Umfrage

APA/OGM Vertrauensindex Wirtschaft

Telekommunikation/Internet

April 2013

OGM
Österreichische
Gesellschaft für Marketing
Bösendorferstraße 2
A-1010 Wien

50 650-0; Fax DW 26
office@ogm.at
www.ogm.at

BESCHREIBUNG DER UNTERSUCHUNG

Auftraggeber:	Gemeinschaftsprojekt APA (1190 Wien) und OGM
Ausführendes Institut:	OGM Österreichische Gesellschaft für Marketing, Bösendorferstraße 2, A-1010 Wien Telefon: 01/50 650-0
Zielgruppe:	ÖsterreicherInnen ab 16 Jahren
Stichprobenmethode:	Zufallsauswahl der Befragten aus dem OGM-Online-Panel
Stichprobengröße:	1000 Interviews
Methode:	Online Befragung mit Hilfe des OGM-Online-Panels (offline rekrutiert), fehlende Quoten wurden telefonisch ergänzt
Auswertung:	Faktorengewichtung laut Mediaanalyse 2011 und Volkszählung/Registerzählung Statistik Austria 2010; mögliche Abweichungen bei Absolutzahlen und Prozentwerten aufgrund von Rundungsdifferenzen
Maximale Schwankungsbreite:	$\pm$ 3,2%
Feldarbeit:	22. bis 24. April 2013

Kommentar

Wolfgang Bachmayer

Die österreichischen Konsumenten haben viel Vertrauen in die Anbieter Handynetzen, Internet, Kabel-TV und Festnetztelefonie. Die Vertrauenswerte steigen mit zunehmender Bekanntheit, die beachtlichen Ausgaben für Werbung und Kommunikation rechnen sich offensichtlich, was Image und Akzeptanz betrifft.

A1 als österreichischer Platzhirsch erreicht die höchsten Vertrauenswerte, das eigenständige und konsequent durchgezogene A1-Markenkonzept hat durch den Telekom Skandal kaum Schaden genommen.

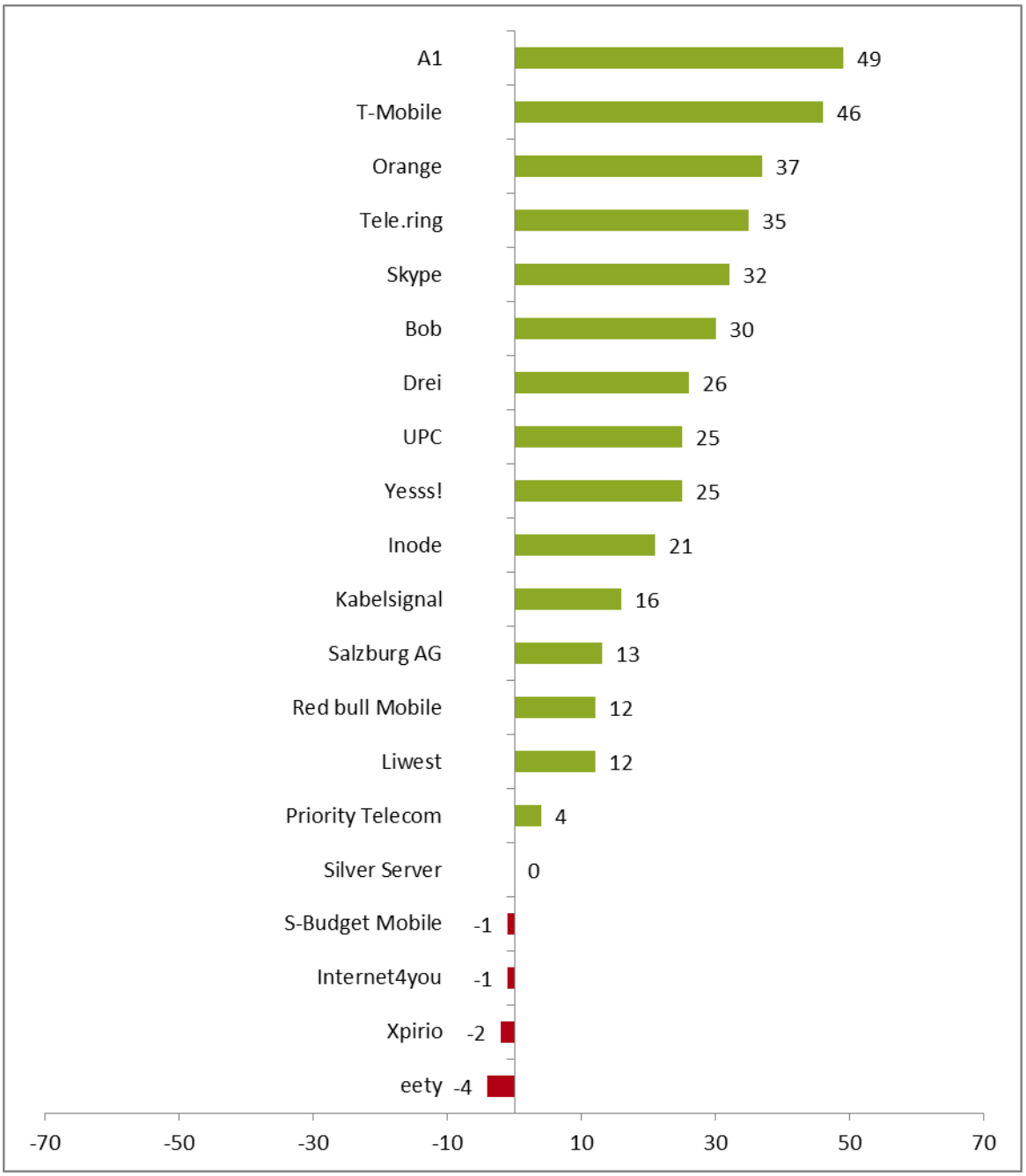
Auch die anderen Anbieter von Mobilfunknetzen liegen deutlich im Vertrauensplus, was sich neben dem intensiven Einsatz von Kommunikation auch mit der mittlerweile flächendeckenden Versorgung, den sehr günstigen Tarifen und vielen Zusatzangeboten erklärt.

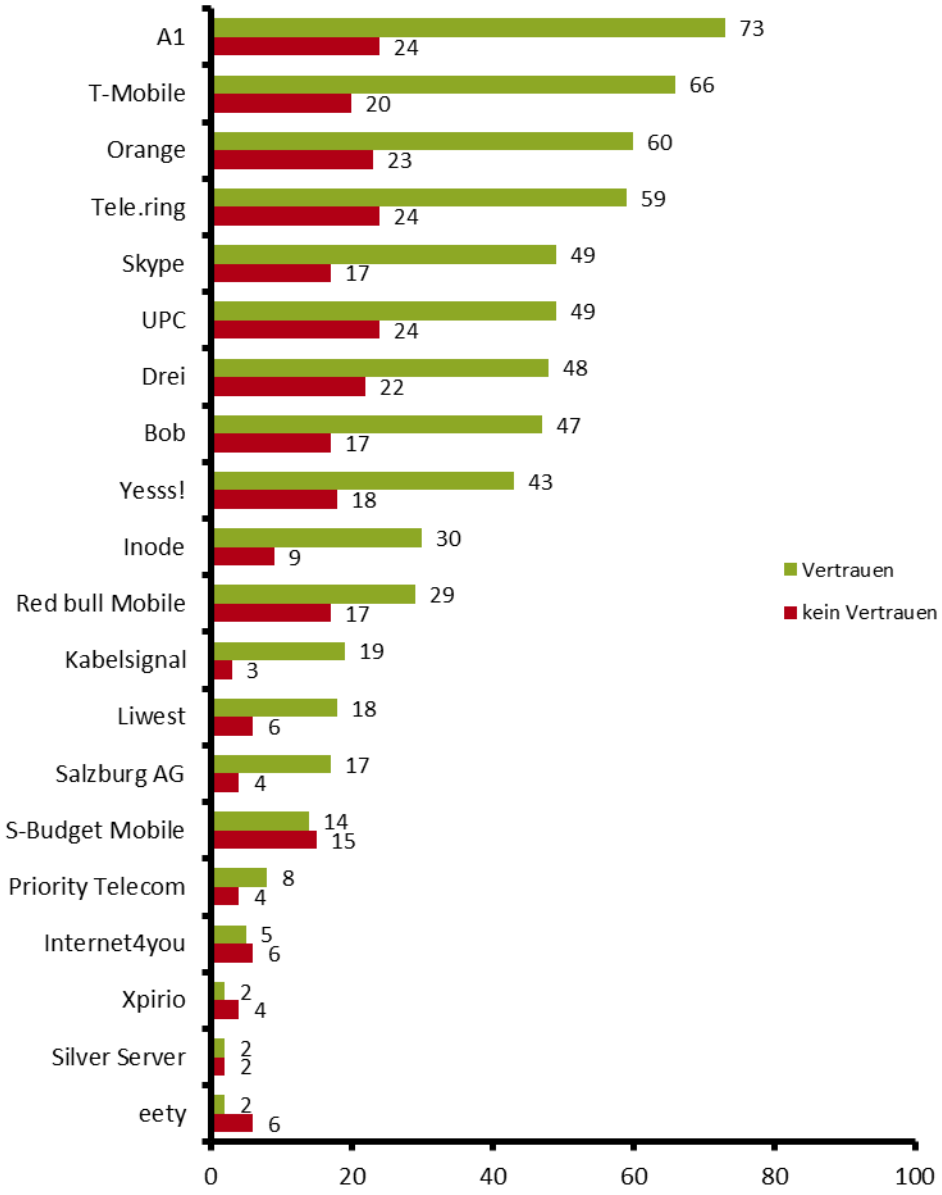
Das Vertrauen in die Internet Anbieter ist im Vergleich zu Mobilnetzen und TV geringer. Für die Vertrauenswerte von UPC sind primär die TV-Dienste verantwortlich und weniger die Internetdienste unter der (früheren) Marke Chello.

Kleinere und lokale Anbieter liegen vor allem wegen ihres geringen Bekanntheitsgrades an den hinteren Plätzen. Einzelne Anbieter haben einen negativen Vertrauenssaldo, klar negative Werte kommen jedoch nicht vor.

Vertrauen in Telekommunikations-/Internet Unternehmen April 2013

(Saldo aus Vertrauen – kein Vertrauen, in Prozent)
Basis: 1000 ÖsterreicherInnen ab 16 Jahren



Vertrauen in Telekommunikations-/Internet Unternehmen April 2013 – Detailergebnisse

(Rest auf 100%: kenne ich nicht, weiß nicht/keine Angabe, in Prozent)
Basis: 1000 ÖsterreicherInnen ab 16 Jahren