

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

# Medien-Image-Check Tageszeitungen



März 2009

## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief

---

- \_ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- \_ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- \_ **Respondenten:** webaktive Personen aus der Deutschschweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Sample-Größe:** n = 1.000 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- \_ **Erhebungszeitraum:** 13.03.2009 – 21.03.2009
- \_ **Screening:** Bekanntheit von Tageszeitungen
- \_ **Grundgesamtheit:** webaktive Personen aus der Deutschschweiz zw. 14 und 59 Jahren
- \_ **Umfang:** 22 offene/geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Ursula Kaspar / Daniela Karobath
- \_ **Kontakt:** u.kaspar@marketagent.com



## Zusammensetzung des Samples

| Basis                           | Ausgangs-Sample |       | Kernzielgruppe |       |
|---------------------------------|-----------------|-------|----------------|-------|
|                                 | 1.000           | in %  | 985            | in %  |
| <b>Geschlecht</b>               |                 |       |                |       |
| Männlich                        | 487             | 48,7% | 481            | 48,8% |
| Weiblich                        | 513             | 51,3% | 504            | 51,2% |
| <b>Alter</b>                    |                 |       |                |       |
| 14 - 19 Jahre                   | 43              | 4,3%  | 41             | 4,2%  |
| 20 - 29 Jahre                   | 202             | 20,2% | 194            | 19,7% |
| 30 - 39 Jahre                   | 252             | 25,2% | 252            | 25,6% |
| 40 - 49 Jahre                   | 275             | 27,5% | 273            | 27,7% |
| 50 - 59 Jahre                   | 228             | 22,8% | 225            | 22,8% |
| <b>Ausbildungsniveau</b>        |                 |       |                |       |
| Allgemeinbildende Pflichtschule | 126             | 12,6% | 121            | 12,3% |
| Lehre / Fachschule              | 585             | 58,5% | 580            | 58,9% |
| Matura / Universität            | 289             | 28,9% | 284            | 28,8% |



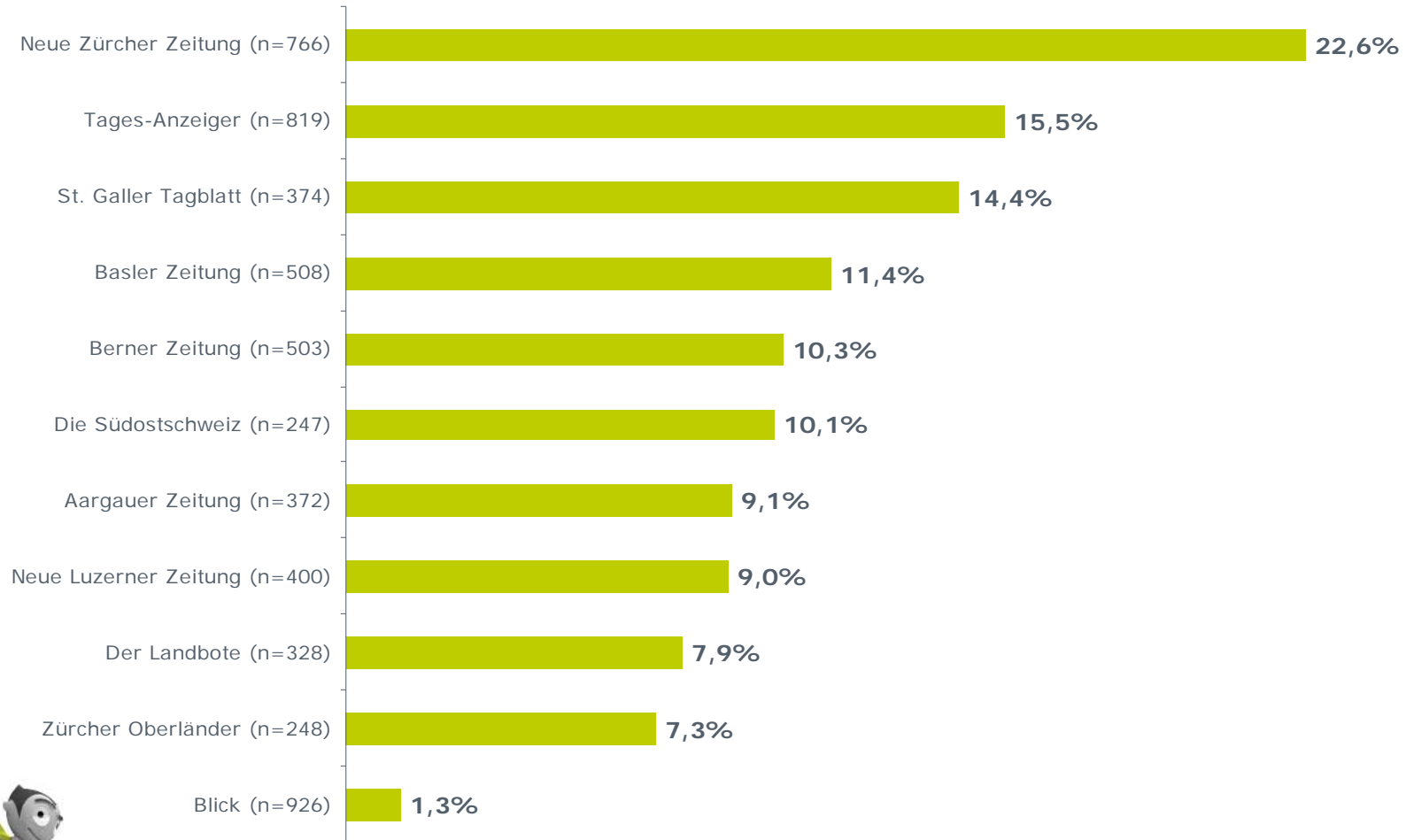
---

# Medien-Image-Check Tageszeitungen

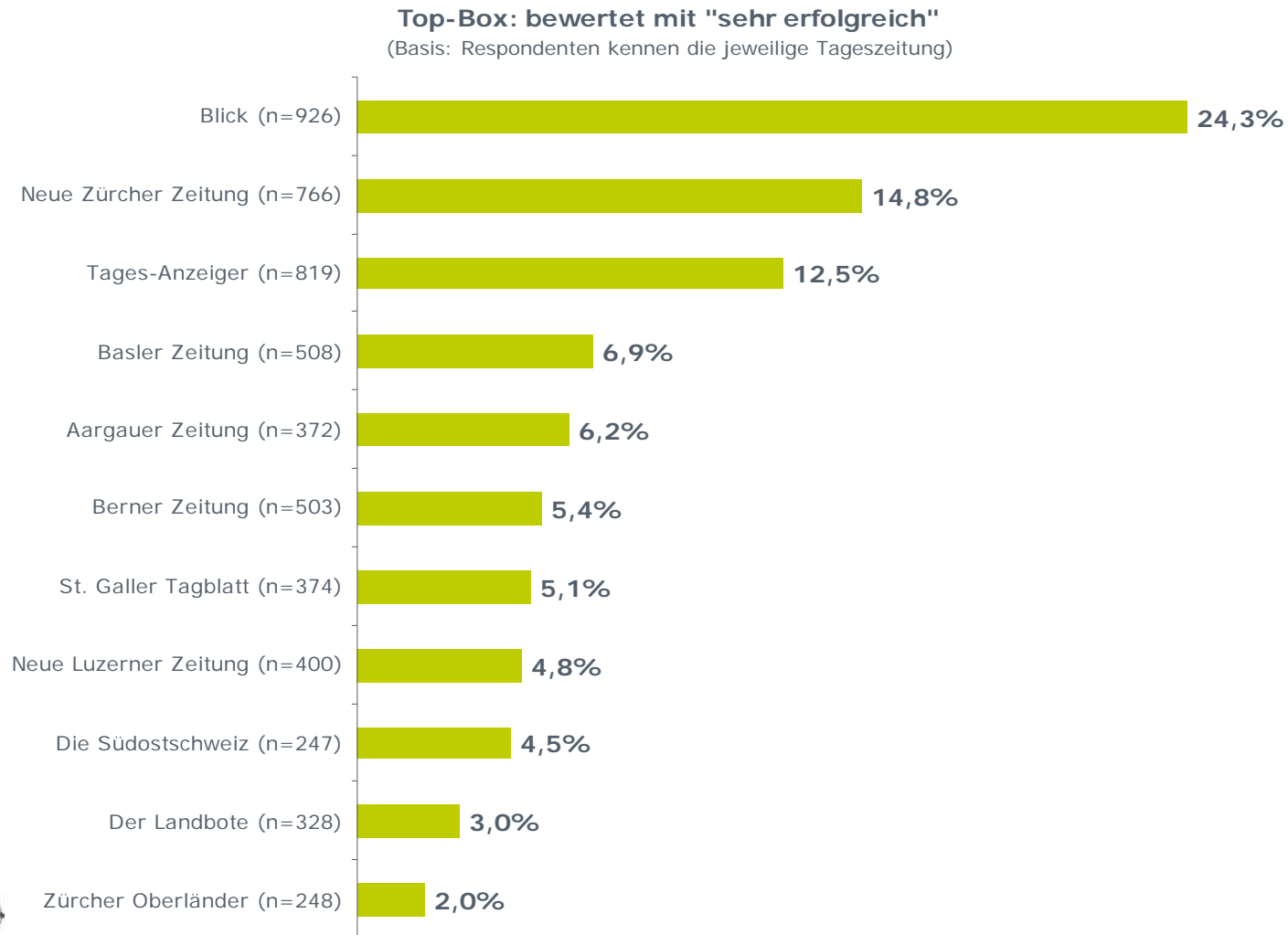


### 3. Inwieweit sind die folgenden Tageszeitungen Ihrer Meinung nach glaubwürdig? Bitte bewerten Sie von „1 = wenig glaubwürdig“ bis „7 = sehr glaubwürdig“, dazwischen können Sie fein abstufen:

**Top-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig"**  
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Tageszeitung)



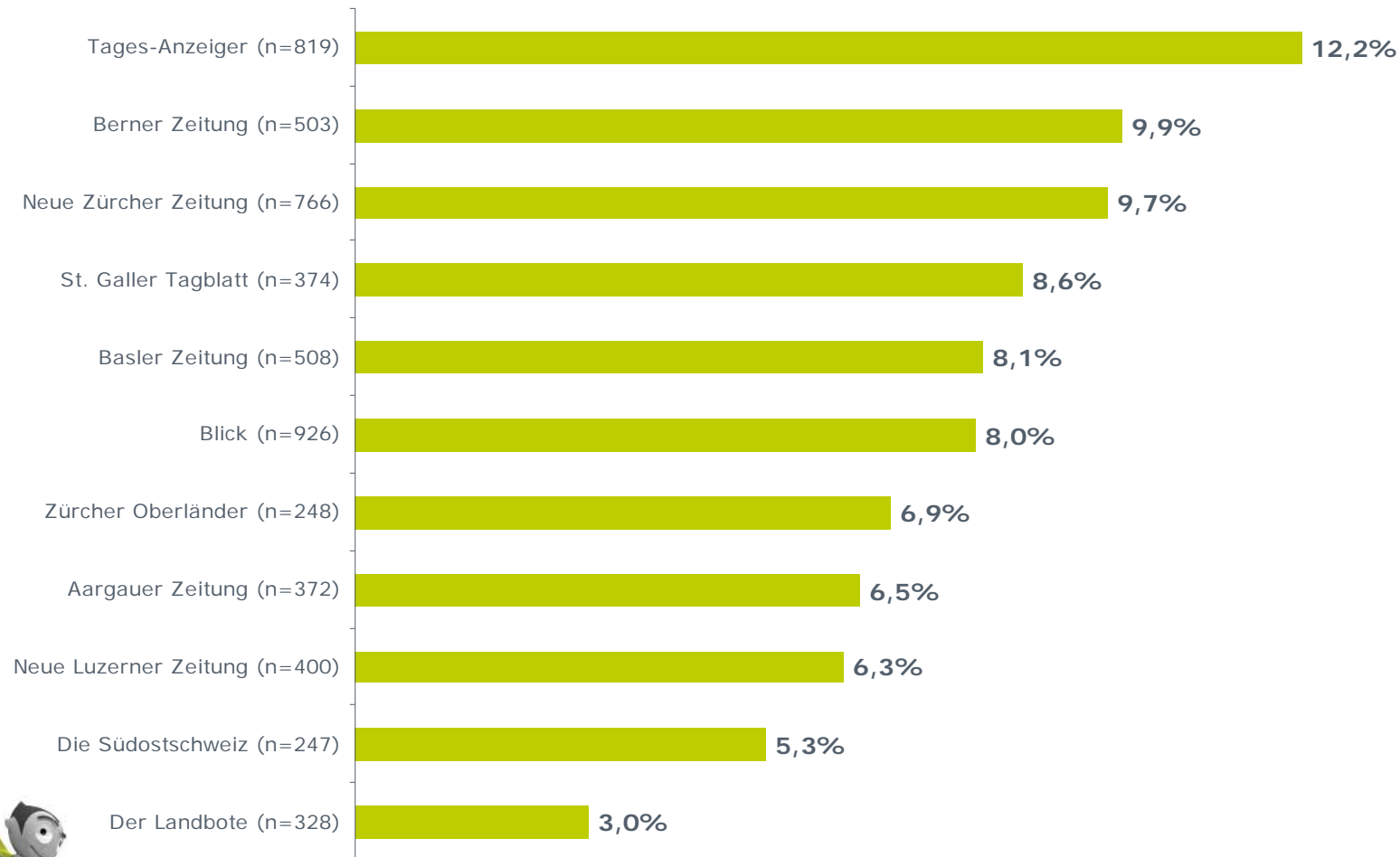
## 9. Inwieweit würden Sie die folgenden Tageszeitungen als erfolgreich bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „1 = wenig erfolgreich“ bis „7 = sehr erfolgreich“, dazwischen können Sie fein abstufen:



**11. Inwieweit würden Sie die folgenden Tageszeitungen vermissen, wenn es sie plötzlich nicht mehr geben würde? Bitte bewerten Sie von „1 = würde ich wenig vermissen“ bis „7 = würde ich sehr vermissen“, dazwischen können Sie fein abstufen:**

**Top-Box: bewertet mit "würde ich sehr vermissen"**

(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Tageszeitung)



---

**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 178'000 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 ...

---

**Marketagent.com Schweiz AG**  
**Ursula Kaspar**  
**Seefeldstrasse 281**  
**8008 Zürich**

**Tel. 043 466 88 44**  
**u.kaspar@marketagent.com**  
**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

