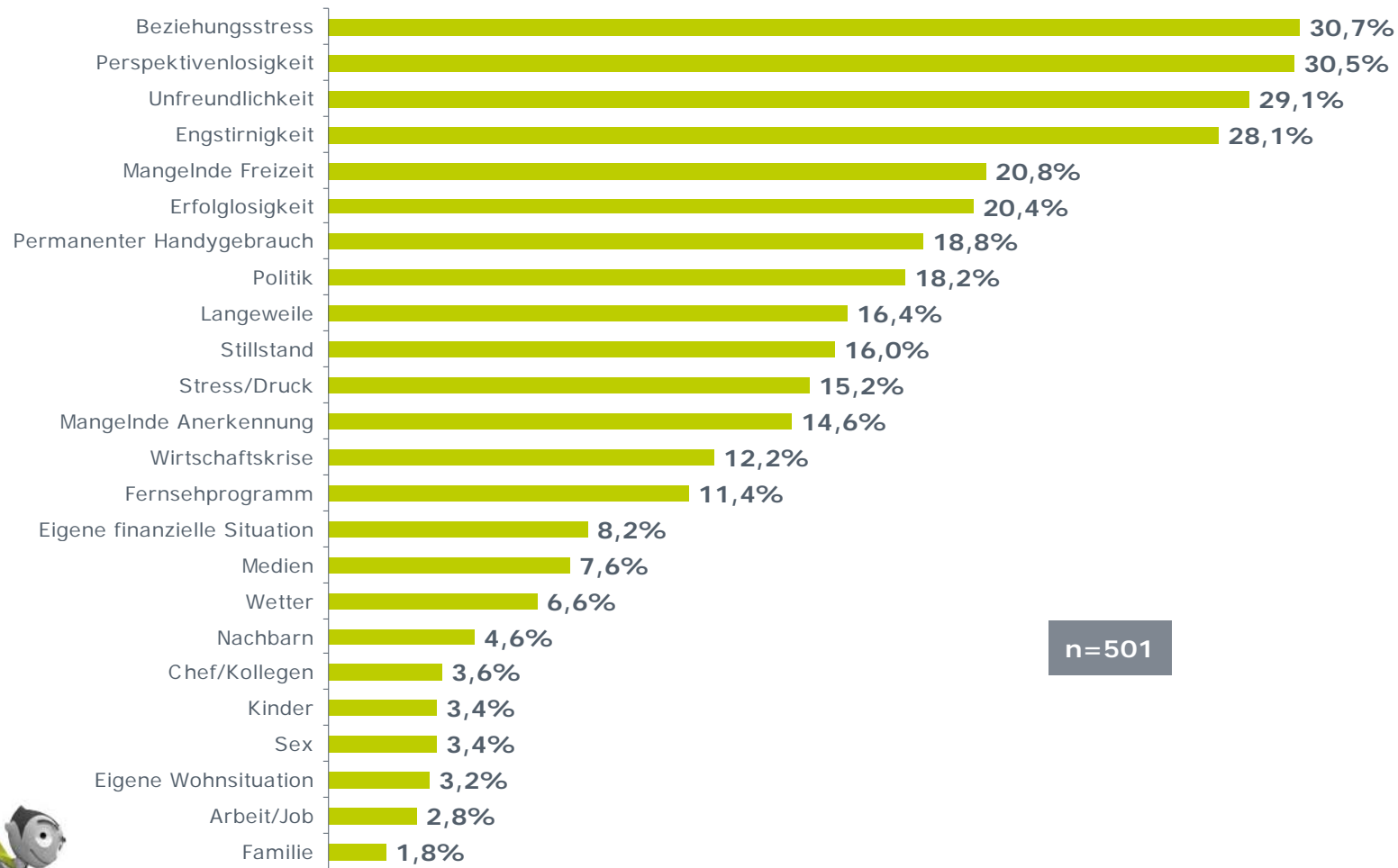
## 2. Inwieweit machen die folgenden Aspekte Sie persönlich glücklich? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht glücklich“ bis „6 = sehr glücklich“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "6 = sehr glücklich"



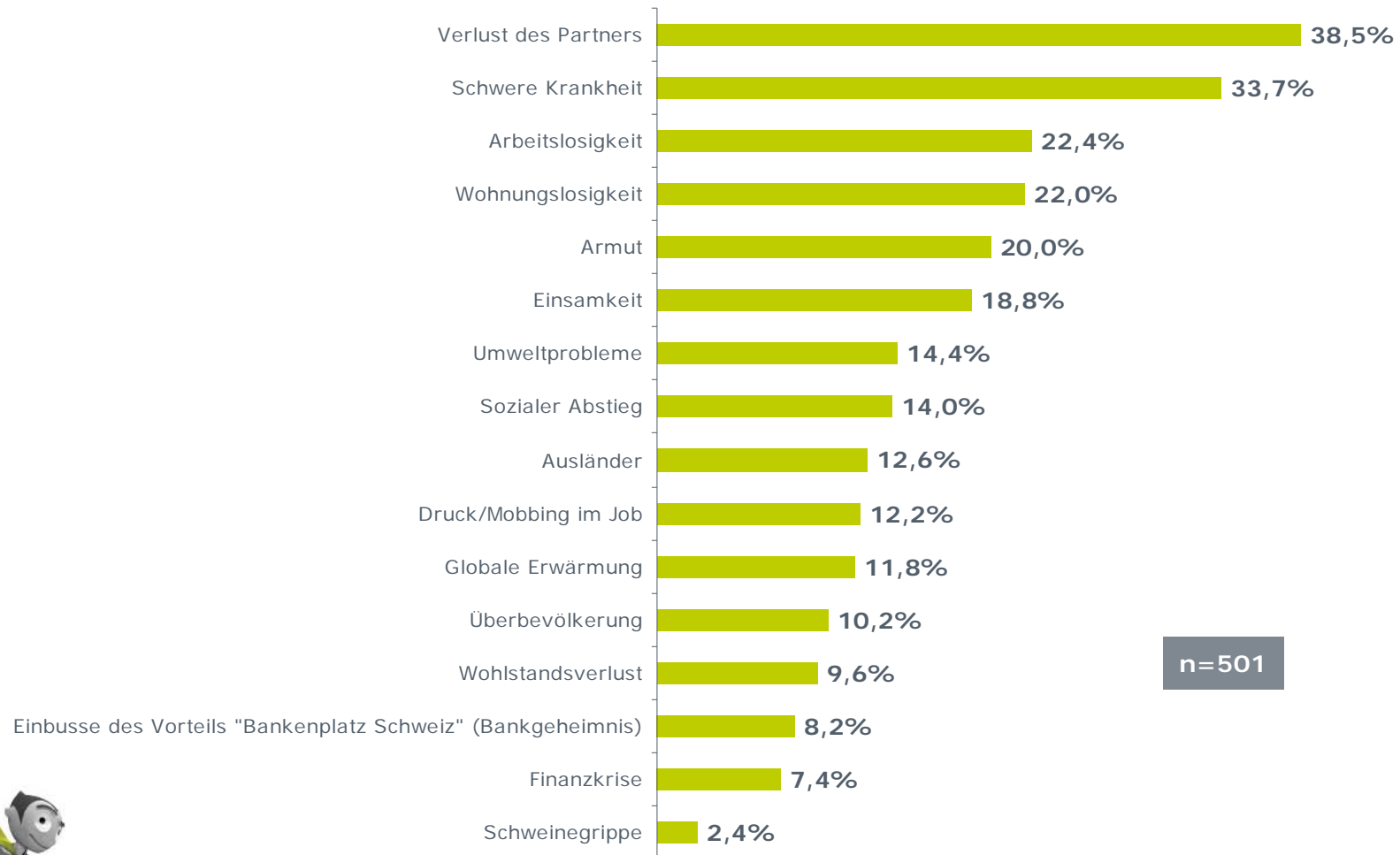
**3. Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte und Situationen als frustrierend? Bitte verwenden Sie für Ihre Beurteilung eine Skala von „1 = überhaupt nicht frustrierend“ bis „6 = sehr frustrierend“, dazwischen können Sie fein abstufen.**

Top-Box: bewertet mit "6 = sehr frustrierend"



4. Inwieweit flößen Ihnen die folgenden Aspekte bzw. die Aussicht auf folgende Situationen Angst ein? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „1 = überhaupt nicht angsteinflößend“ bis „6 = sehr angsteinflößend“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "6 = sehr angsteinflößend"



---

**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 158'000 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**

**079 378 41 02**

**u.kaspar@marketagent.com**

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

