

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

Sonnenschutzmittel



Juli 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 = 500 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 18.06.2009 – 25.06.2009
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Deutsch-Schweiz zw. 14 u. 59 Jahren
- _ **Umfang:** 12 geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Ursula Kaspar, Christina Strasser
- _ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

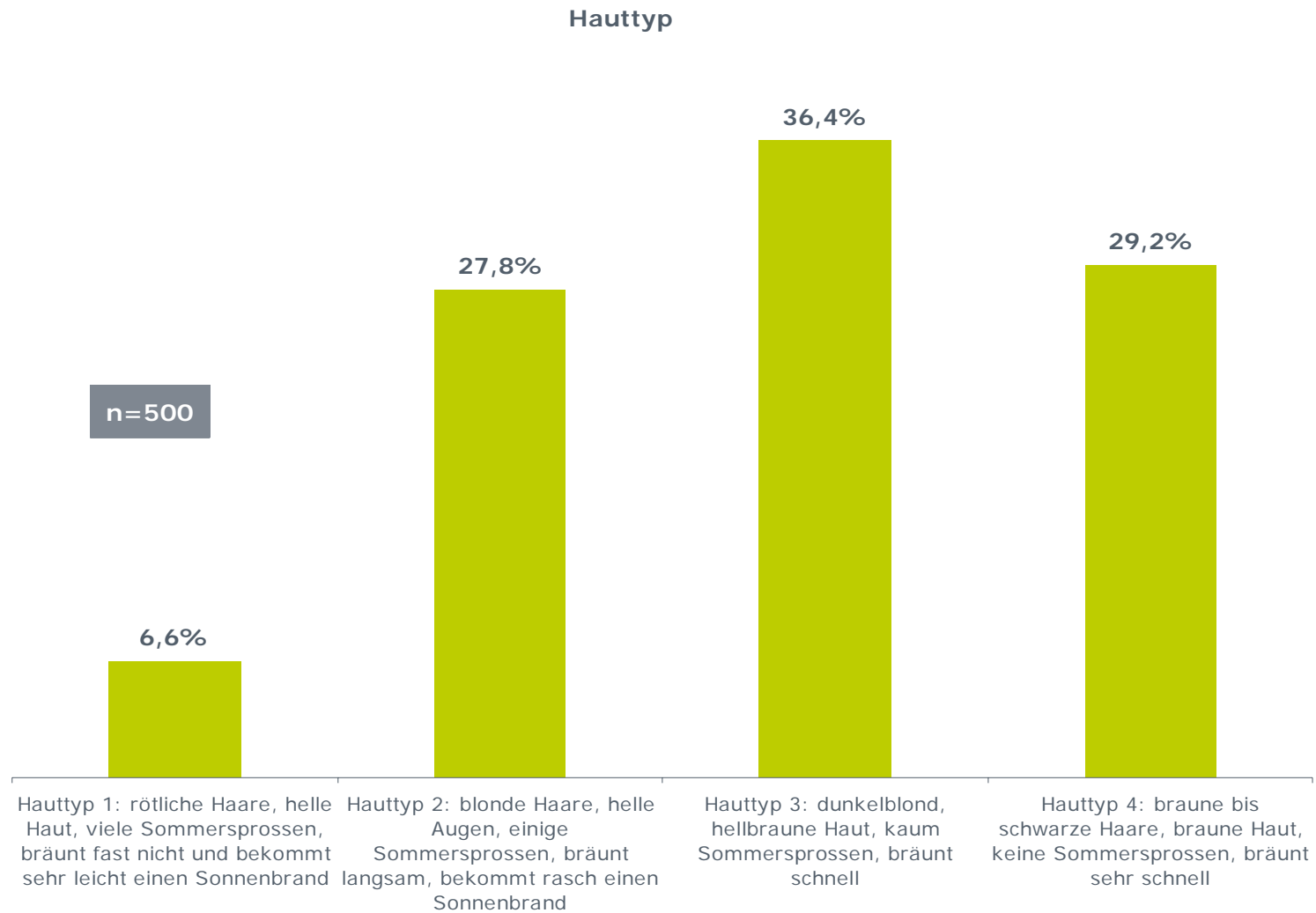
Basis	500	in %
Geschlecht		
Männlich	247	49,4%
Weiblich	253	50,6%
Alter		
14 - 19 Jahre	44	8,8%
20 - 29 Jahre	96	19,2%
30 - 39 Jahre	116	23,2%
40 - 49 Jahre	130	26,0%
50 - 59 Jahre	114	22,8%
Ausbildungsniveau		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	34	6,8%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	259	51,8%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	65	13,0%
Fachhochschule, HWV, Technikum	85	17,0%
Universität, Hochschule, ETH	57	11,4%



Die Ergebnisse:

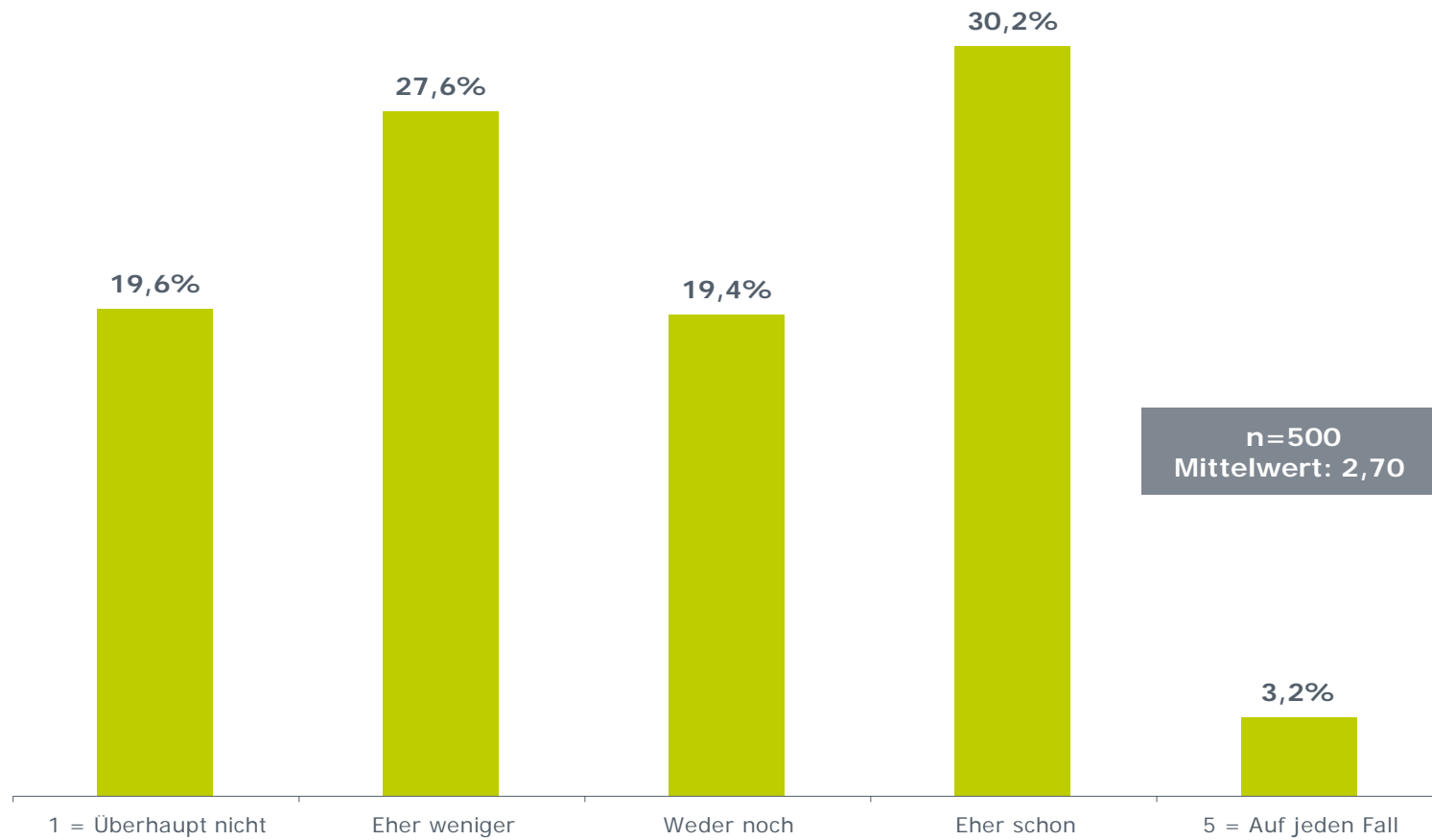


1. Welchem dieser Hauttypen würden Sie sich am ehesten zuordnen?



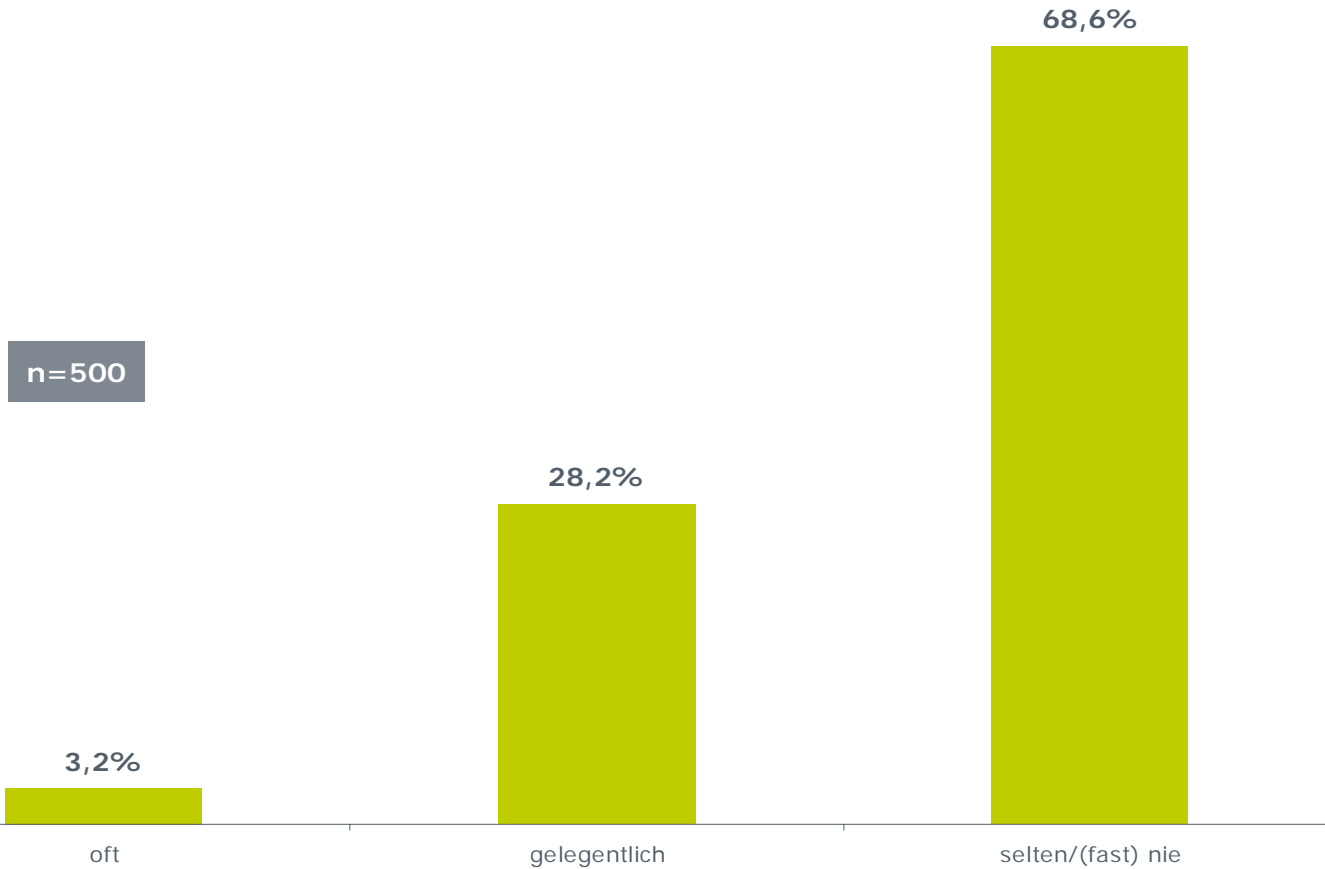
2. Legen Sie im Sommer darauf Wert, „braun gebrannt“ zu sein?

Wichtigkeit von Bräune



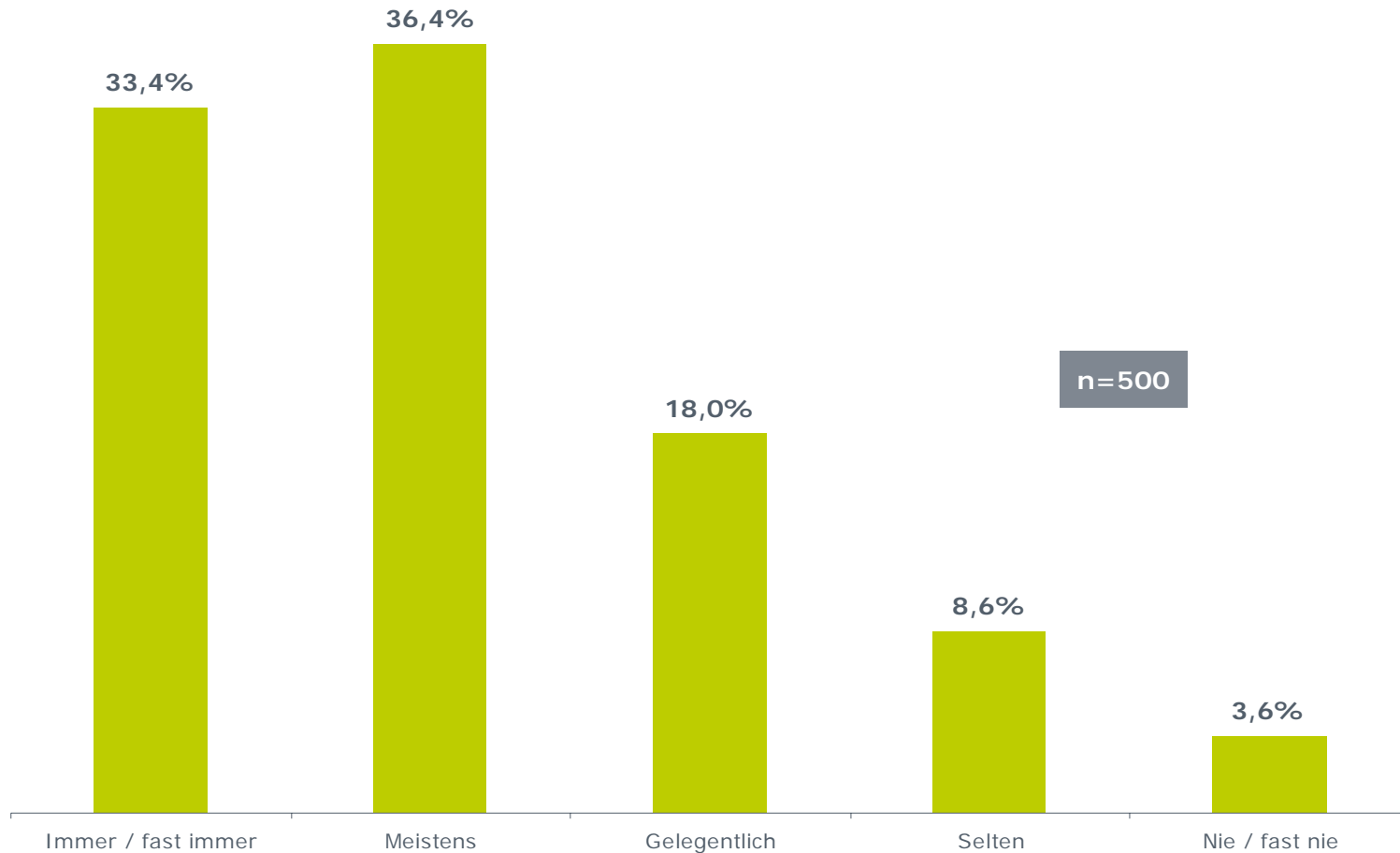
3. Wie häufig haben Sie im Sommer normalerweise einen Sonnenbrand? Würden Sie sagen, ist das ...?

Häufigkeit eines Sonnenbrandes



4. Wie häufig verwenden Sie Sonnenschutzmittel (Sonnencreme, Sun-Spray, Sonnenöl etc.), wenn Sie sich in der Sonne aufhalten?

Verwendungs-Häufigkeit von Sonnenschutzmitteln



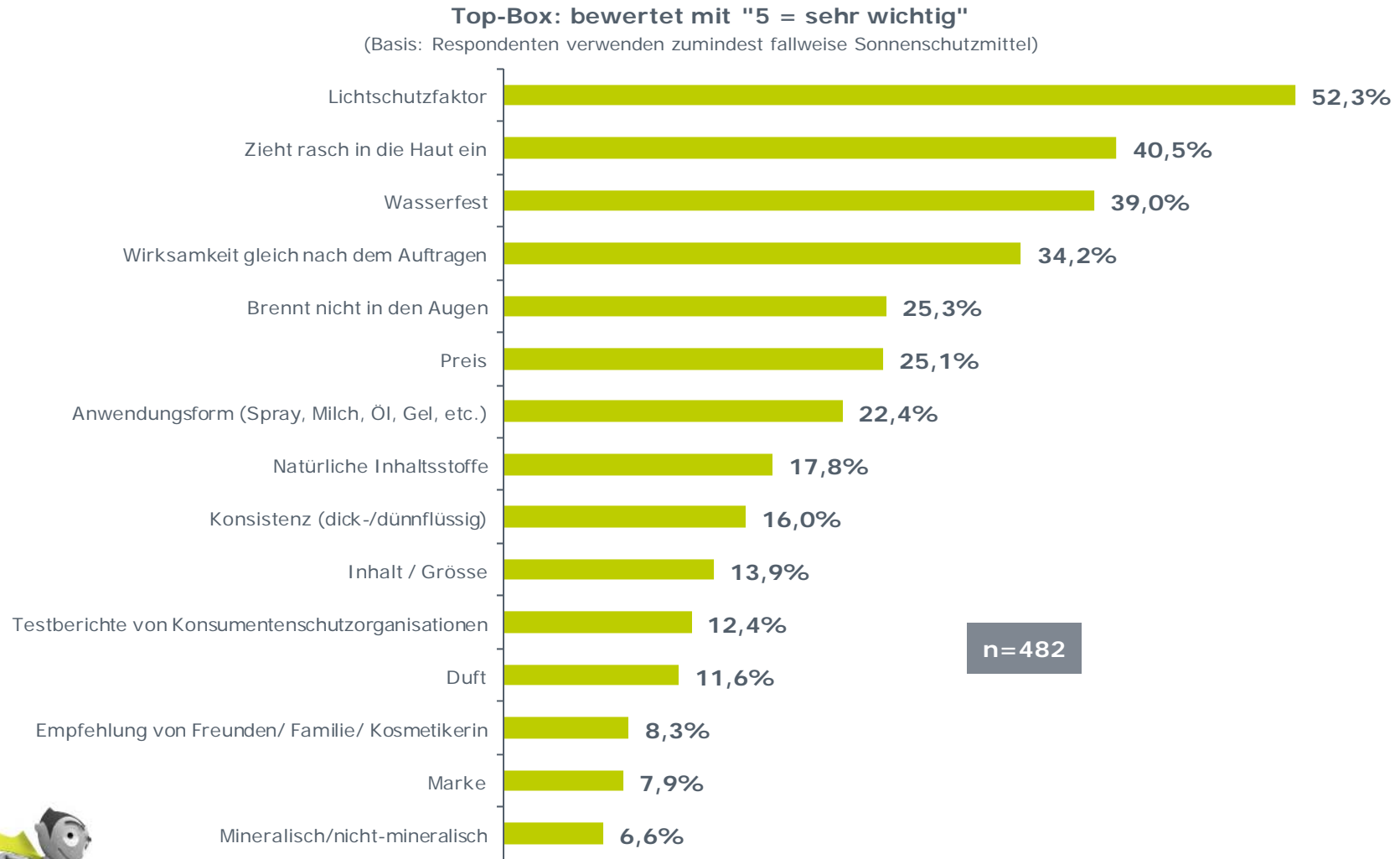
5. Welchen Lichtschutz-Faktor verwenden Sie für gewöhnlich bei Sonnenschutzmitteln für ...?

Basis (n=482)	bis unter LSF 15	LSF 15 bis unter LSF 20	LSF 20 bis unter LSF 30	LSF 30 bis LSF 50	LSF 51+	Ich verwende keinen Sonnenschutz in diesem Bereich
Ihr Gesicht	6,6%	20,5%	44,4%	23,7%	1,9%	2,9%
Ihren Körper	6,8%	21,6%	46,7%	23,2%	1,0%	0,6%

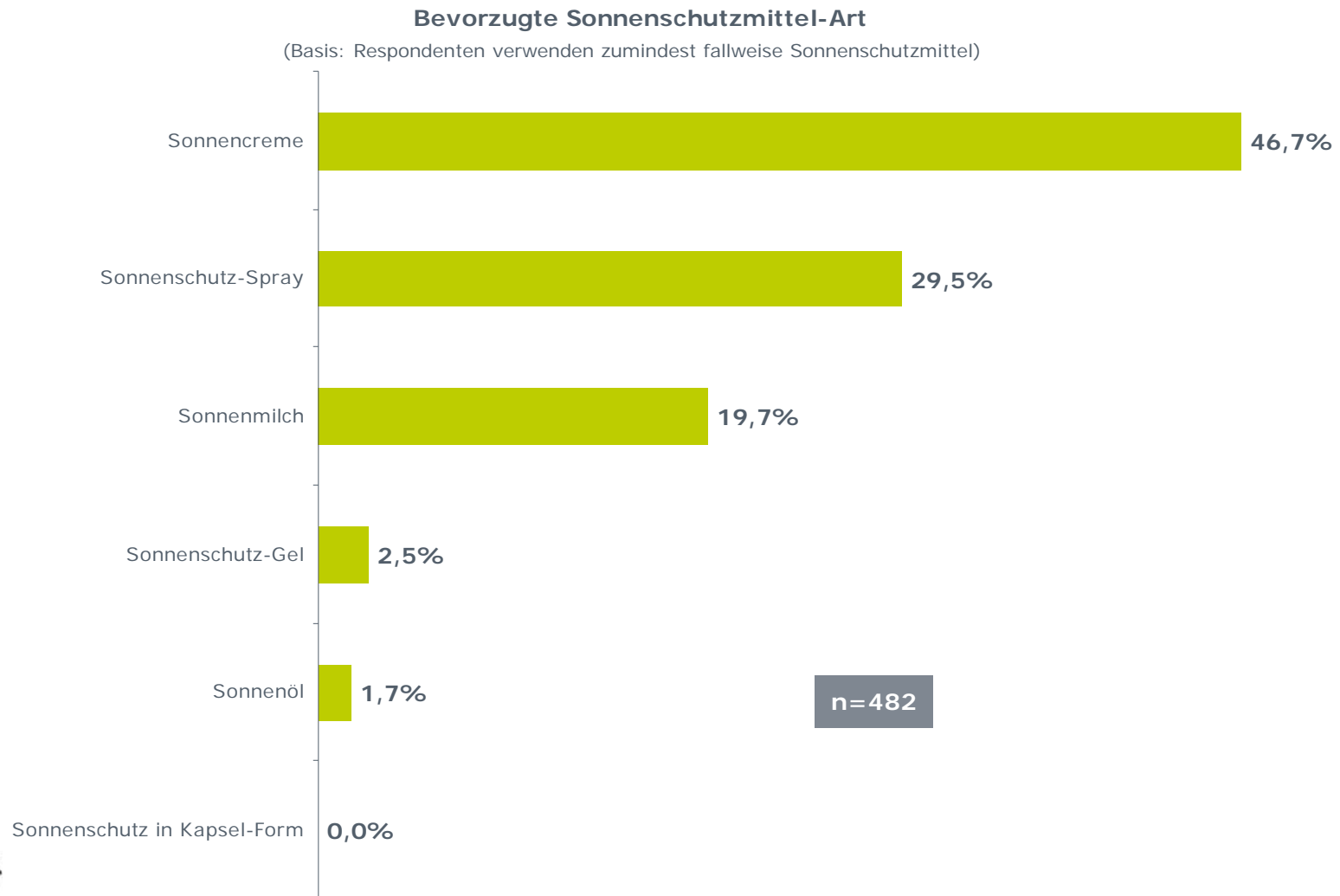
(Basis: Respondenten verwenden zumindest fallweise Sonnenschutzmittel)



6. Inwieweit sind die folgenden Faktoren beim Kauf von Sonnenschutzmittel für Sie persönlich wichtig? Bitte bewerten Sie von „1 = überhaupt nicht wichtig“ bis „5 = sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen:

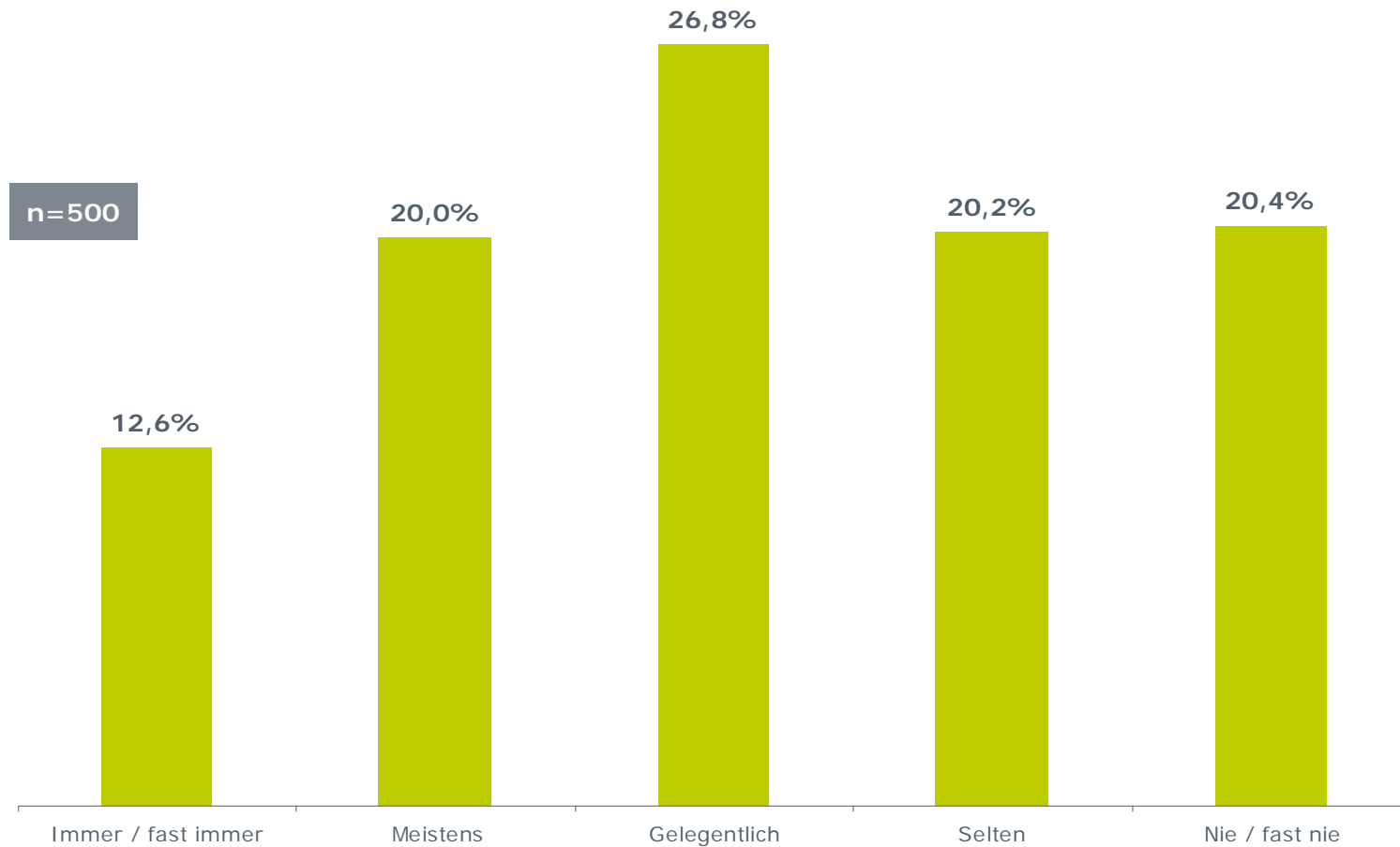


7. Bitte denken Sie nun an die unterschiedlichen Arten von Sonnenschutzmitteln: Welche Art von Sonnenschutzmittel bevorzugen Sie im Allgemeinen?



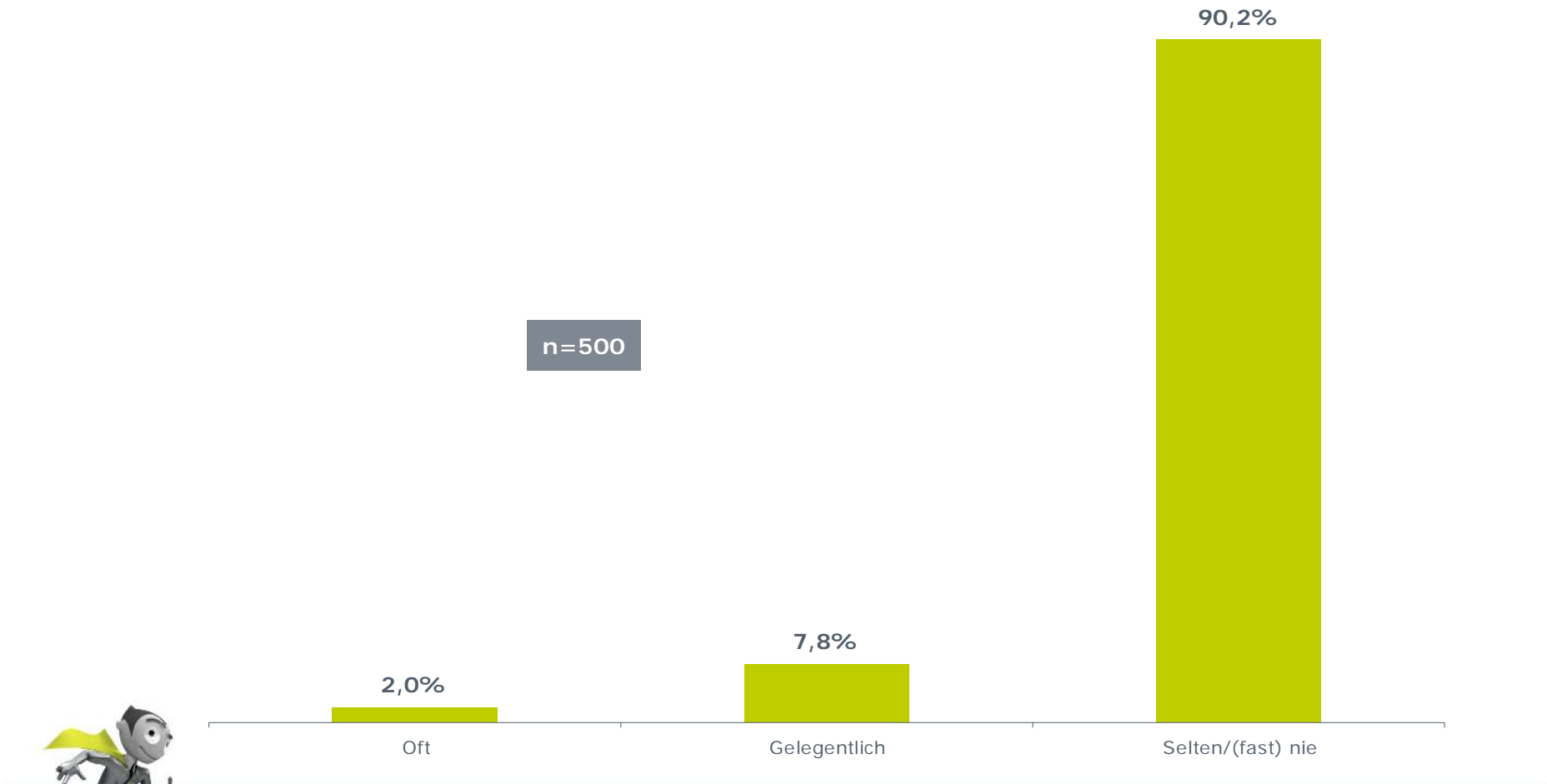
8. Wie häufig verwenden Sie nach einem Sonnenbad Apres-Sun-Produkte, also Produkte, die Sie nach dem Sonnenbad auf die Haut auftragen?

Verwendungshäufigkeit von Apres-Sun-Produkten



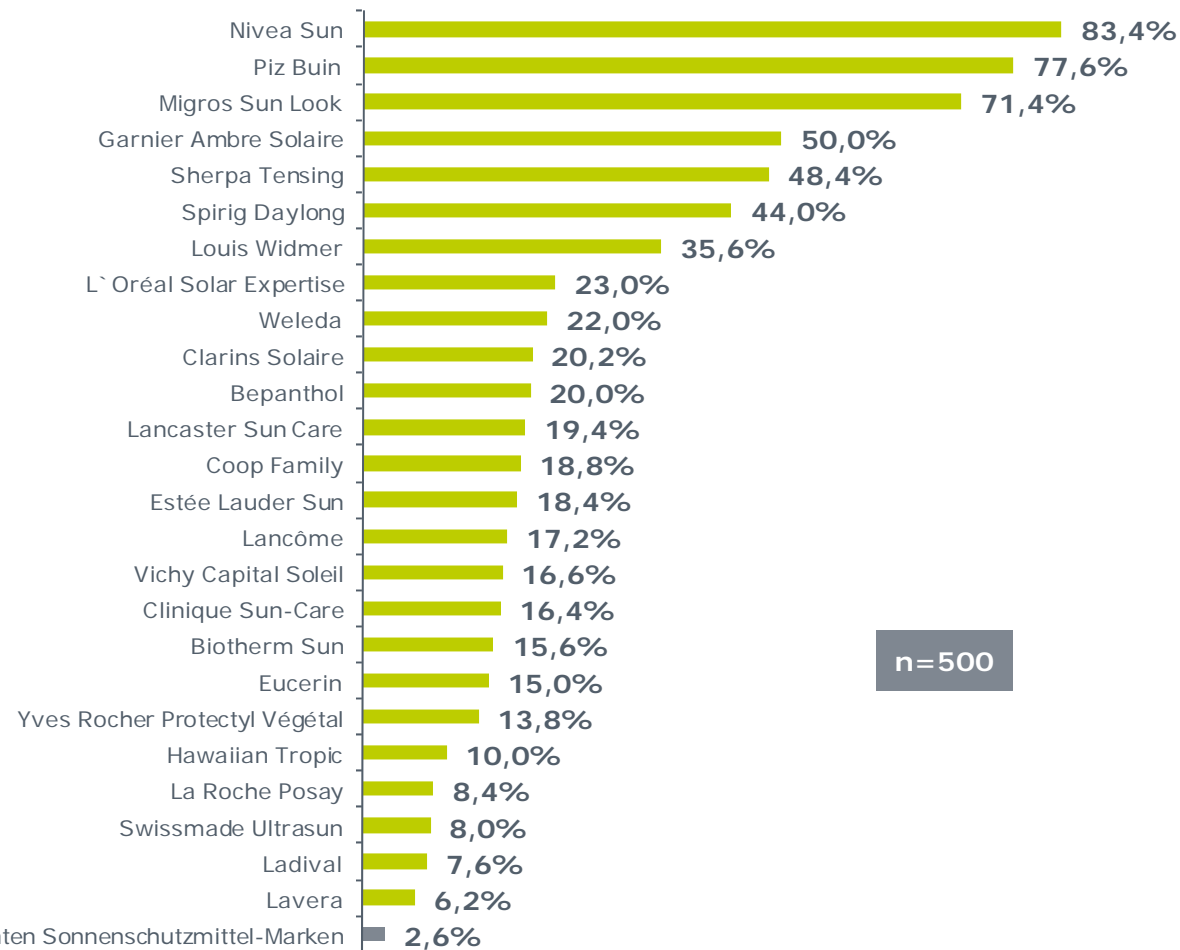
9. Wie häufig verwenden Sie „Selbstbräuner“ (Bräunungscreme, -milch, etc.) oder Cremes mit leichtem Bräunungseffekt?

Verwendungs-Häufigkeit von "Selbstbräunern"



10. Wir zeigen Ihnen nun eine Liste mit Marken aus dem Bereich „Sonnenschutzmittel“. Welche der folgenden Sonnenschutzmittel-Marken kennen Sie?

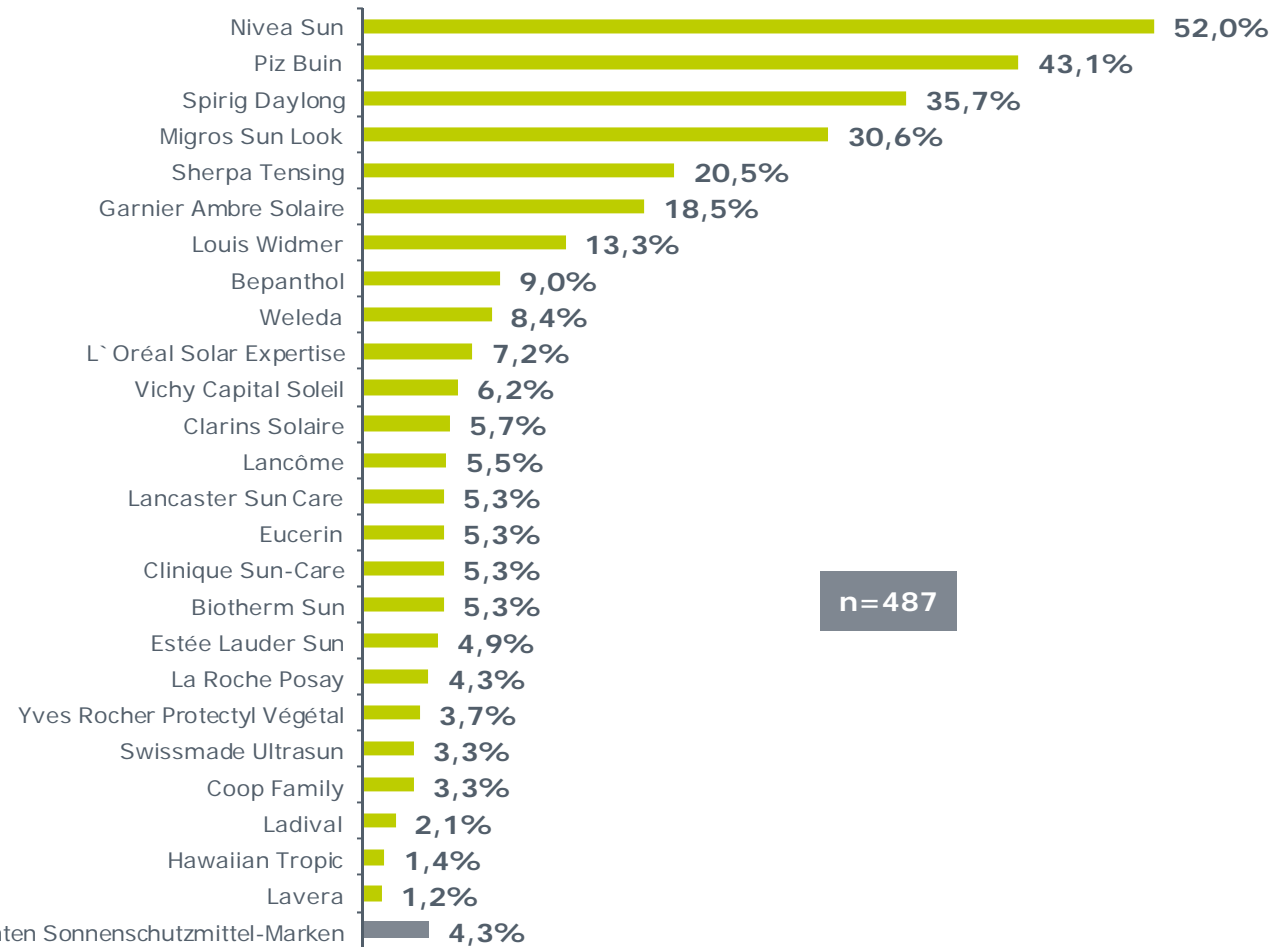
Gestützte Bekanntheit der Sonnenschutzmittel-Marken



11. Wir zeigen Ihnen im Folgenden die Ihnen bekannten Sonnenschutzmittel-Marken. Welche der folgenden Marken bieten Ihrer Meinung nach einen besonders zuverlässigen Sonnen-Schutz?

Marken, die einen besonders zuverlässigen Sonnenschutz bieten

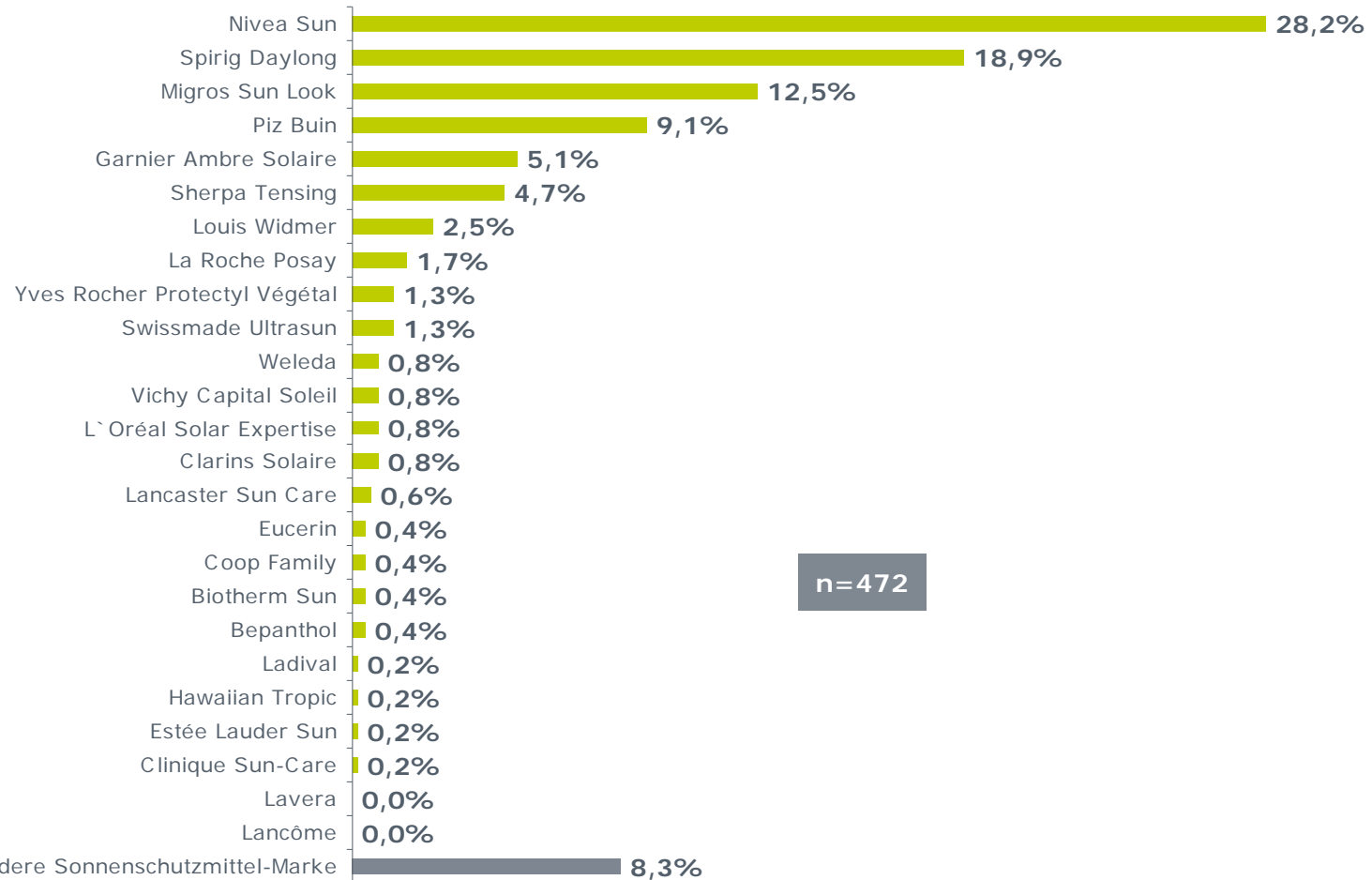
(Basis: Respondenten kennen mindestens eine der genannten Sonnenschutzmittel-Marken zumindest dem Namen nach)



12. Welche Sonnenschutzmittel-Marke verwenden Sie persönlich am liebsten?

Bevorzugte Sonnenschutzmittel-Marke

(Basis: Respondenten kennen mindestens eine der genannten Sonnenschutzmittel-Marken zumindest dem Namen nach und verwenden zumindest fallweise Sonnenschutzmittel)



**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.

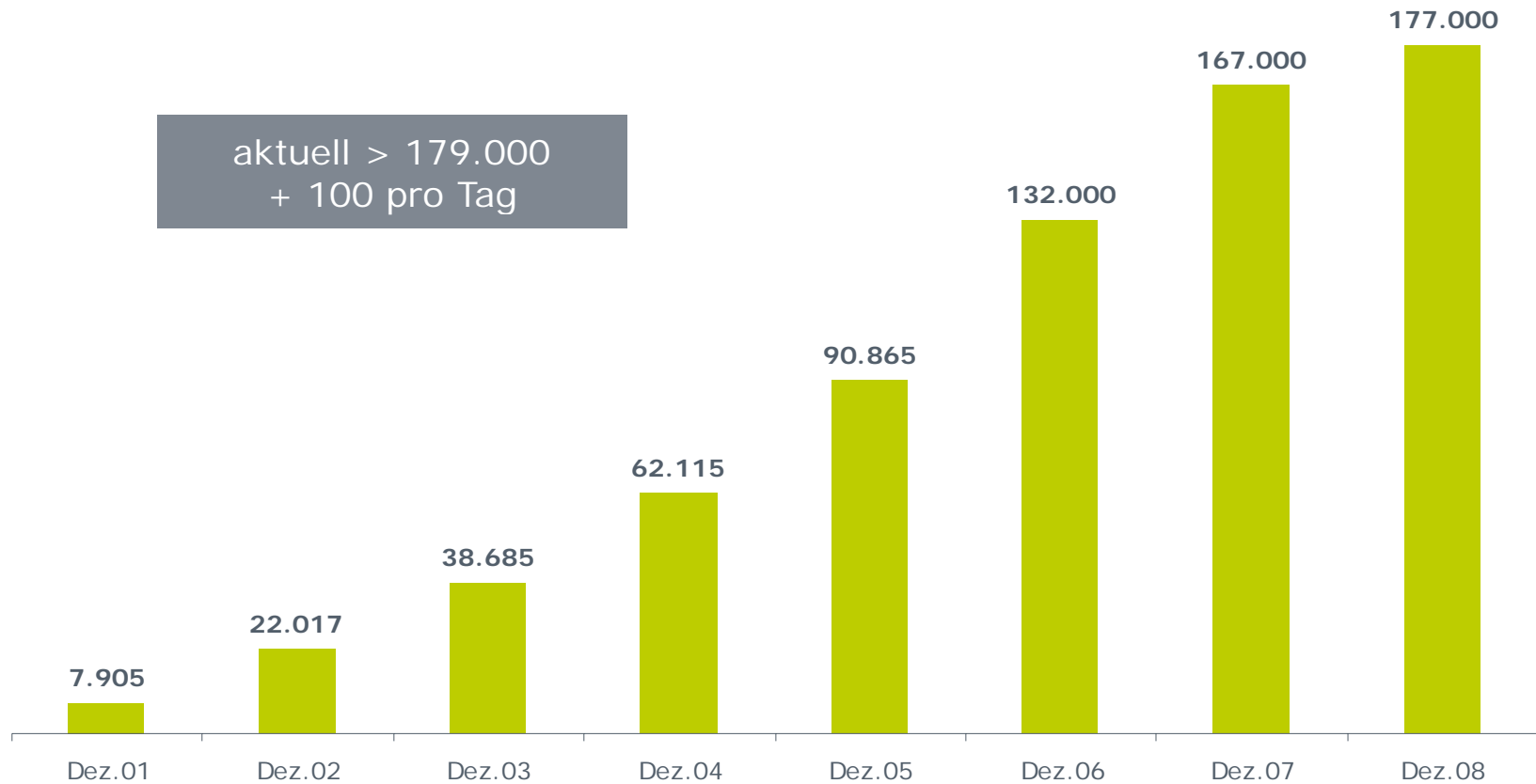
Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen dem Institut die registrierten Mitglieder sowohl für ad hoc-Befragungen als auch für Längsschnittbefragungen zur Verfügung.

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.



Das eigens rekrutierte Online Access Panel ...

Das Marketagent.com Online Access Panel



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

Ursula Kaspar
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich

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

