

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Google-Insights 2007 vs. 2013



Thomas Schwabl
Wiener Neudorf, im April 2013

Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- _ **Sample-Größe:** n = 502 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 25.01.2013 – 04.02.2013
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- _ **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- _ **Umfang:** 17 offene/geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



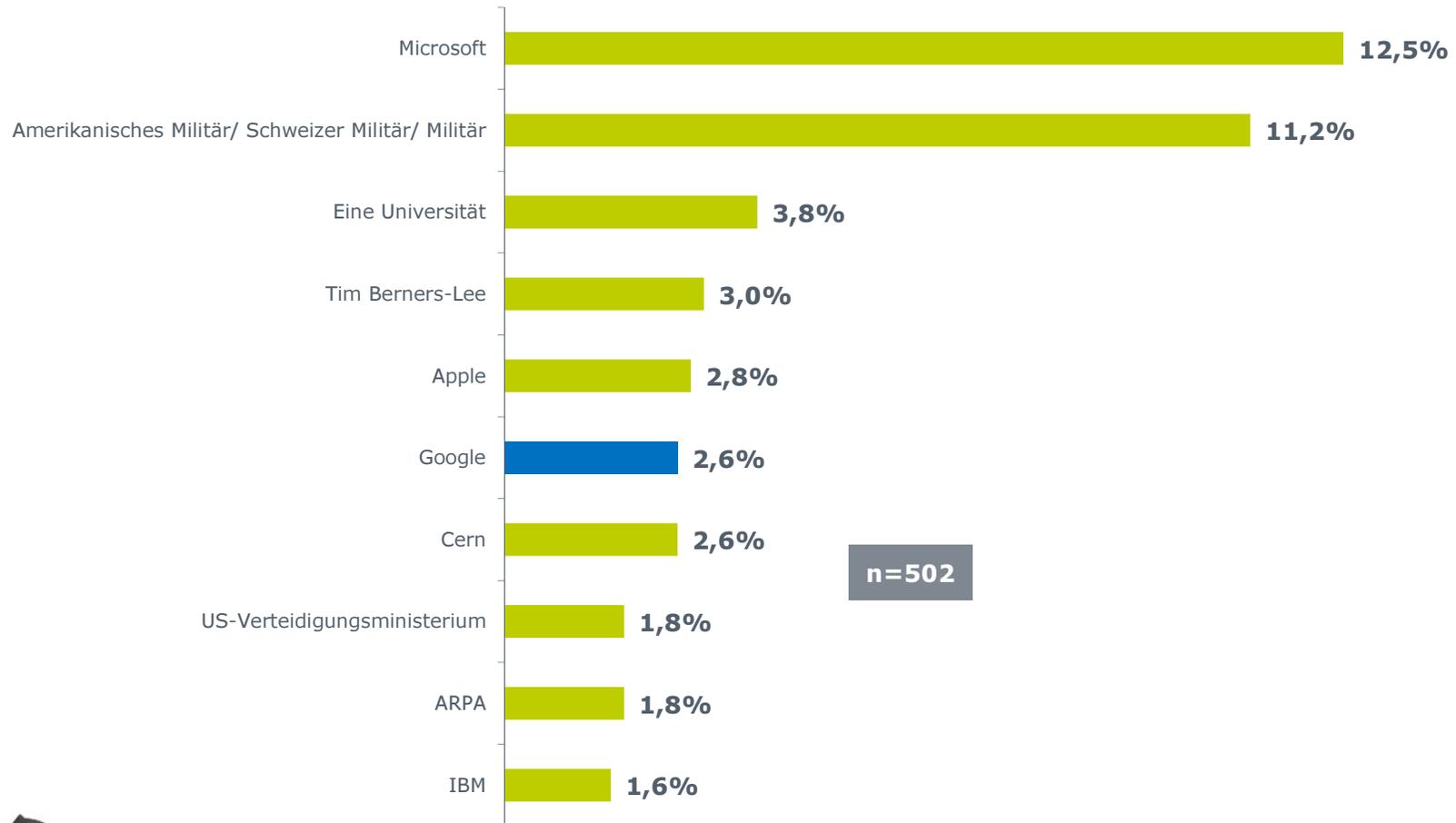
Zusammensetzung des Samples:

Basis	502	in %
Geschlecht		
Männlich	246	49,0%
Weiblich	256	51,0%
Alter		
14 - 19 Jahre	48	9,6%
20 - 29 Jahre	83	16,5%
30 - 39 Jahre	88	17,5%
40 - 49 Jahre	115	22,9%
50 - 59 Jahre	96	19,1%
60 - 69 Jahre	72	14,3%
Ausbildungsniveau		
Allgemeinbildende Pflichtschule	121	24,1%
Lehre / Fachschule	234	46,6%
Matura / Universität	147	29,3%



Der „Erfinder“ des Internet:

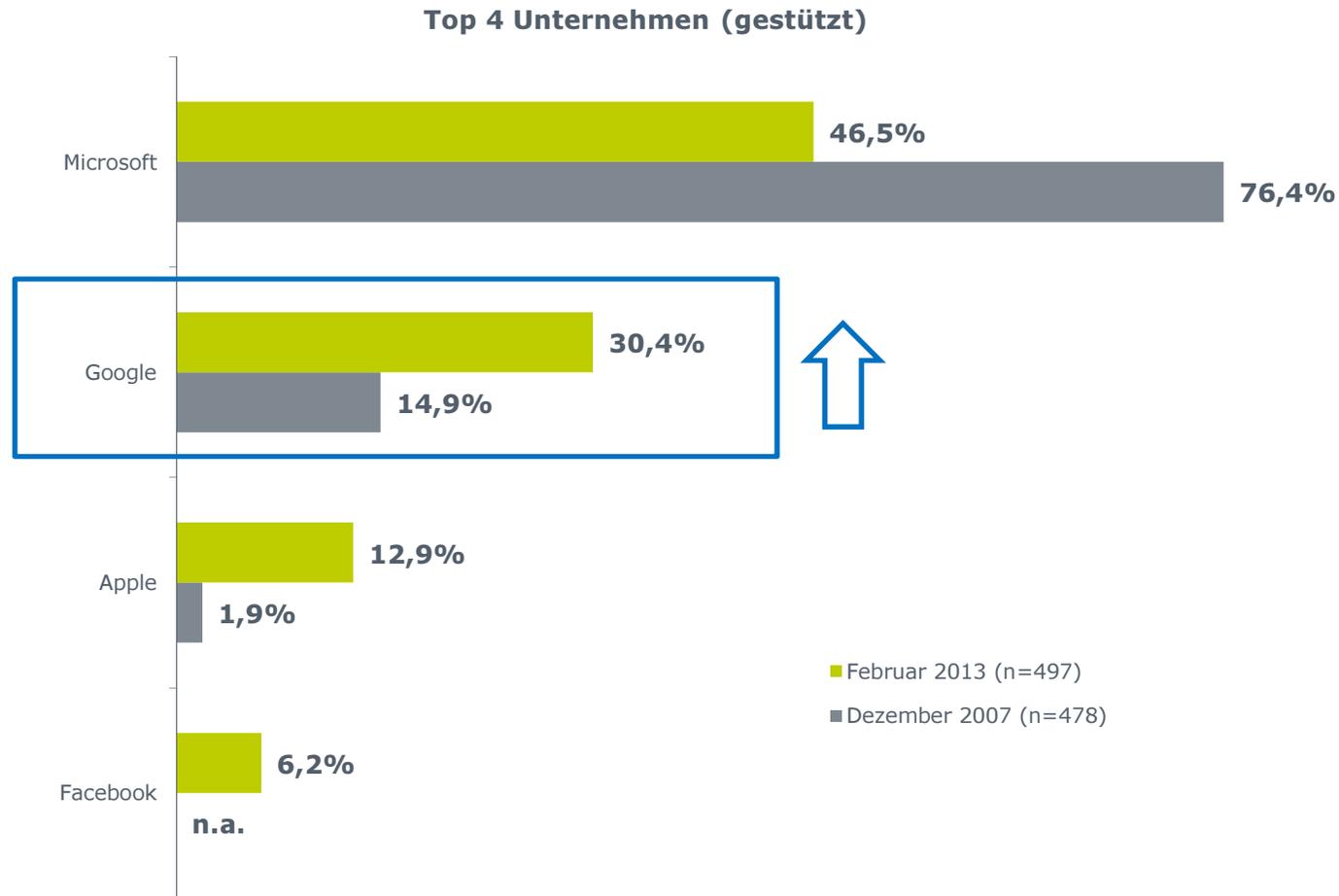
Top 10 Nennungen (ungestützt)



[...] Wer/ welches Unternehmen hat Ihrer Ansicht nach das Internet erfunden?



Mächtigstes Unternehmen aus dem Bereich Internet/Computer/EDV:



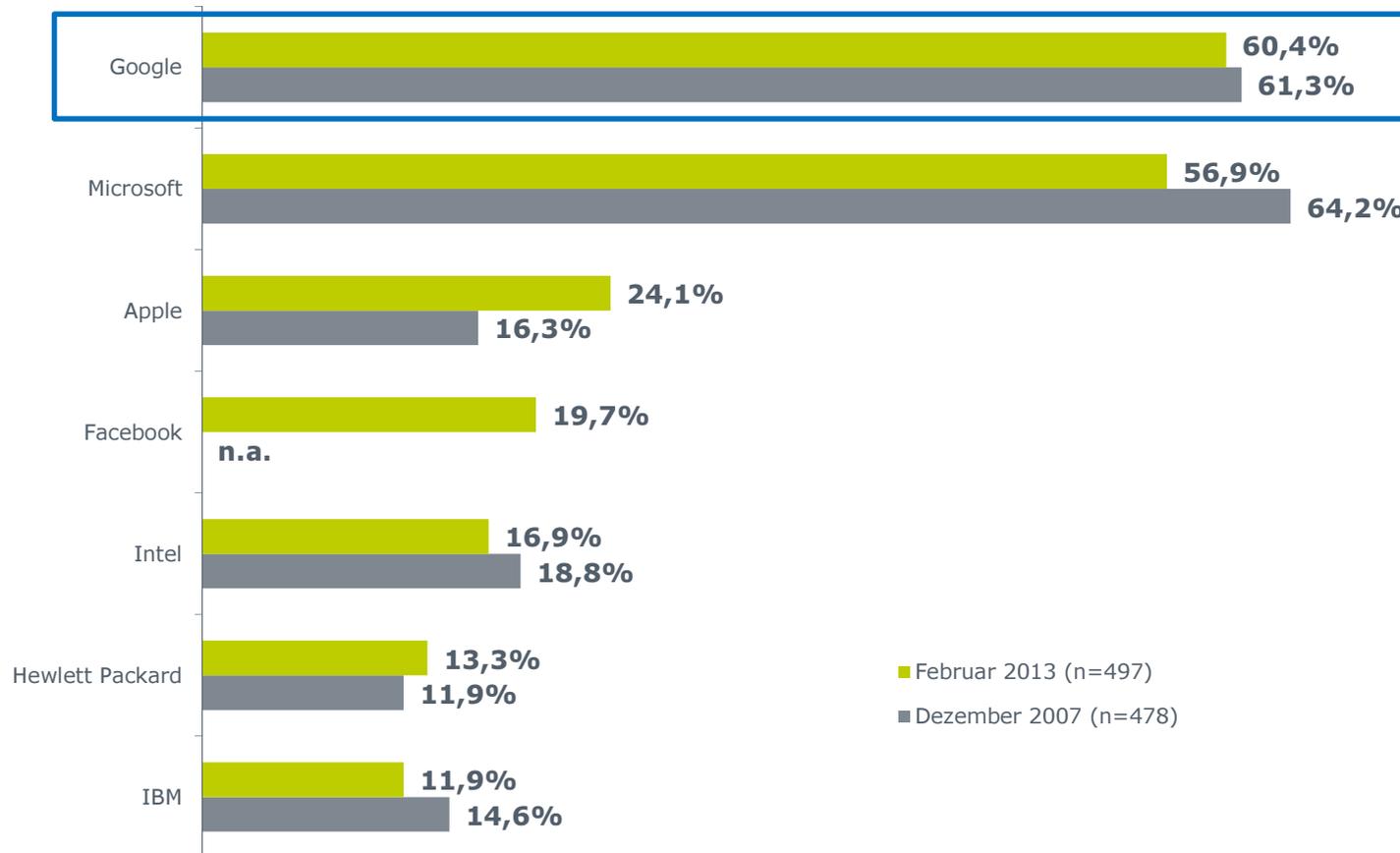
(Basis: Respondenten kennen zumindest eines der genannten Unternehmen)

Welches der Ihnen bekannten Unternehmen aus dem Bereich Internet/ Computer/ EDV ist Ihrer Ansicht nach das Mächtigste?



Besonders unentbehrliche Unternehmen aus dem Bereich Internet/Computer/EDV:

Top 7 Unternehmen (gestützt)



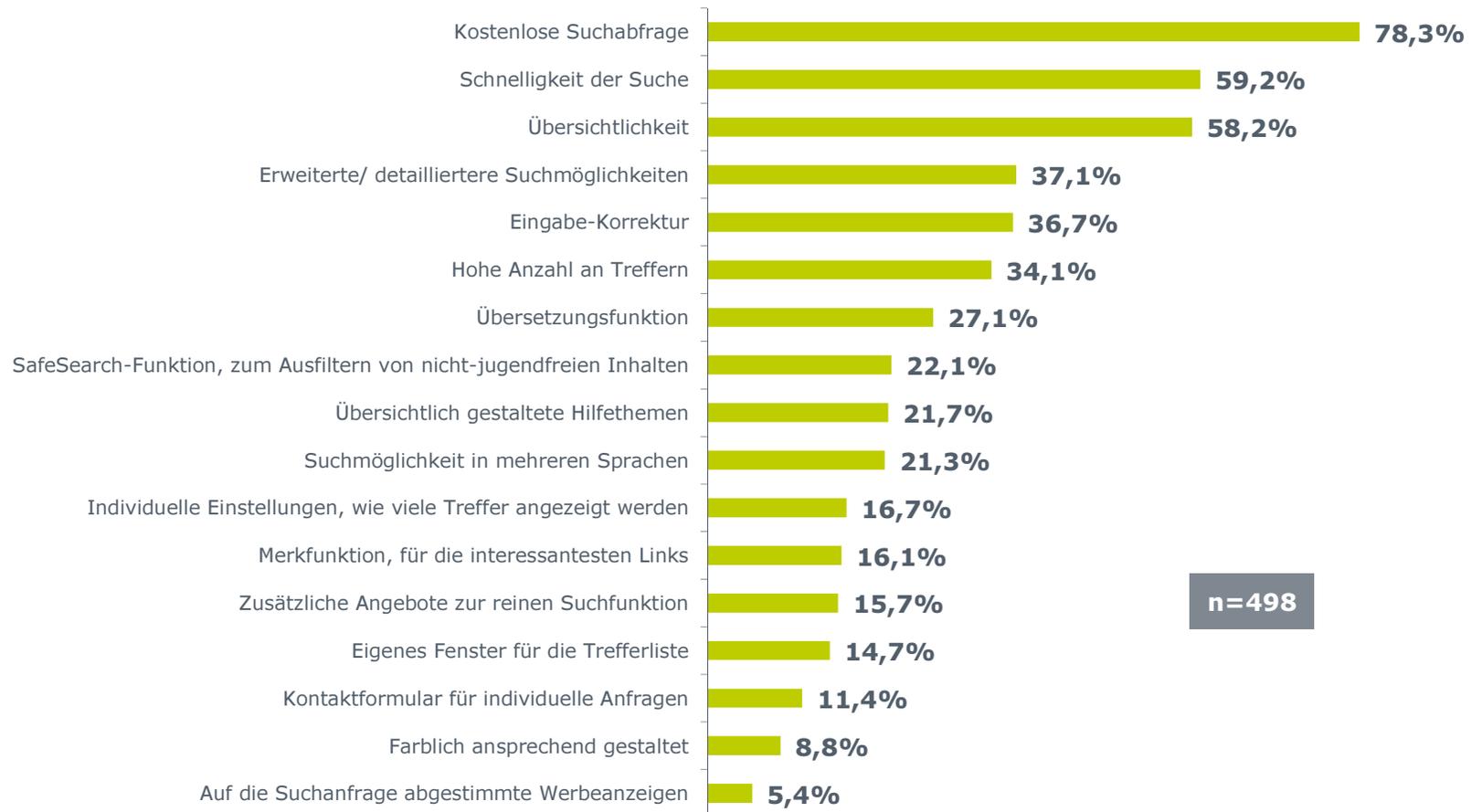
(Basis: Respondenten kennen zumindest eines der genannten Unternehmen)

Welche dieser Unternehmen aus dem Bereich Internet/ Computer/ EDV sind Ihrer Ansicht nach besonders unentbehrlich?



Besonders wichtige Kriterien bei Suchmaschinen:

Top-Box: bewertet mit „sehr wichtig“ (5-stufige Skalierung)



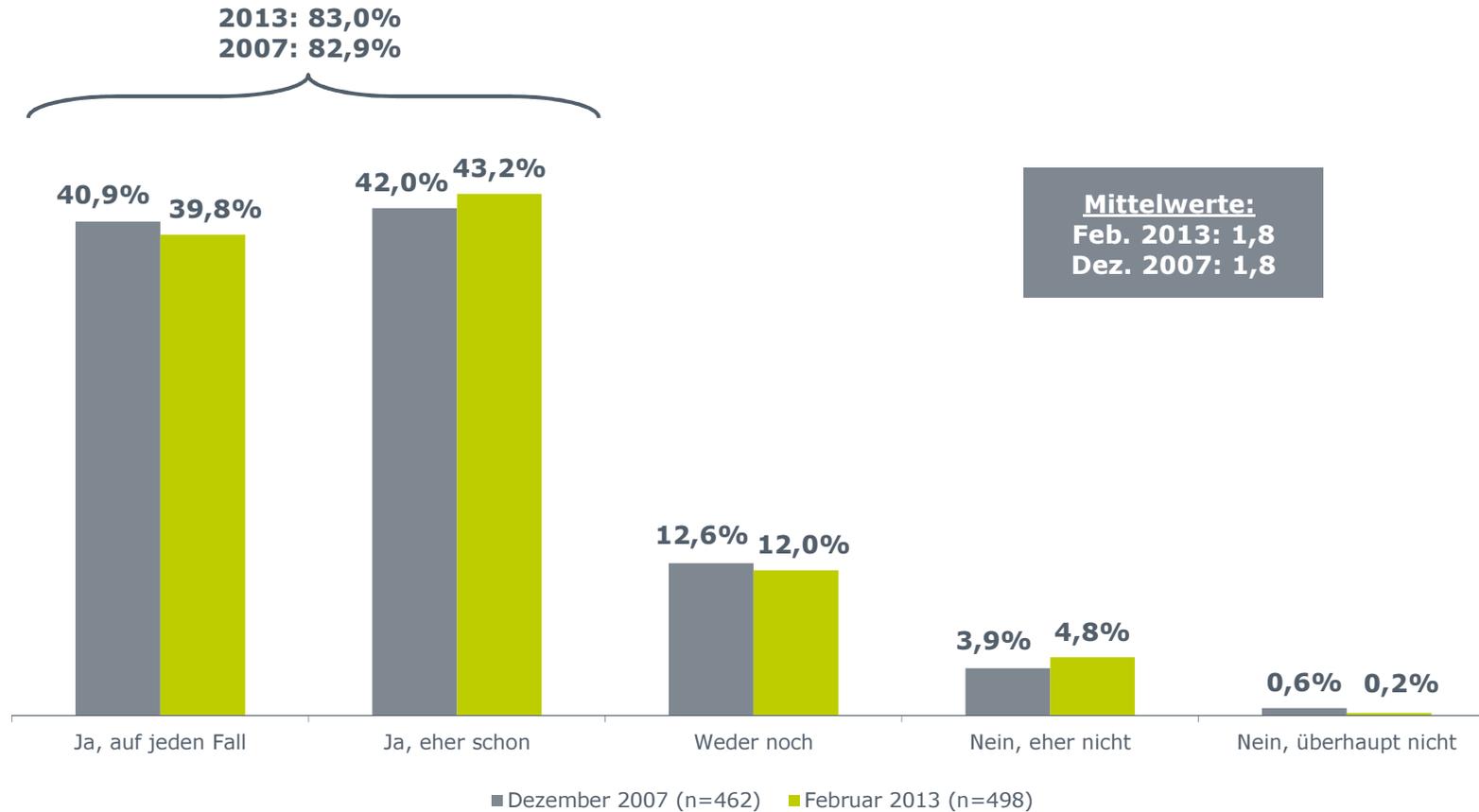
(Basis: Respondenten haben zumindest eine der genannten Suchmaschinen bereits genutzt)

Welche Kriterien sind Ihnen bei Suchmaschinen besonders wichtig? [...]



83 Prozent sind der Ansicht, dass Suchmaschinen zur Bildung beitragen.

Suchmaschinen tragen zur Bildung bei ...



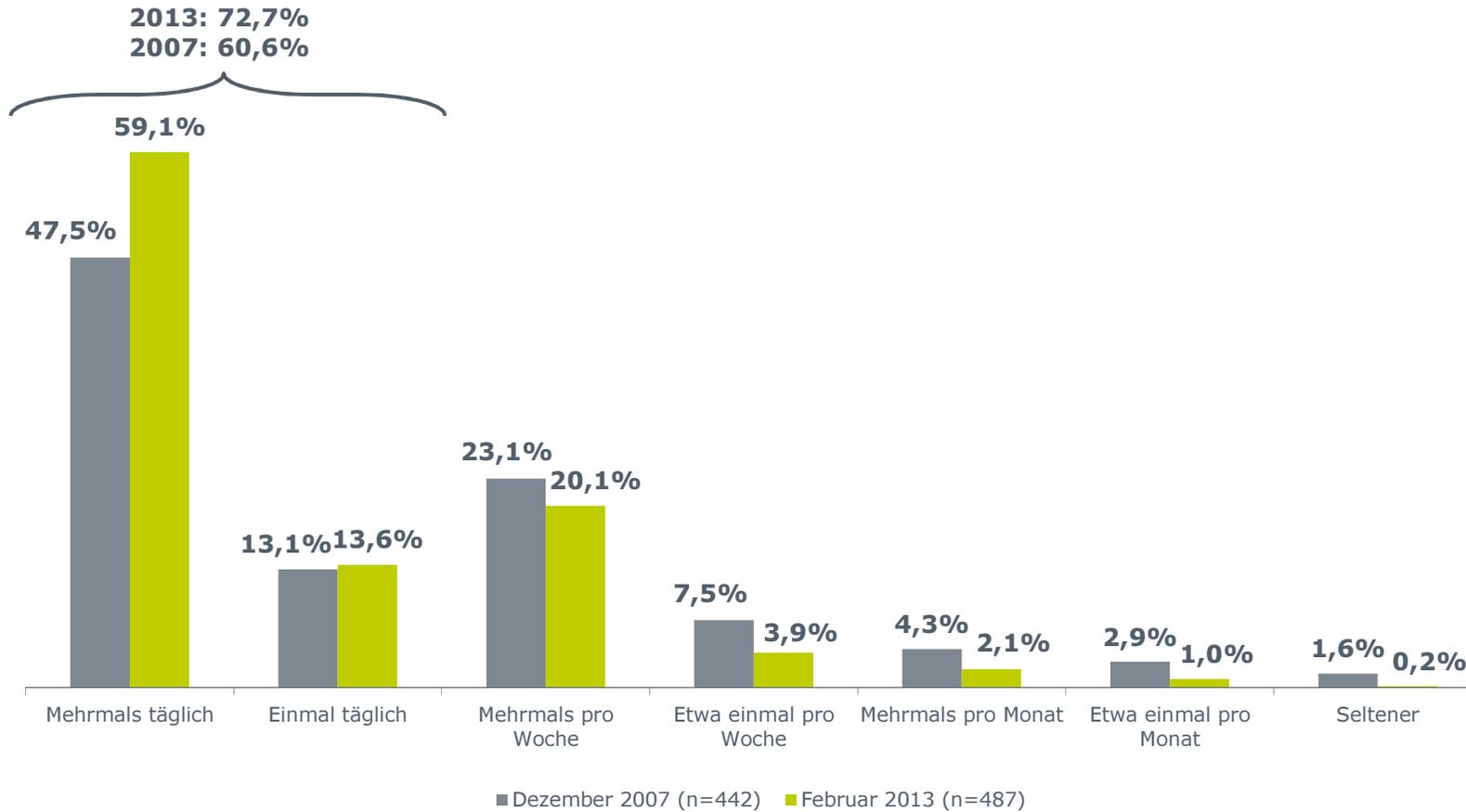
(Basis: Respondenten haben zumindest eine der genannten Suchmaschinen bereits genutzt)

Sind Sie der Ansicht, dass Suchmaschinen zur Bildung beitragen bzw. dass man durch die gefundenen/ gefundenen Inhalte viel lernen kann?



73 Prozent nutzen täglich die Website von Google.

Nutzungshäufigkeit der Google-Website



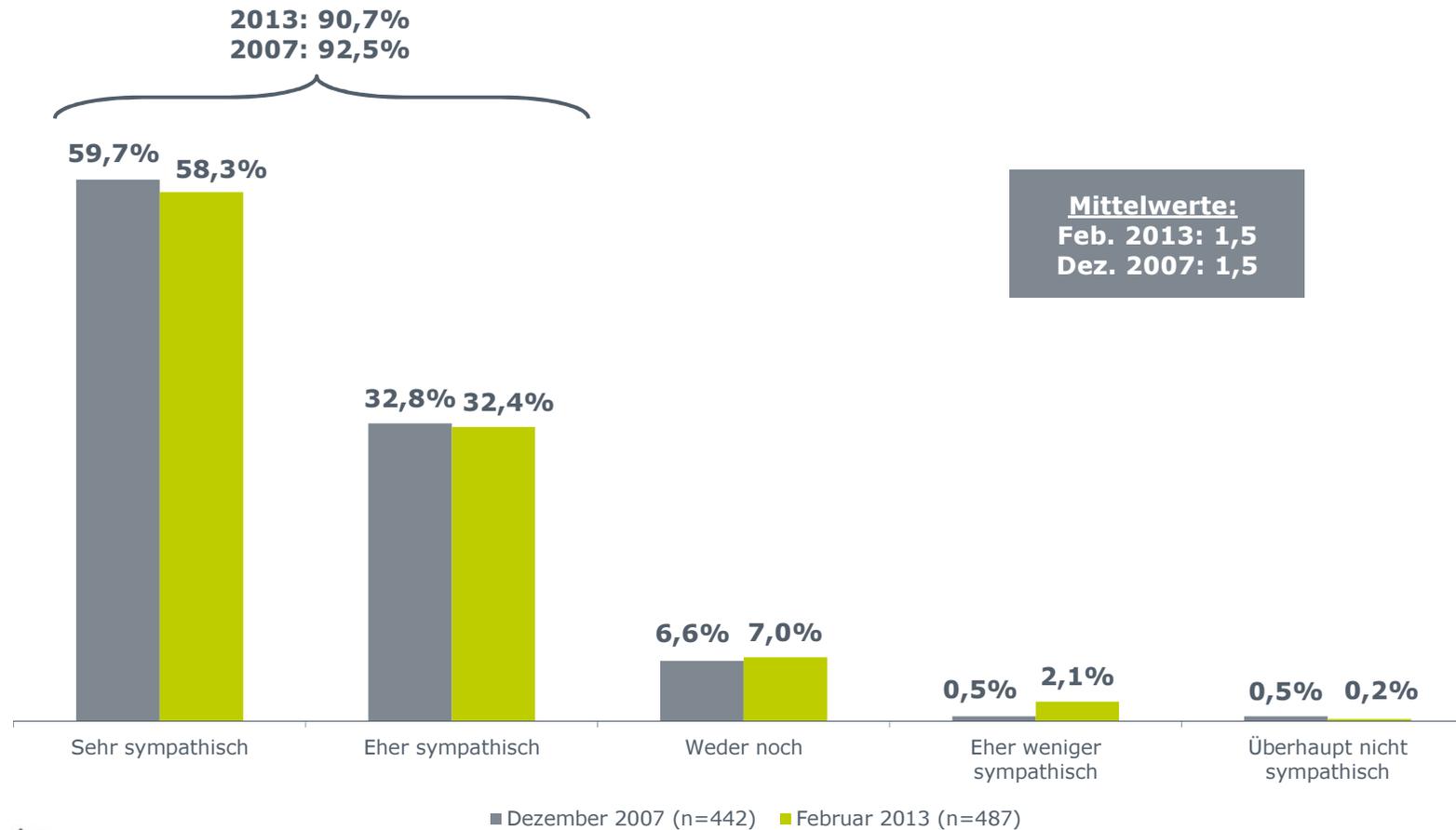
(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Wie häufig rufen Sie die Google-Website durchschnittlich auf?



91 Prozent finden Google sympathisch.

Sympathie von Google



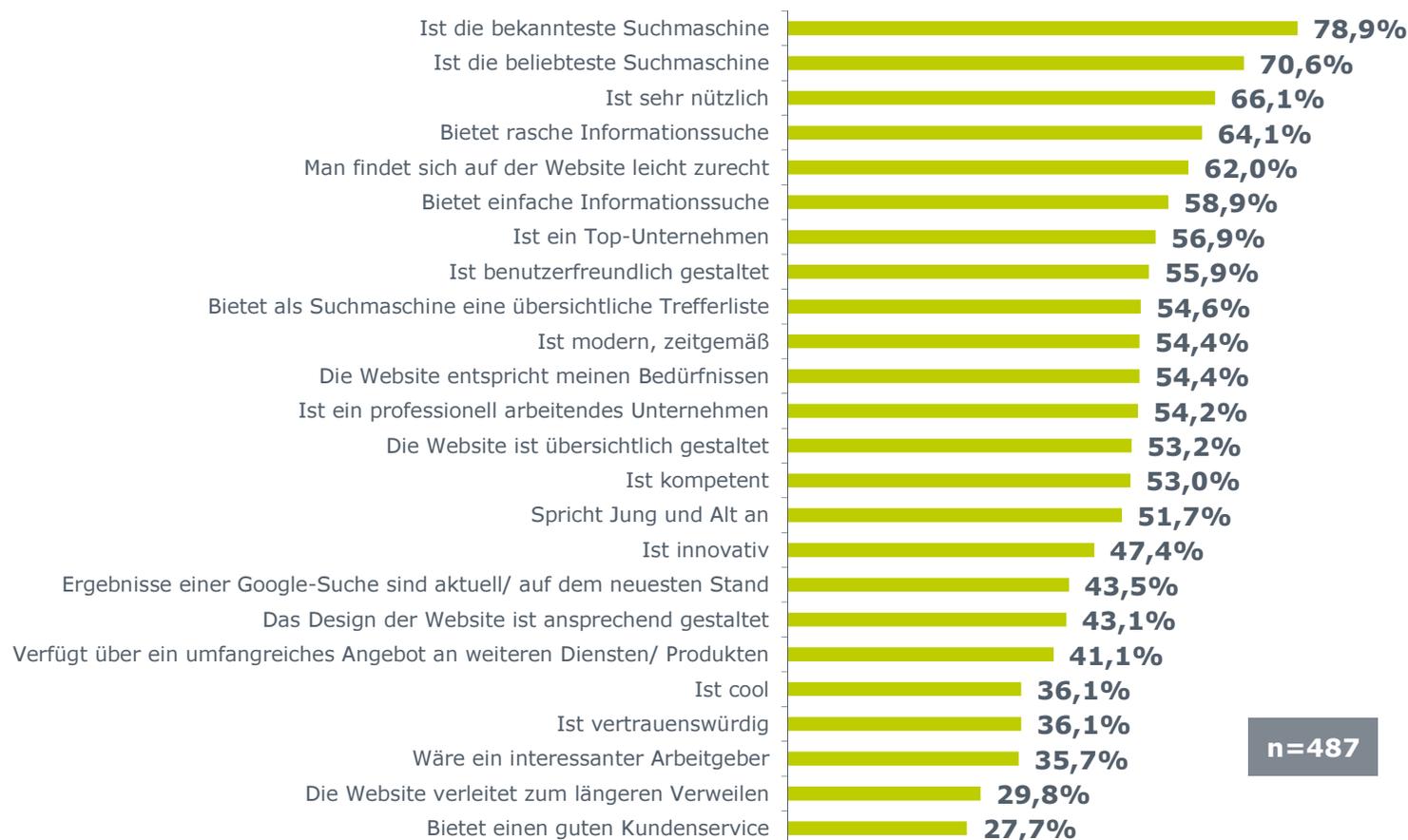
(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Wie sympathisch ist Ihnen Google ganz allgemein?



Aussagen und Eigenschaften, die auf Google zutreffen:

Top-Box: bewertet mit „trifft voll und ganz zu“ (5-stufige Skalierung)



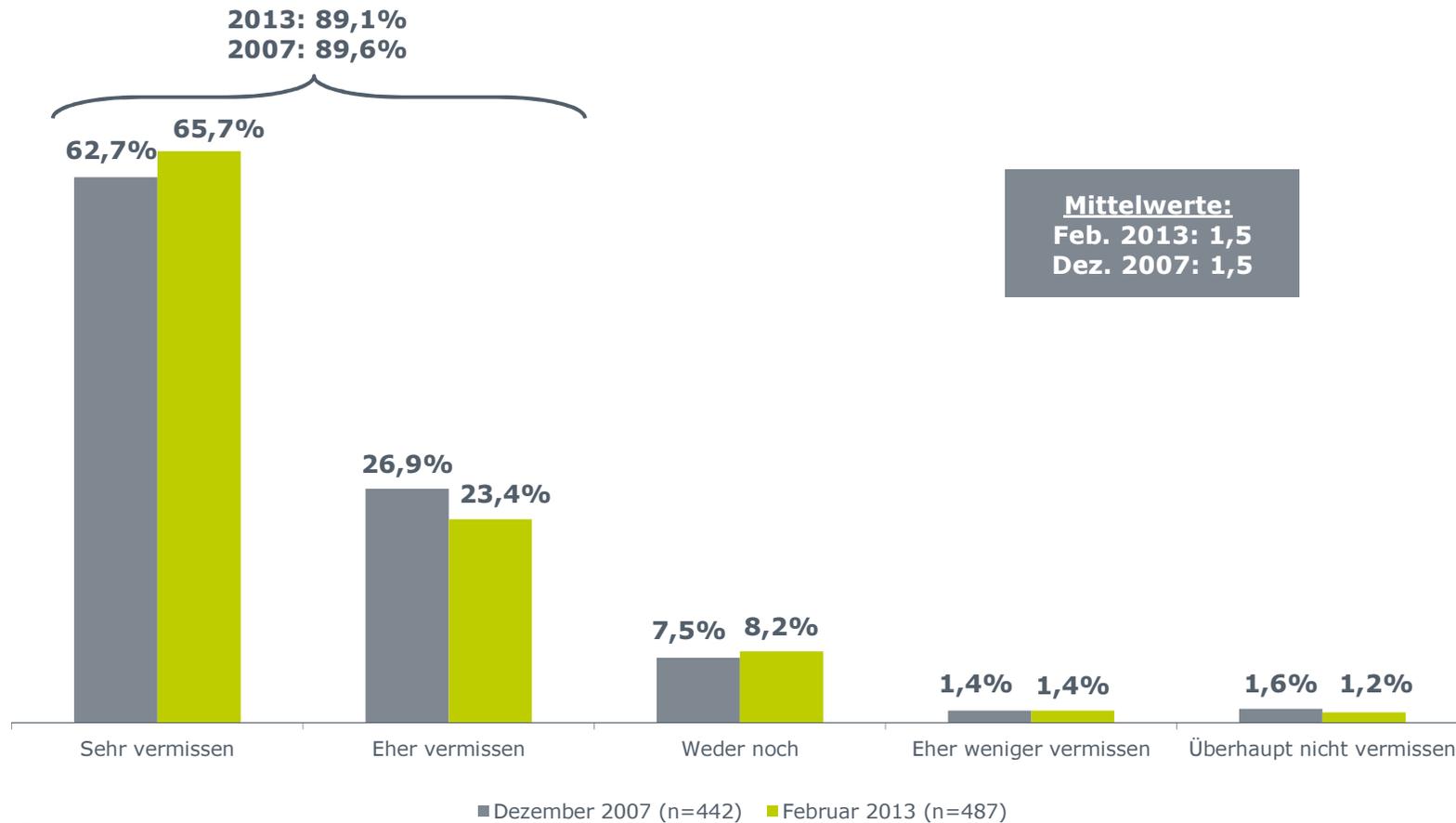
(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen und Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf Google zu? [...]



Ungebrochene Loyalität: 9 von 10 würden Google vermissen.

Ich würde Google vermissen ...

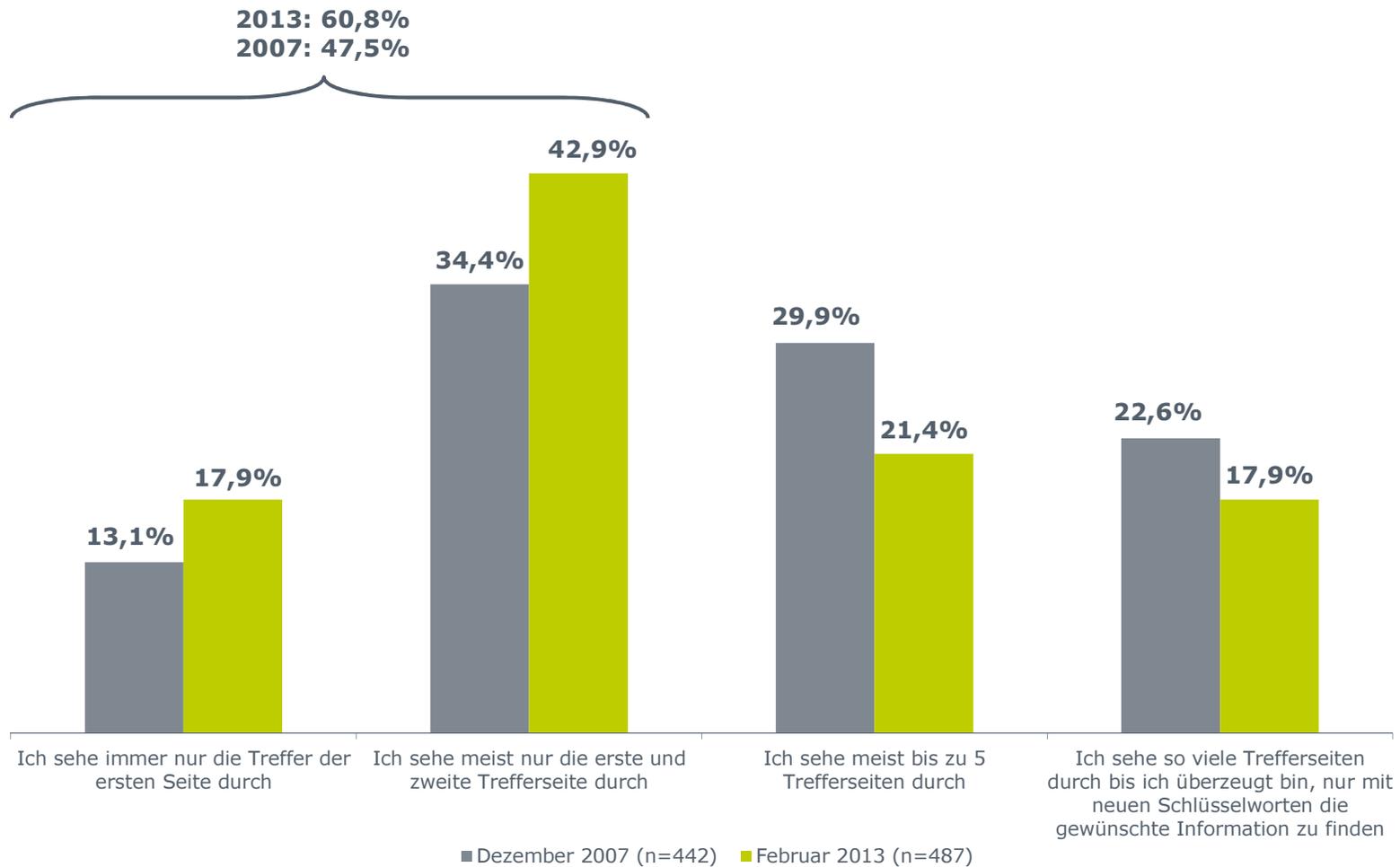


(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Wie sehr würden Sie Google vermissen, wenn es die Website überhaupt nicht mehr geben würde?



Verhalten bei Suchanfragen auf Google: die Geduld nimmt ab.



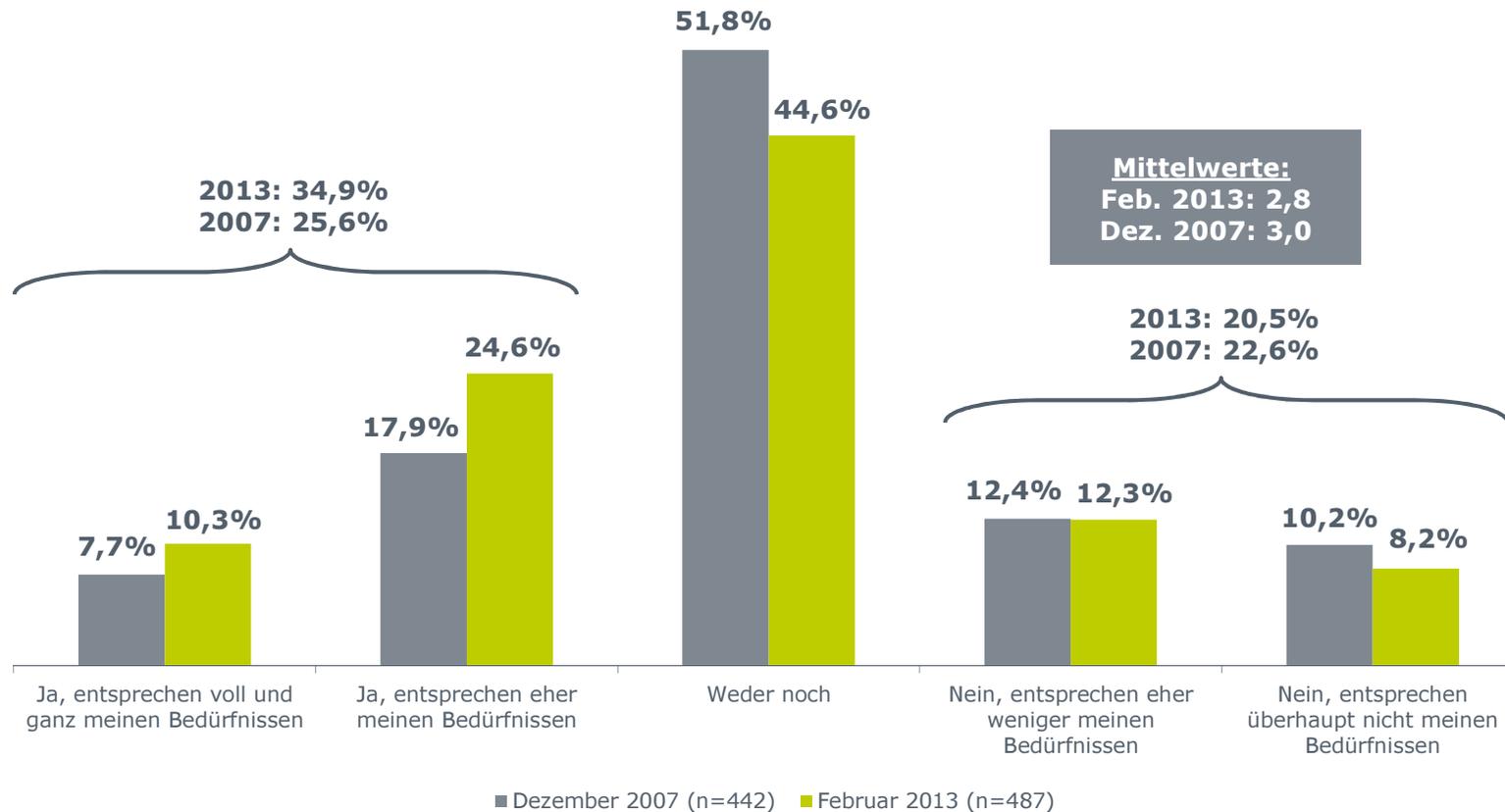
(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Welches Verhalten trifft am ehesten auf Sie zu, wenn Sie eine Suchanfrage auf Google gestellt haben? [...]



35 Prozent empfinden die Werbeanzeigen auf Google für ihre Bedürfnisse maßgeschneidert.

Die Werbeanzeigen auf Google entsprechen meinen Bedürfnissen ...



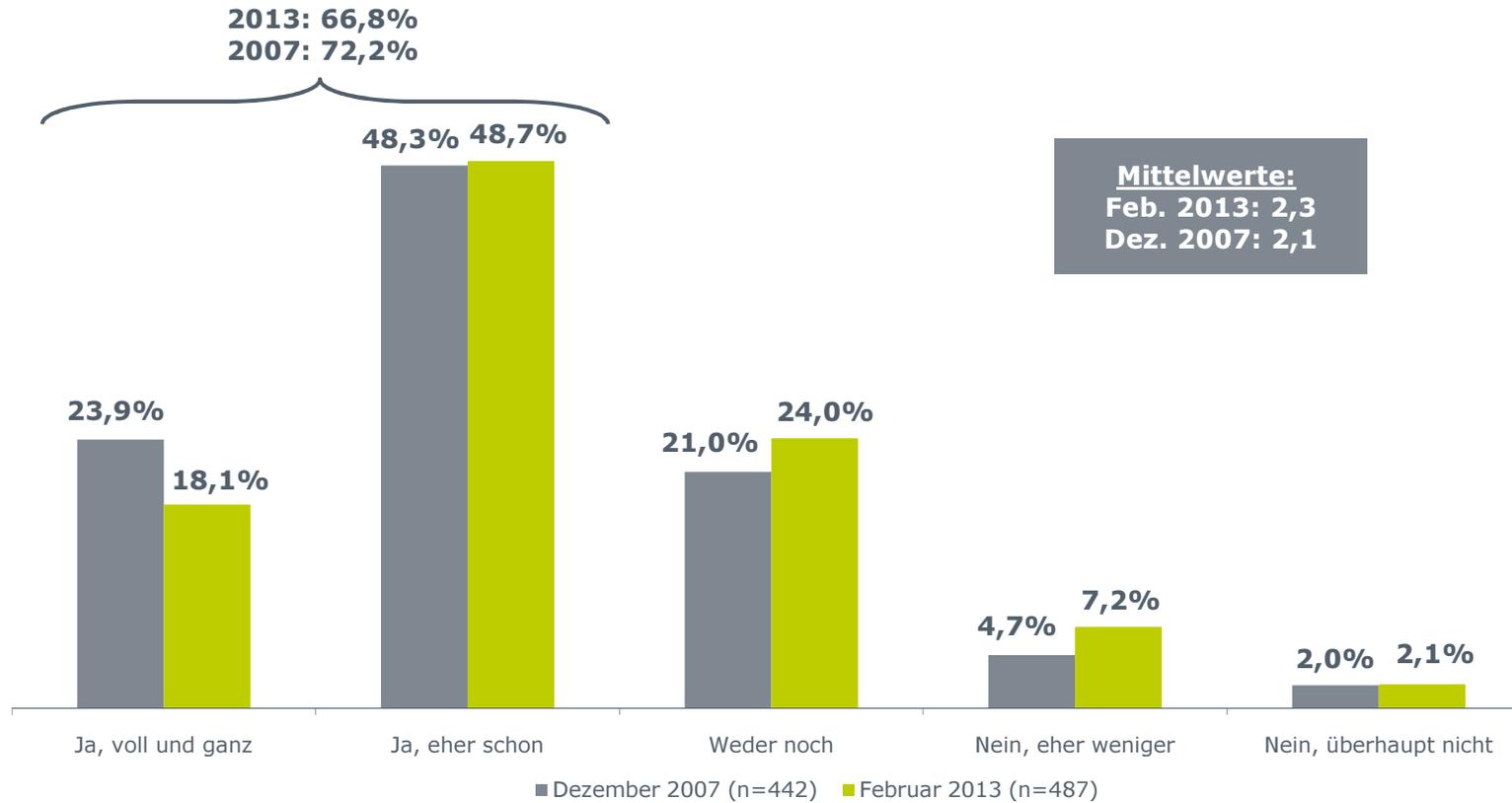
(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Empfinden Sie die Werbeanzeigen auf Google für Ihre Bedürfnisse maßgeschneidert?



69 Prozent sind der Ansicht, Google wird dem Motto „Don't be evil“ gerecht.

Google wird dem Motto „Don't be evil“ gerecht ...



(Basis: Respondenten haben Google bereits genutzt)

Googles unternehmerisches Motto lautet „Don't be evil“ (Sei nicht böse) – wird Google Ihrer Ansicht nach diesem Motto gerecht?





MARKETAGENT.COM

Feedback | Kontakt | Rückfragen:

**Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0)2236 – 205 886**

**Brown Boveri Strasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf**

www.marketagent.com



MARKETAGENT.COM