

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

Electronic Media Use



Januar 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 = 501 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 15.01.2010 – 22.01.2010
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Umfang:** 7 geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

Basis	501	in %
Geschlecht		
Männlich	245	48,9%
Weiblich	256	51,1%
Alter		
14 - 19 Jahre	48	9,6%
20 - 29 Jahre	86	17,2%
30 - 39 Jahre	118	23,6%
40 - 49 Jahre	139	27,7%
50 - 59 Jahre	110	22,0%
Region		
Deutschschweiz	376	75,0%
Westschweiz	125	25,0%
Ausbildungsniveau		
Primarschule, Real-, Sekundar-, Bezirksschule	64	12,8%
Berufsschule, Gewerbeschule, KV	241	48,1%
Mittelschule, Gymnasium, Seminar	64	12,8%
Fachhochschule, HWV, Technikum	77	15,4%
Universität, Hochschule, ETH	55	11,0%

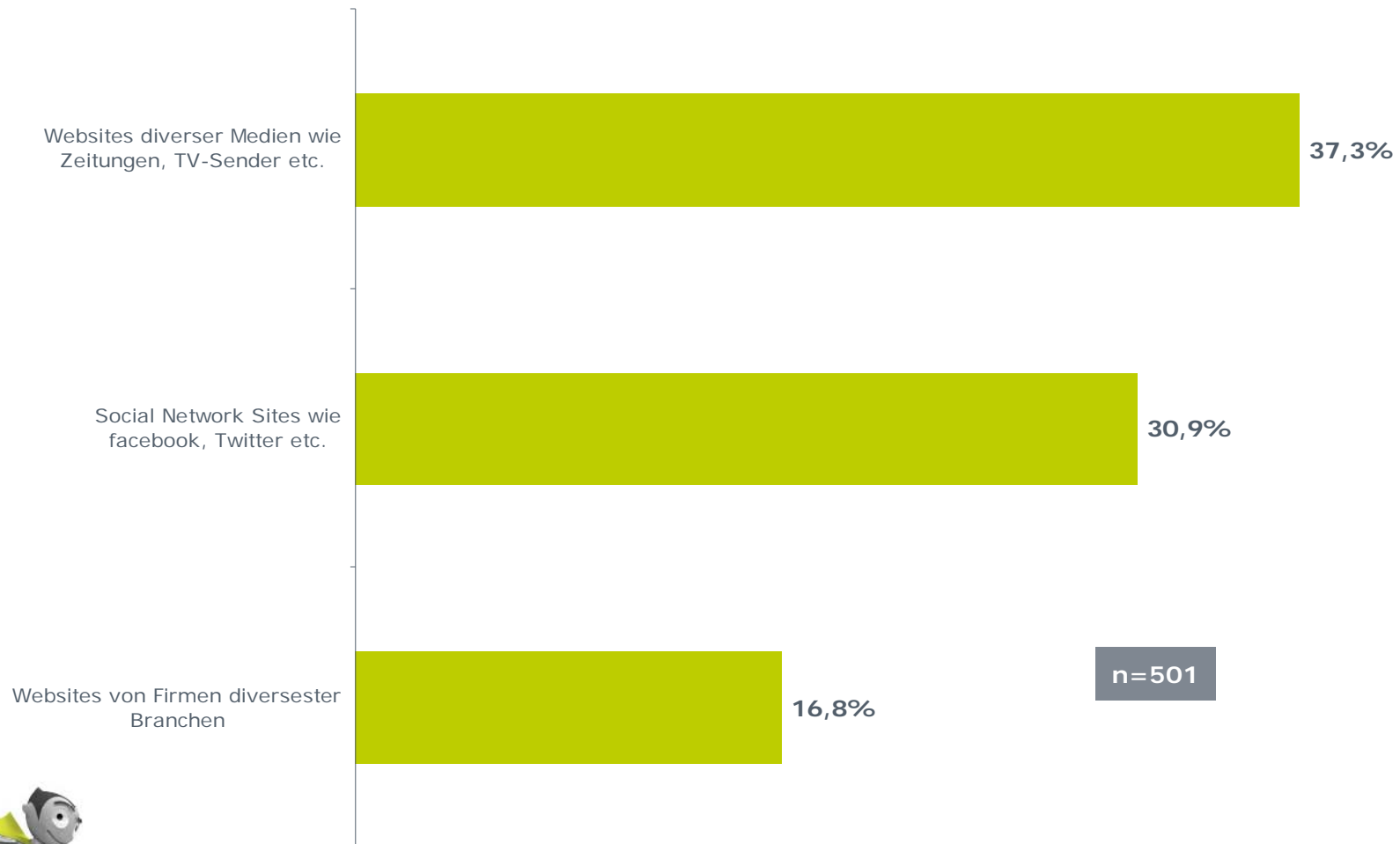


Die Ergebnisse:



2. Wie oft nutzen Sie Websites der folgenden Kategorien im Durchschnitt?

Top-Box: bewertet mit "(fast) täglich"



2. Wie oft nutzen Sie Websites der folgenden Kategorien im Durchschnitt?

Geschlecht / Alter / Region	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	Deutschschweiz	Westschweiz
Top-Box: bewertet mit "(fast) täglich"	n=501	n=245	n=256	n=134	n=118	n=139	n=110	n=376	n=125
Websites diverser Medien wie Zeitungen, TV-Sender etc.	37,3%	45,7%	29,3%	41,1%	39,8%	34,5%	33,6%	37,0%	38,4%
Social Network Sites wie facebook, Twitter etc.	30,9%	26,5%	35,2%	56,7%	33,1%	18,7%	12,7%	29,8%	34,4%
Websites von Firmen diversester Branchen	16,8%	19,2%	14,5%	10,5%	18,6%	23,7%	13,6%	18,1%	12,8%



4. Wohin, d.h. auf welche Kategorien von Websites wenden Sie sich normalerweise zuerst, wenn Sie ins Internet einsteigen?

Geschlecht / Alter / Region (Bewertet mit "1 = rufe ich zuerst auf")	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	Deutschschweiz	Westschweiz
Social Network Sites wie facebook, Twitter etc. (n=364)	29,7%	24,3%	34,8%	42,7%	30,6%	18,9%	18,3%	29,5%	30,3%
Websites diverser Medien wie Zeitungen, TV-Sender etc. (n=487)	29,6%	38,2%	21,1%	19,1%	36,2%	31,3%	33,0%	28,7%	32,2%
Websites von Firmen diversester Branchen (n=479)	15,4%	14,2%	16,7%	13,3%	8,8%	20,3%	19,2%	16,5%	12,1%
Andere Websites (n=494)	34,0%	30,5%	37,5%	28,0%	33,9%	36,0%	38,9%	33,7%	35,0%

(Basis: Respondenten nutzen die jeweilige Website-Kategorie zumindest fallweise)



5. Inwieweit vertrauen Sie den Informationen, die Sie auf den folgenden Kategorien von Websites finden? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = vertraue ich überhaupt nicht“ bis zu „6 = vertraue ich sehr“, dazwischen können Sie fein abstufen.

	Mittelwerte	1 = vertraue ich überhaupt nicht	2	3	4	5	6 = vertraue ich sehr
Websites diverser Medien wie Zeitungen, TV-Sender etc. (n=487)	4,2	0,4%	5,1%	17,7%	32,4%	36,1%	8,2%
Websites von Firmen diversester Branchen (n=479)	4,0	0,6%	6,3%	27,6%	31,5%	30,1%	4,0%
Social Network Sites wie facebook, Twitter etc. (n=364)	3,0	9,9%	24,2%	34,6%	21,2%	8,5%	1,6%

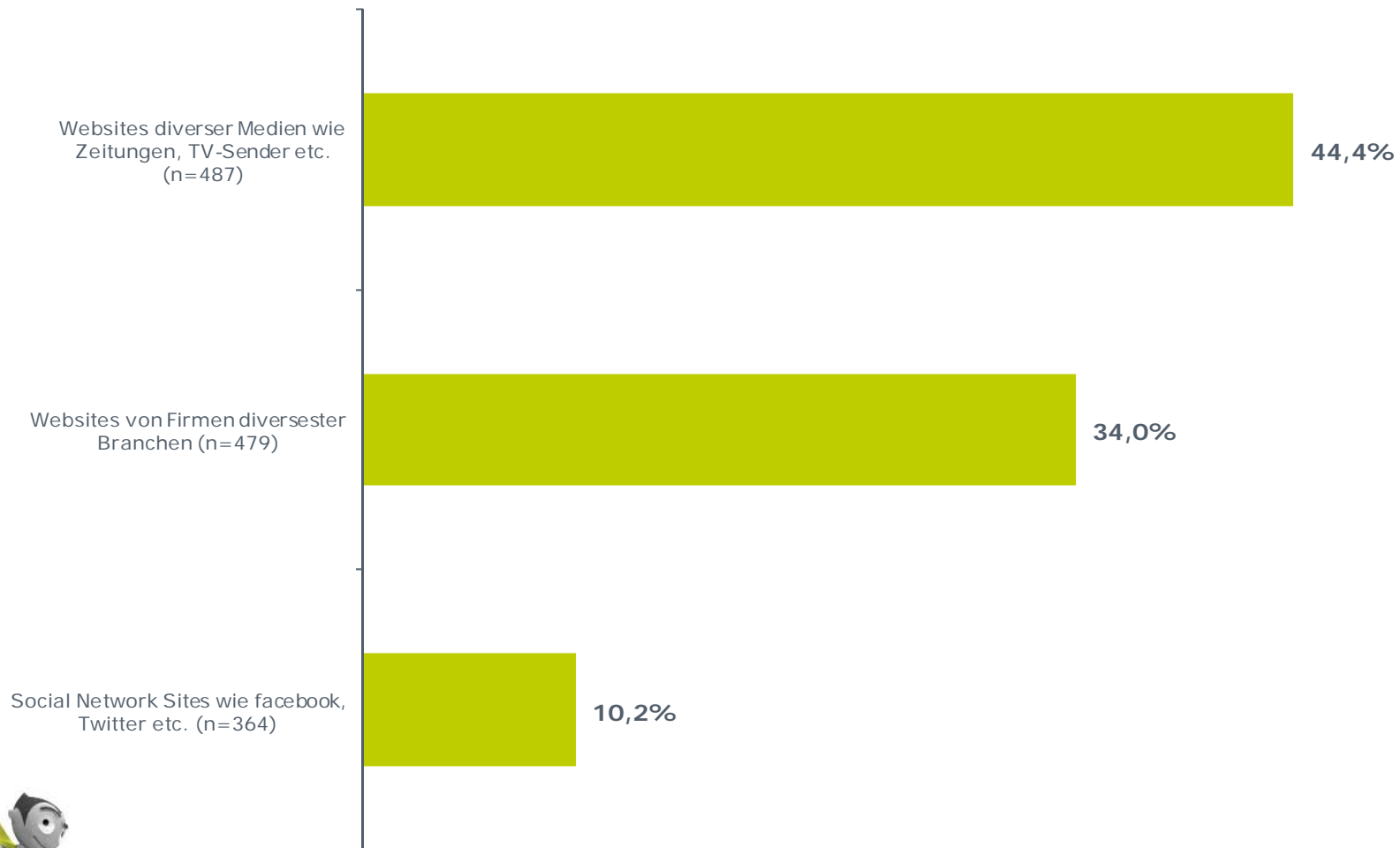
(Basis: Respondenten nutzen die jeweilige Website-Kategorie zumindest fallweise)



5. Inwieweit vertrauen Sie den Informationen, die Sie auf den folgenden Kategorien von Websites finden? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „1 = vertraue ich überhaupt nicht“ bis zu „6 = vertraue ich sehr“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-2-Box: bewertet mit "6 = vertraue ich sehr & 5"

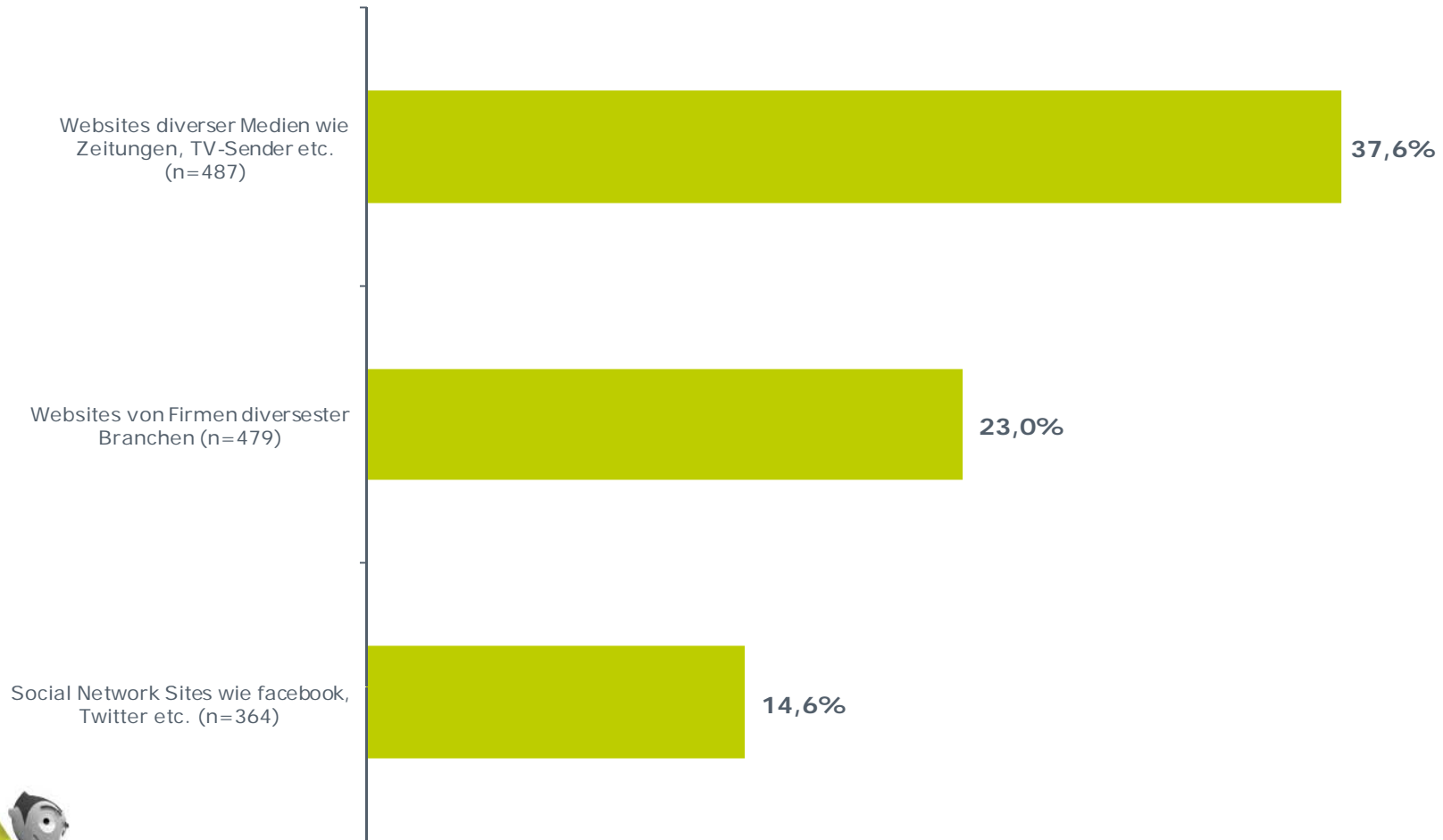
(Basis: Respondenten nutzen die jeweilige Website-Kategorie zumindest fallweise)



6. Wie wichtig sind Ihnen Websites der folgenden Kategorien für Ihre persönliche Informations- und Meinungsbildung? Bitte beurteilen Sie jeweils auf einer Skala von „1 = gar nicht wichtig“ bis „6 = sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen.

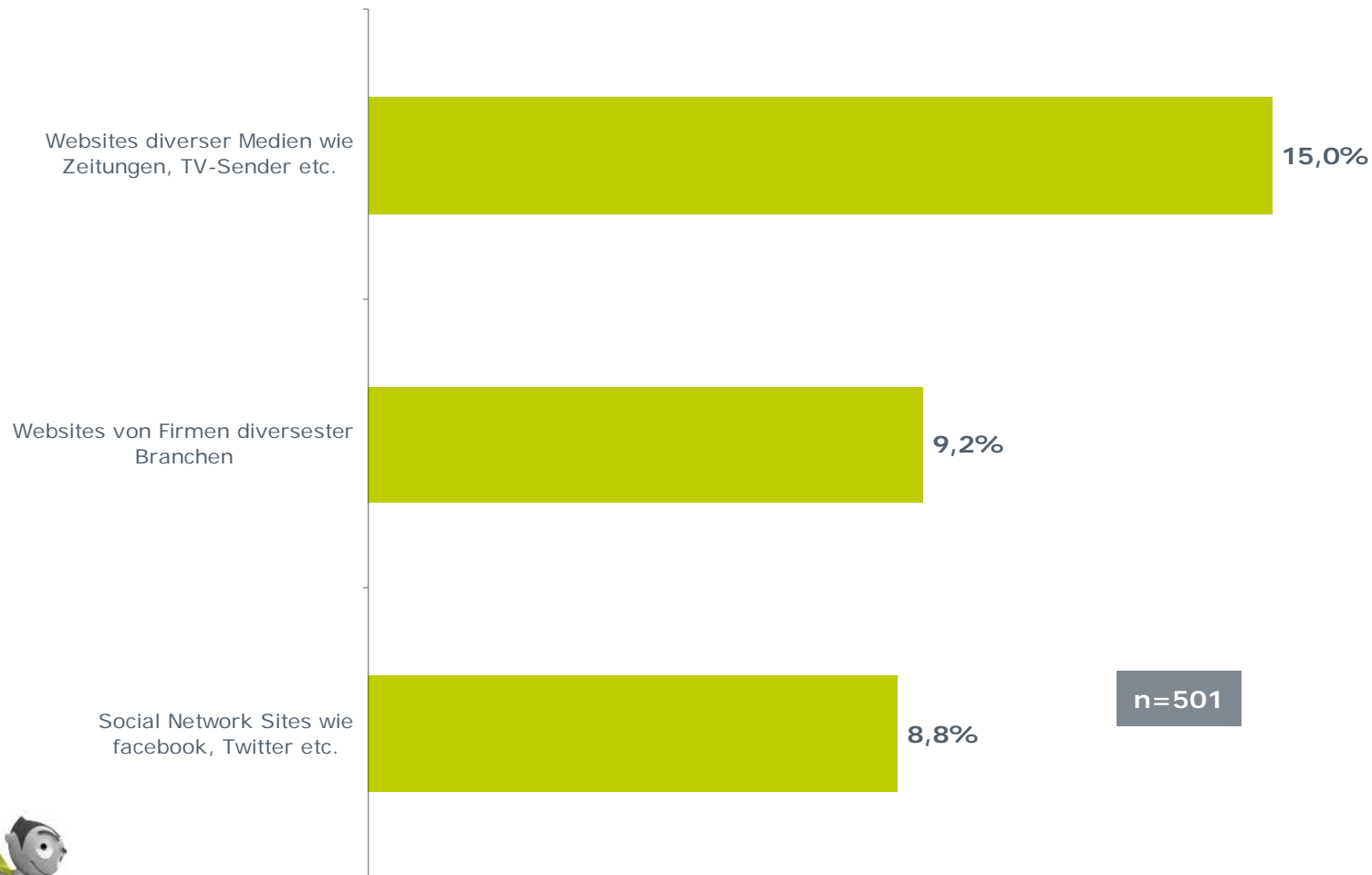
Top-Box: bewertet mit "6=sehr wichtig & 5"

(Basis: Respondenten nutzen die jeweilige Website-Kategorie zumindest fallweise)



7. Was glauben Sie, wie wird sich Ihr Nutzungsverhalten bezüglich der folgenden Kategorien von Websites in Zukunft verändern, d.h. welche davon werden Sie in Zukunft voraussichtlich mehr, gleich viel/wenig bzw. weniger nutzen als bisher?

Top-Box: bewertet mit "werde ich mehr nutzen"



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 19'000 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

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

