

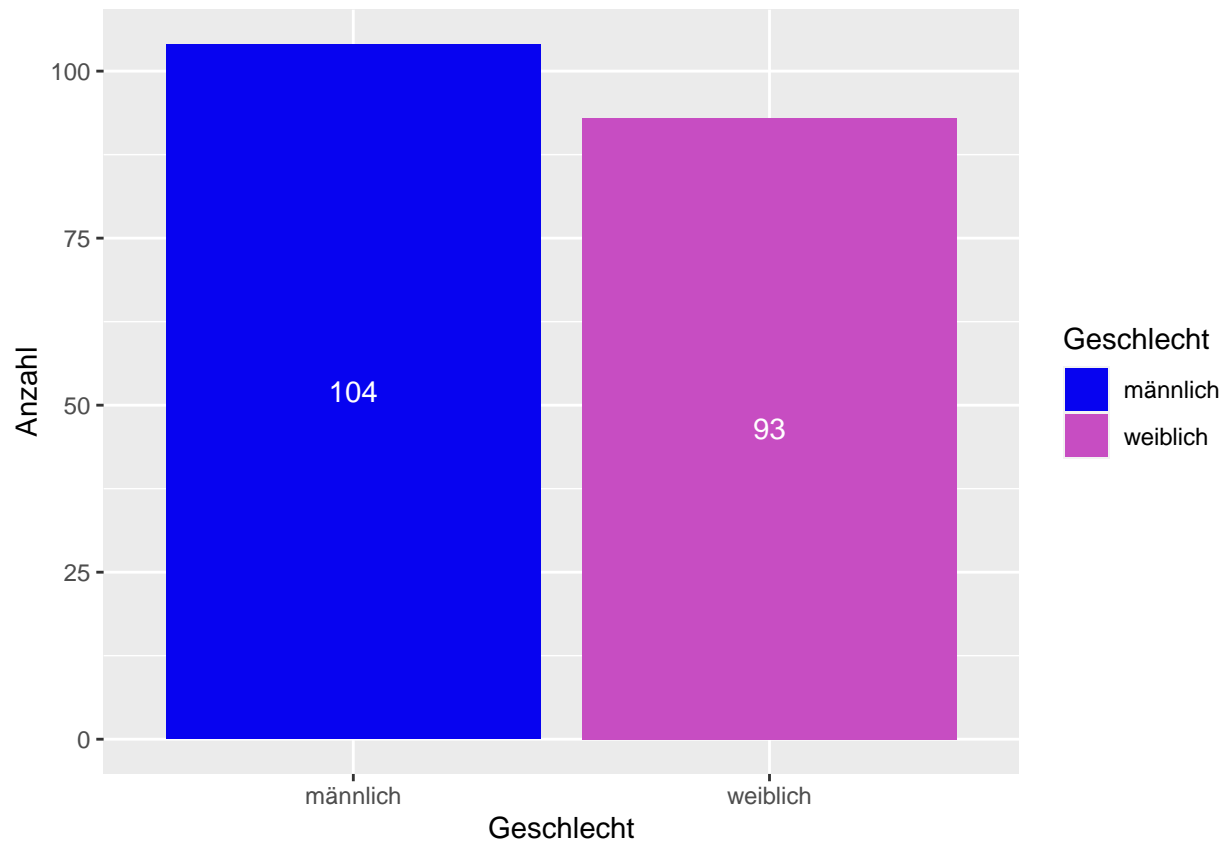
# Kanäle und Medien des digitalen Marketings

Thomas Schmid, Damian Krebs

12.6.2020

## Geschlecht Teilnehmende

### 23 - Wie alt sind Sie?

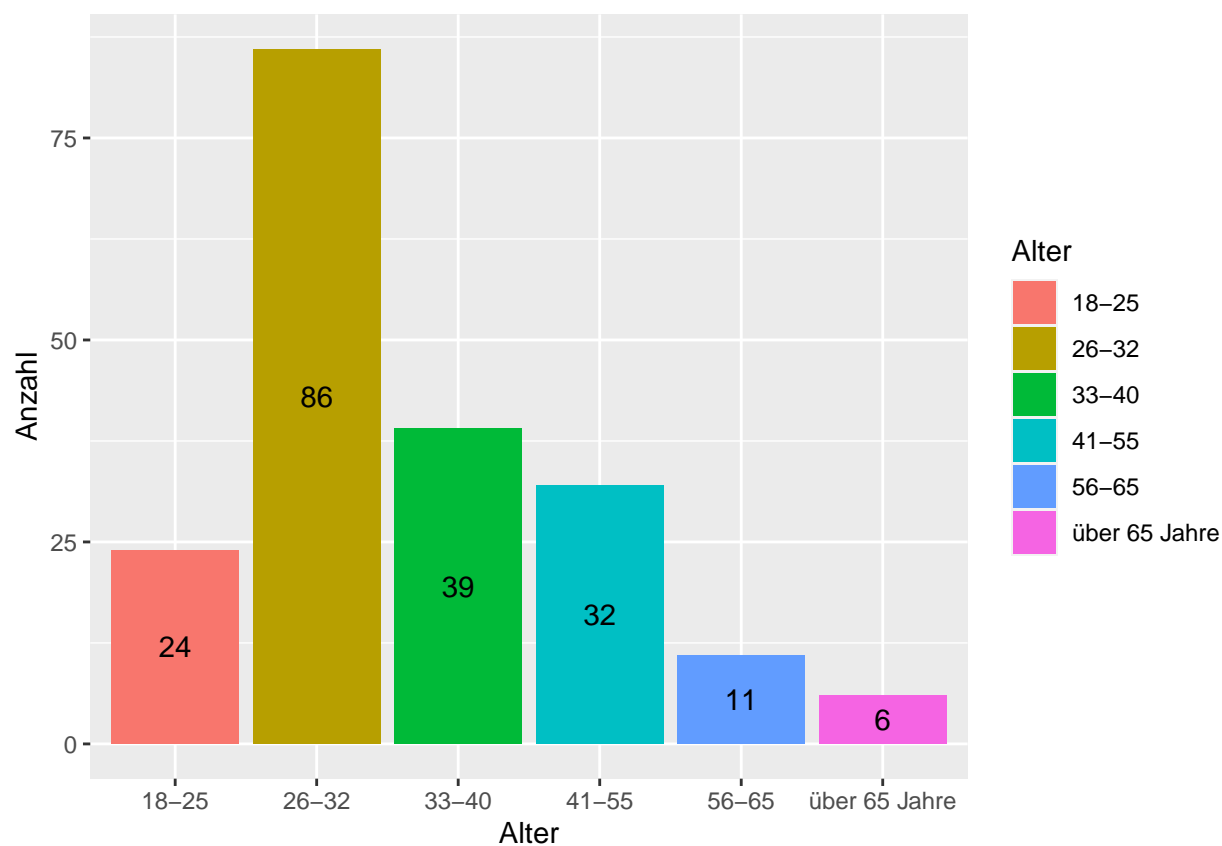


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Geschlecht	1	2	1	1.47	0.5	1

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	männlich	52.79% (104)
2	weiblich	47.21% (93)
Total		100% (197)

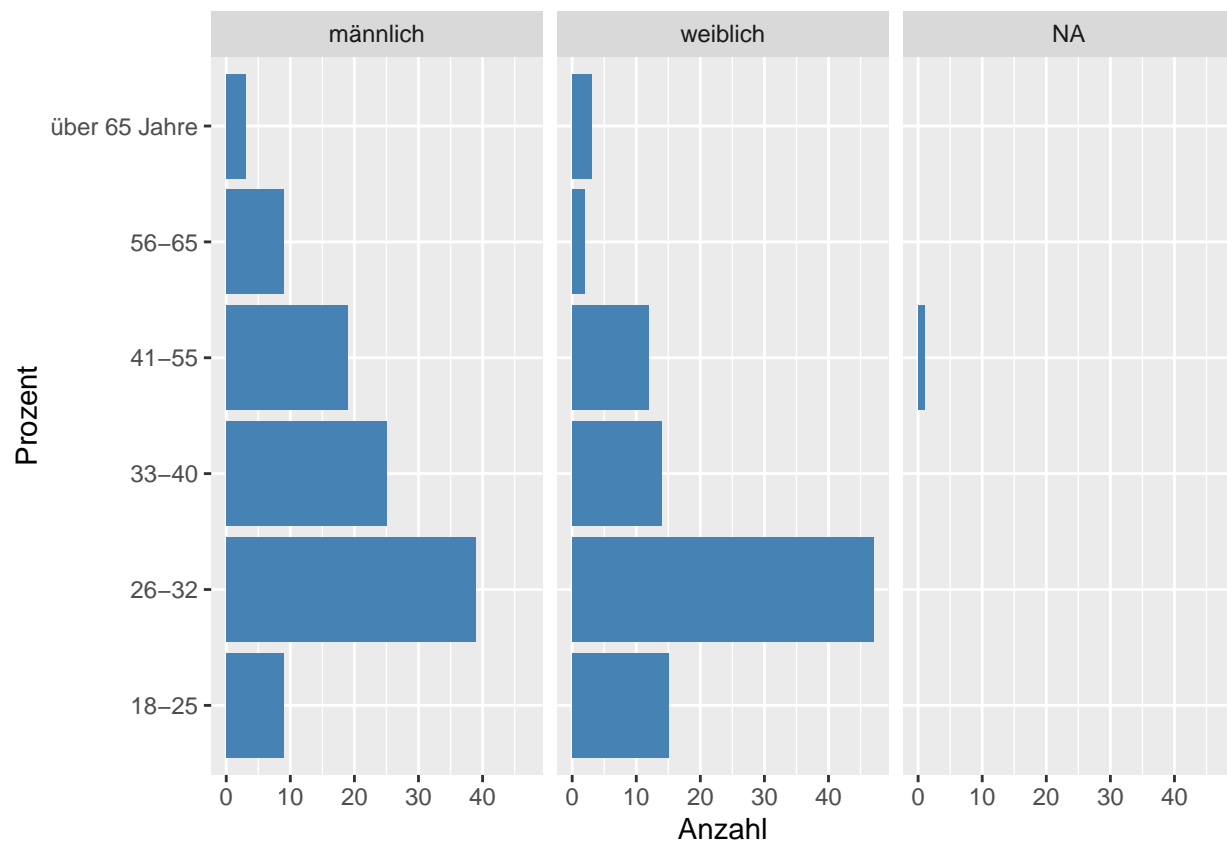
## Alter Teilnehmende

24 - Sind Sie ... ?



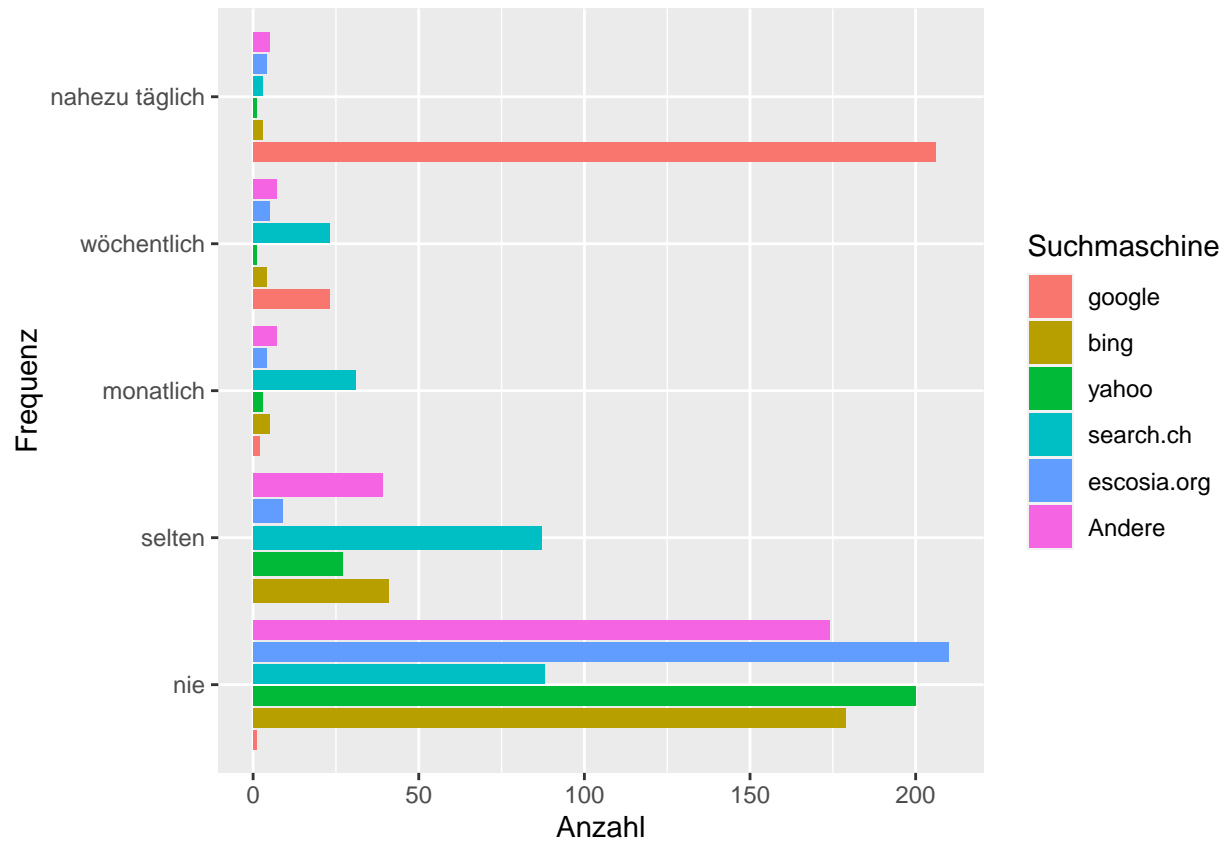
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Alter	2	7	3	3.69	1.22	3

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	unter 18 Jahre	0.00% (0)
2	18-25	12.12% (24)
3	26-32	43.43% (86)
4	33-40	19.7% (39)
5	41-55	16.16% (32)
6	56-65	5.56% (11)
7	über 65 Jahre	3.03% (6)
Total		100% (198)



# Suchmaschinenpräferenzen

01 - Welche Suchmaschinen verwenden Sie für die Suche nach Informationen und wie oft?




---

TextAndere

---

Wikipedia

local.ch

Firefox

keine

Wikipedia

-

Duckduckgo

DuckDuckgo

Erinnere mich gerade nicht

DuckDuckGo

DuckDuckGo

Brave

altavista

google scholar

Fireball

duckduckgo

Bibliothekskataloge, Swisslex, Swissbib

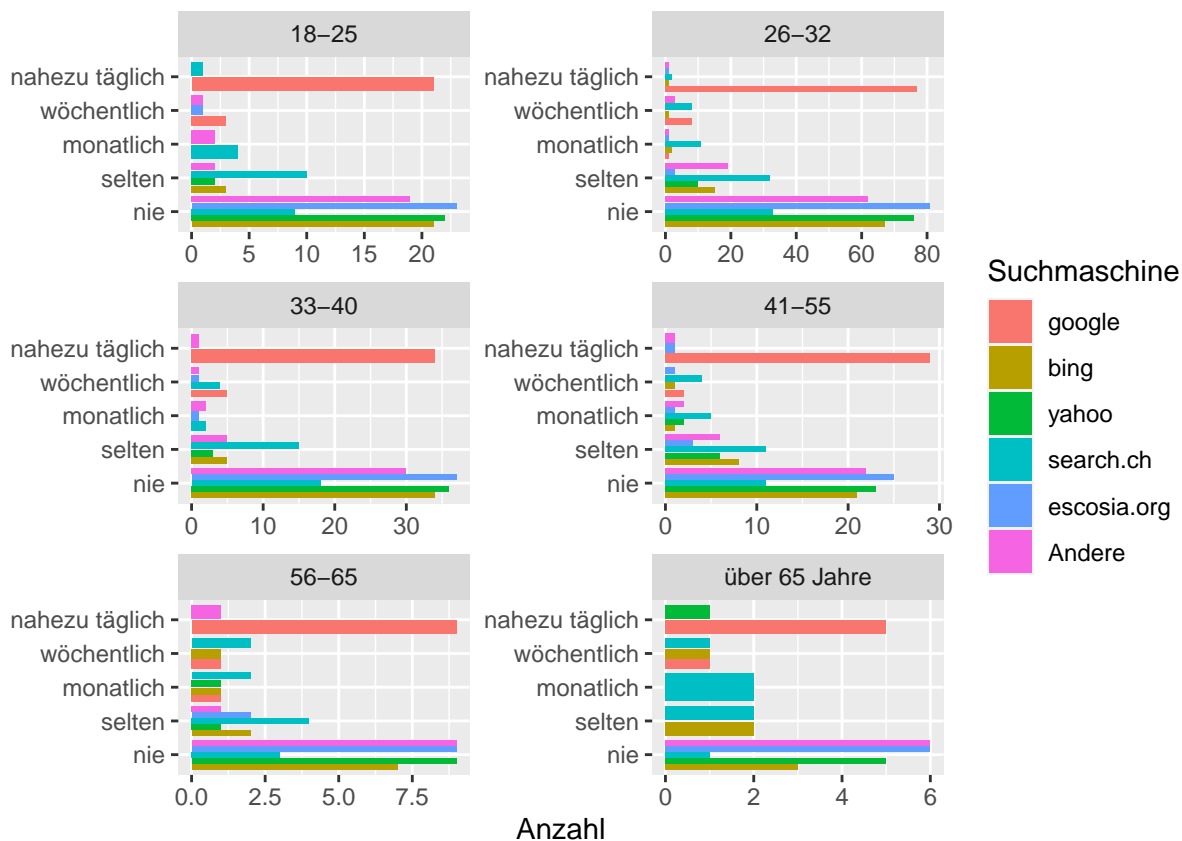
Duckduckgo

Wolfram Alpha

TextAndere
Safari
-
DuckDuckGo
Keine
Wikipedia
telsearch
duckduckgo
web.de
-
Keine
duck duck go, Startpage (ja, ich weiss, die braucht hintenrum den gugel)
Duckduckgo
DuckDuckGo
duckduckgo.com
Safari
Duckduckgo

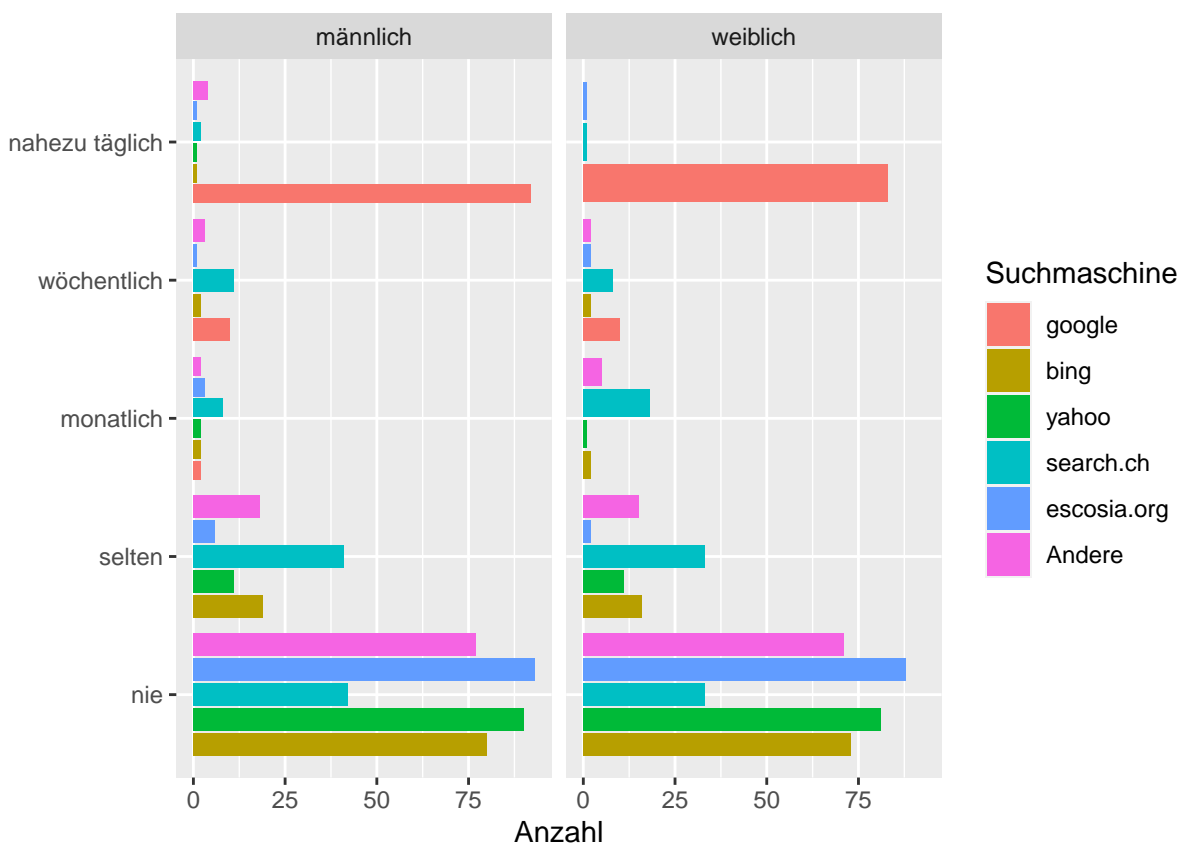
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	google	1	5	5	4.87	0.43	5
2	bing	1	5	1	1.33	0.73	1
3	yahoo	1	5	1	1.17	0.50	1
4	search.ch	1	5	2	2.00	1.02	2
5	escosia.org	1	5	1	1.21	0.74	1
6	Andere	1	5	1	1.41	0.86	1

Nr	Feld	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	google	0.43% (1)	0.00% (0)	0.86% (2)	9.91% (23)	88.79% (206)	232
2	bing	76.29% (177)	17.67% (41)	2.16% (5)	1.72% (4)	1.29% (3)	230
3	yahoo	85.34% (198)	11.64% (27)	1.29% (3)	0.43% (1)	0.43% (1)	230
4	search.ch	37.07% (86)	37.5% (87)	13.36% (31)	9.91% (23)	1.29% (3)	230
5	escosia.org	89.66% (208)	3.88% (9)	1.72% (4)	2.16% (5)	1.72% (4)	230
6	Andere	75% (174)	16.81% (39)	3.02% (7)	3.02% (7)	2.16% (5)	232



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	google	18-25	0.00% (0)	0.00% (0)	0% (0)	12.5% (3)	87.5% (21)	24
1	google	26-32	0.00% (0)	0.00% (0)	1.16% (1)	9.3% (8)	89.53% (77)	86
1	google	33-40	0.00% (0)	0.00% (0)	0% (0)	12.82% (5)	87.18% (34)	39
1	google	41-55	0.00% (0)	0.00% (0)	0% (0)	6.25% (2)	93.75% (30)	32
1	google	56-65	0.00% (0)	0.00% (0)	9.09% (1)	9.09% (1)	81.82% (9)	11
1	google	über 65	0.00% (0)	0.00% (0)	0% (0)	16.67% (1)	83.33% (5)	6
2	bing	18-25	87.5% (21)	12.5% (3)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	24
2	bing	26-32	77.91% (67)	17.44% (15)	2.33% (2)	1.16% (1)	1.16% (1)	86
2	bing	33-40	87.18% (34)	12.82% (5)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	39
2	bing	41-55	67.74% (21)	25.81% (8)	3.23% (1)	3.23% (1)	0% (0)	31
2	bing	56-65	63.64% (7)	18.18% (2)	9.09% (1)	9.09% (1)	0% (0)	11
2	bing	über 65	40% (2)	40% (2)	0% (0)	20% (1)	0% (0)	5
3	yahoo	18-25	91.67% (22)	8.33% (2)	0% (0)	0.00% (0)	0% (0)	24
3	yahoo	26-32	88.37% (76)	11.63% (10)	0% (0)	0.00% (0)	0% (0)	86
3	yahoo	33-40	92.31% (36)	7.69% (3)	0% (0)	0.00% (0)	0% (0)	39
3	yahoo	41-55	74.19% (23)	19.35% (6)	6.45% (2)	0.00% (0)	0% (0)	31
3	yahoo	56-65	81.82% (9)	9.09% (1)	9.09% (1)	0.00% (0)	0% (0)	11
3	yahoo	über 65	80% (4)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	20% (1)	5
4	search.ch	18-25	37.5% (9)	41.67% (10)	16.67% (4)	0% (0)	4.17% (1)	24
4	search.ch	26-32	38.37% (33)	37.21% (32)	12.79% (11)	9.3% (8)	2.33% (2)	86
4	search.ch	33-40	46.15% (18)	38.46% (15)	5.13% (2)	10.26% (4)	0% (0)	39
4	search.ch	41-55	32.26% (10)	38.71% (12)	16.13% (5)	12.9% (4)	0% (0)	31
4	search.ch	56-65	27.27% (3)	36.36% (4)	18.18% (2)	18.18% (2)	0% (0)	11
4	search.ch	über 65	0% (0)	40% (2)	40% (2)	20% (1)	0% (0)	5
5	esosia.org	18-25	95.83% (23)	0% (0)	0% (0)	4.17% (1)	0% (0)	24

Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
5	esosia.org	26-32	94.19% (81)	3.49% (3)	1.16% (1)	0% (0)	1.16% (1)	86
5	esosia.org	33-40	94.87% (37)	0% (0)	2.56% (1)	2.56% (1)	0% (0)	39
5	esosia.org	41-55	80.65% (25)	9.68% (3)	3.23% (1)	3.23% (1)	3.23% (1)	31
5	esosia.org	56-65	81.82% (9)	18.18% (2)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	11
5	esosia.org	über 65	100% (5)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	5
6	Andere	18-25	79.17% (19)	8.33% (2)	8.33% (2)	4.17% (1)	0% (0)	24
6	Andere	26-32	72.09% (62)	22.09% (19)	1.16% (1)	3.49% (3)	1.16% (1)	86
6	Andere	33-40	76.92% (30)	12.82% (5)	5.13% (2)	2.56% (1)	2.56% (1)	39
6	Andere	41-55	68.75% (22)	18.75% (6)	6.25% (2)	0% (0)	6.25% (2)	32
6	Andere	56-65	81.82% (9)	9.09% (1)	0% (0)	0% (0)	9.09% (1)	11
6	Andere	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	6

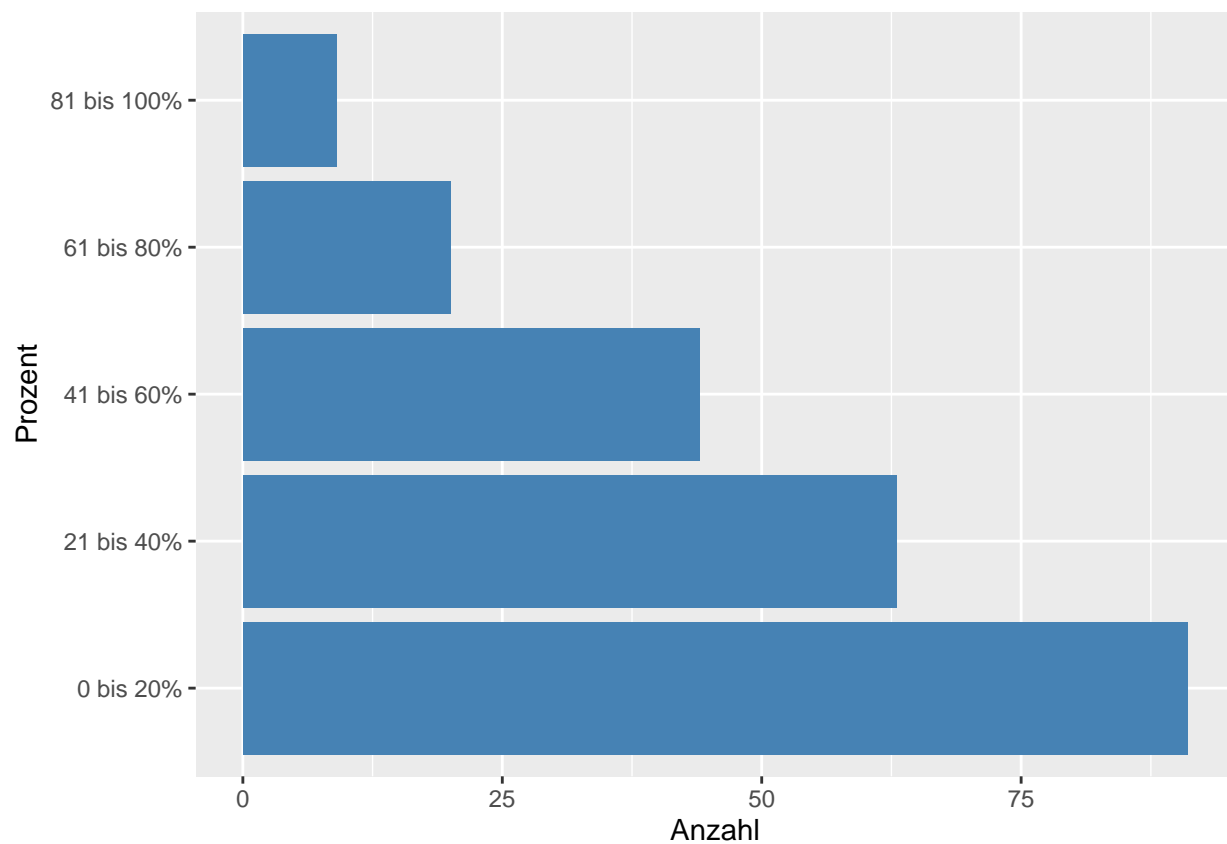


Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	google	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	google	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	bing	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	bing	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	yahoo	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	yahoo	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	search.ch	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	search.ch	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	10.75% (10)	0.00% (0)	10
5	esosia.org	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	esosia.org	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	10

Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
6	Andere	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	Andere	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	89.25% (83)	93

## Zeite Seite der Resultatseite

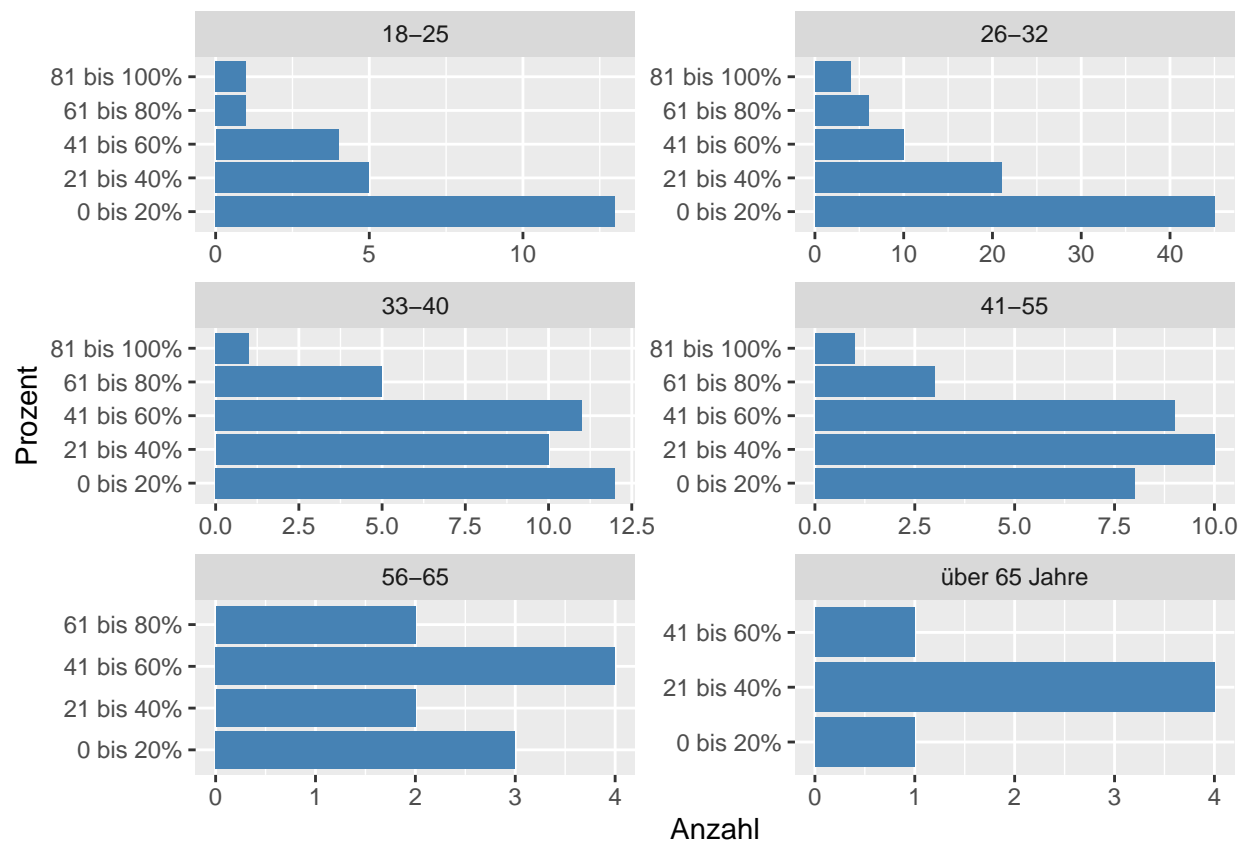
**02 - In wie vielen Prozent der Fälle schauen Sie sich bei der Suche nach Information die zweite Resultatseite an?**



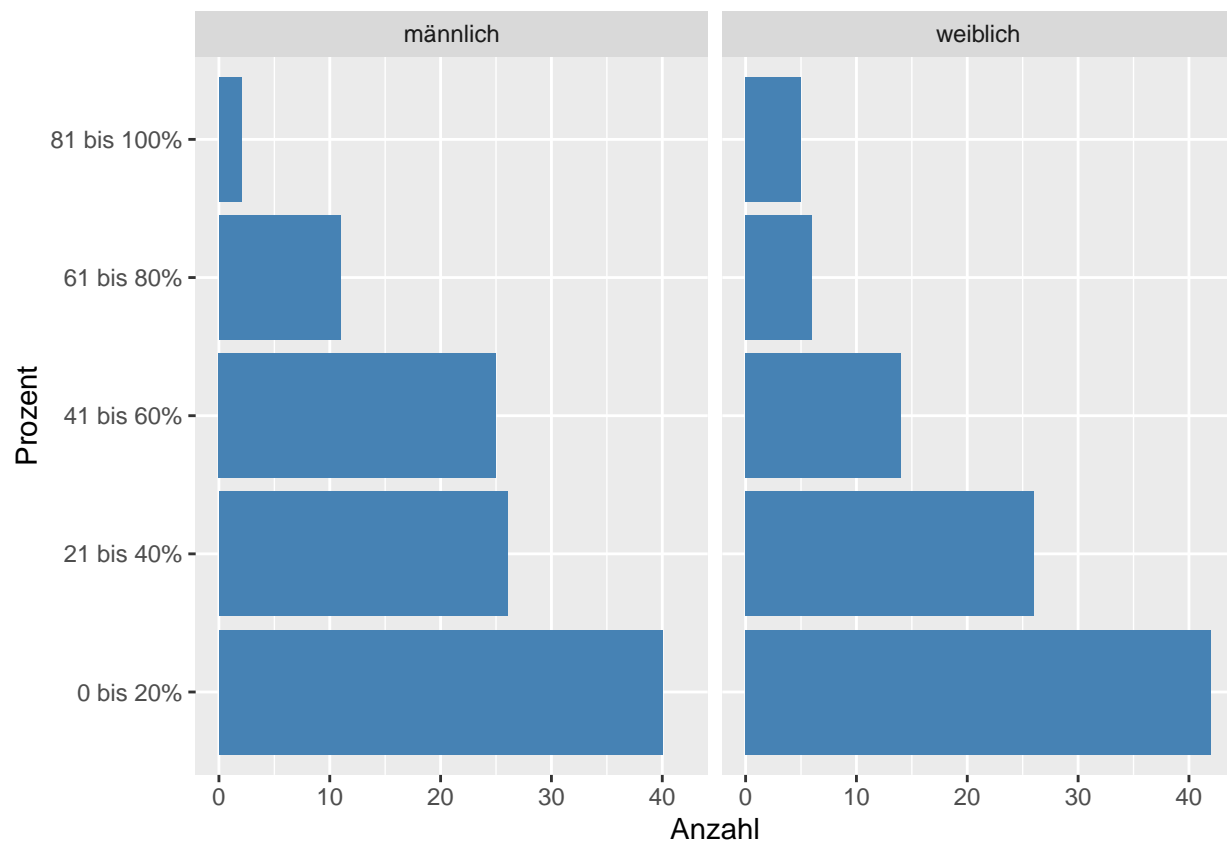
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Zweite Seite	1	5	1	2.09	1.14	2

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	0 bis 20%	39.22% (91)
2	21 bis 40%	27.16% (63)
3	41 bis 60%	18.97% (44)
4	61 bis 80%	8.62% (20)
5	81 bis 100%	3.88% (9)
Total		100% (227)





Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	0 bis 20%	männlich	38.46% (40)
1	0 bis 20%	weiblich	45.16% (42)
2	21 bis 40%	männlich	25% (26)
2	21 bis 40%	weiblich	27.96% (26)
3	41 bis 60%	männlich	24.04% (25)
3	41 bis 60%	weiblich	15.05% (14)
4	61 bis 80%	männlich	10.58% (11)
4	61 bis 80%	weiblich	6.45% (6)
5	81 bis 100%	männlich	1.92% (2)
5	81 bis 100%	weiblich	5.38% (5)
Total			(104)
Total			(93)

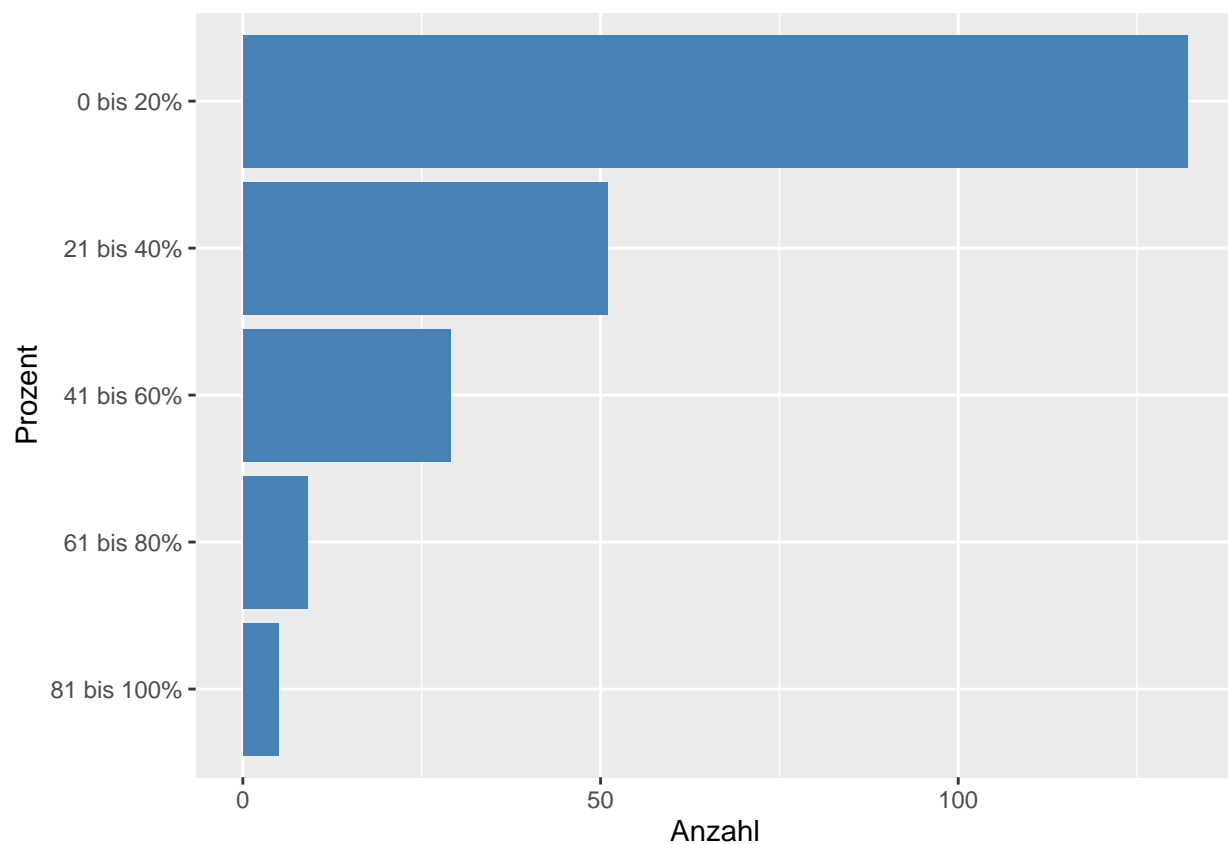


Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	0 bis 20%	18-25	54.17% (13)
1	0 bis 20%	26-32	52.33% (45)
1	0 bis 20%	33-40	30.77% (12)
1	0 bis 20%	41-55	25% (8)
1	0 bis 20%	56-65	27.27% (3)
1	0 bis 20%	über 65	16.67% (1)
2	21 bis 40%	18-25	20.83% (5)
2	21 bis 40%	26-32	24.42% (21)
2	21 bis 40%	33-40	25.64% (10)
2	21 bis 40%	41-55	31.25% (10)
2	21 bis 40%	56-65	18.18% (2)
2	21 bis 40%	über 65	66.67% (4)
3	41 bis 60%	18-25	16.67% (4)
3	41 bis 60%	26-32	11.63% (10)
3	41 bis 60%	33-40	28.21% (11)
3	41 bis 60%	41-55	28.12% (9)
3	41 bis 60%	56-65	36.36% (4)
3	41 bis 60%	über 65	16.67% (1)
4	61 bis 80%	18-25	4.17% (1)
4	61 bis 80%	26-32	6.98% (6)
4	61 bis 80%	33-40	12.82% (5)
4	61 bis 80%	41-55	9.38% (3)
4	61 bis 80%	56-65	18.18% (2)
4	61 bis 80%	über 65	0% (0)
5	81 bis 100%	18-25	4.17% (1)

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
5	81 bis 100%	26-32	4.65% (4)
5	81 bis 100%	33-40	2.56% (1)
5	81 bis 100%	41-55	6.25% (2)
5	81 bis 100%	56-65	0% (0)
5	81 bis 100%	über 65	0% (0)
Total			(24)
Total			(86)
Total			(39)
Total			(32)
Total			(11)
Total			(6)

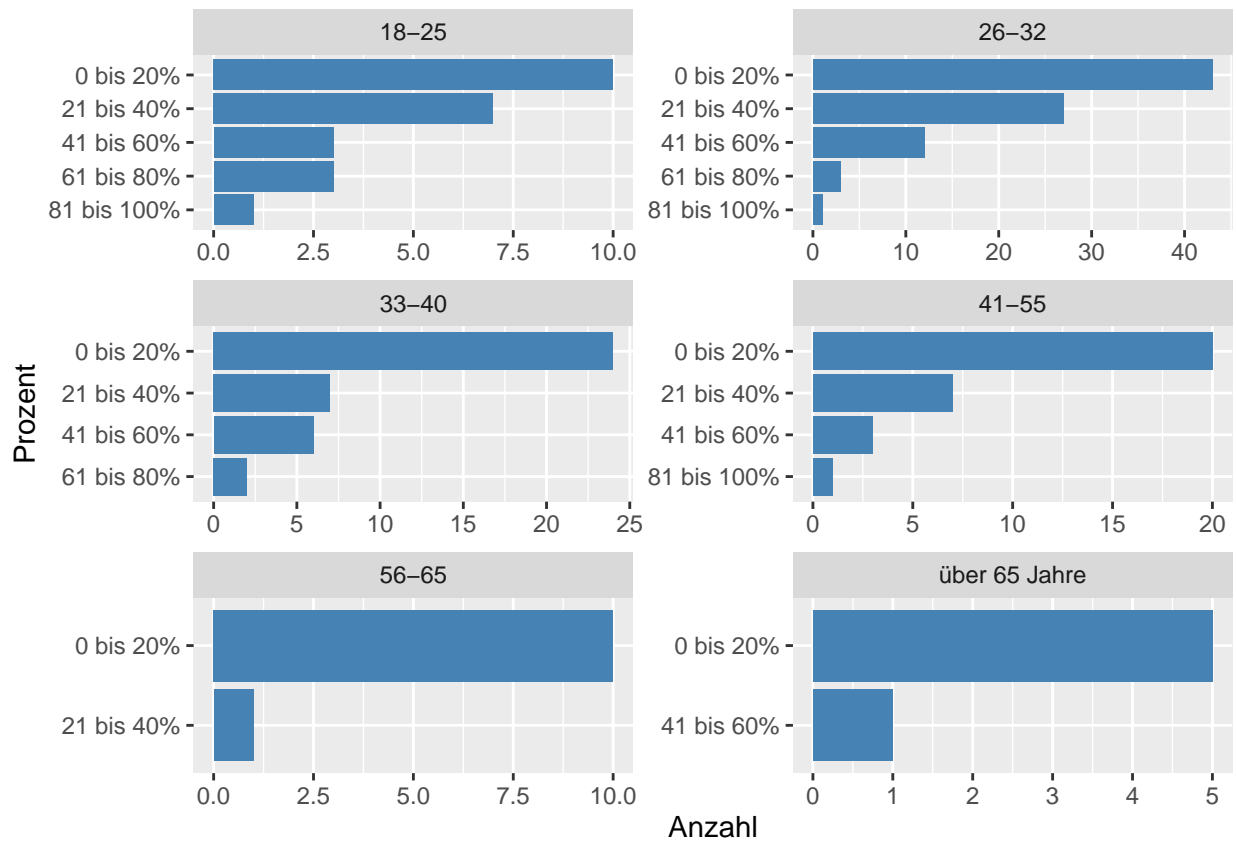
## Bezahlte Links

**03 - In wie vielen Prozent der Fälle verwenden Sie auf der Resultatseite der Suche die bezahlten Links?**

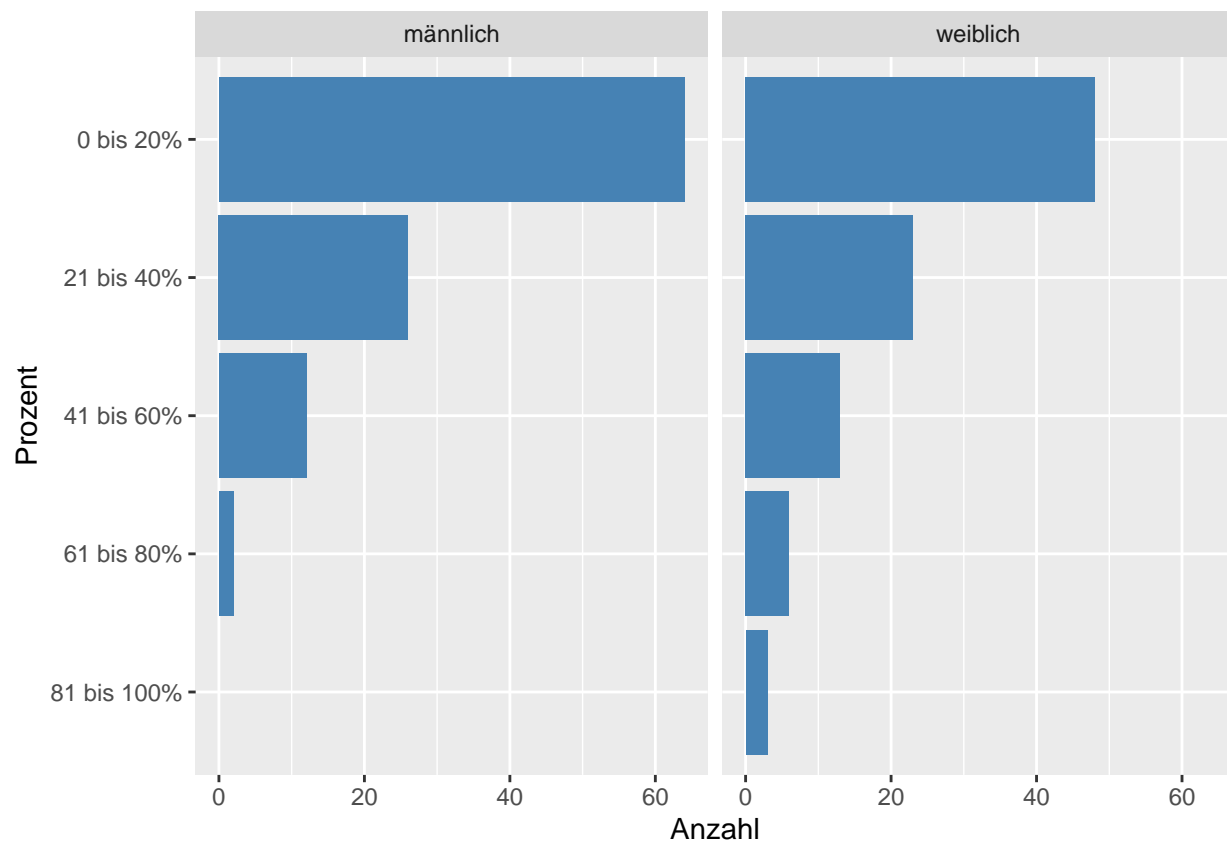


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Bezahlte Links	1	5	5	4.31	0.99	5

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	2.16% (5)
2	61 bis 80%	3.88% (9)
3	41 bis 60%	12.5% (29)
4	21 bis 40%	21.98% (51)
5	0 bis 20%	56.9% (132)
Total		100% (226)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	männlich	0% (0)
1	81 bis 100%	weiblich	3.23% (3)
2	61 bis 80%	männlich	1.92% (2)
2	61 bis 80%	weiblich	6.45% (6)
3	41 bis 60%	männlich	11.54% (12)
3	41 bis 60%	weiblich	13.98% (13)
4	21 bis 40%	männlich	25% (26)
4	21 bis 40%	weiblich	24.73% (23)
5	0 bis 20%	männlich	61.54% (64)
5	0 bis 20%	weiblich	51.61% (48)
Total			(104)
Total			(93)

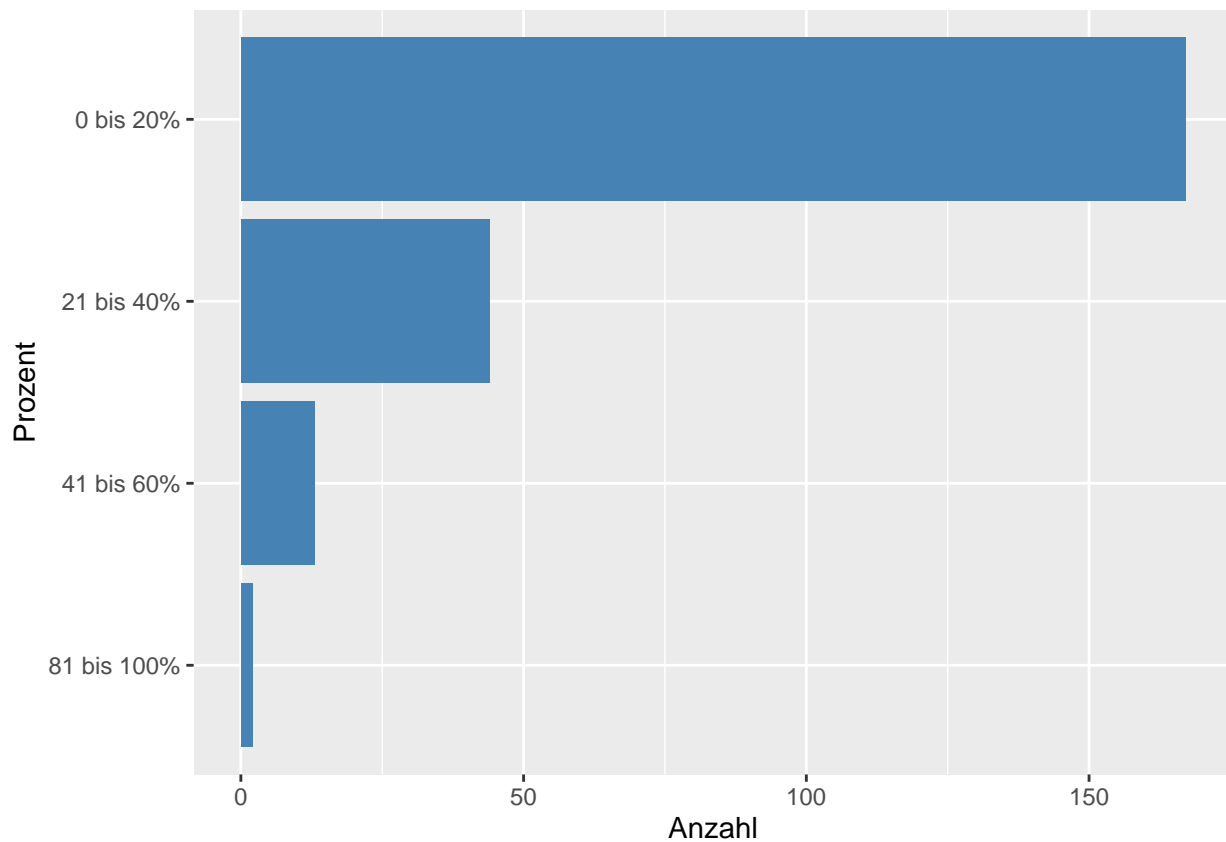


Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	18-25	4.17% (1)
1	81 bis 100%	26-32	1.16% (1)
1	81 bis 100%	33-40	0% (0)
1	81 bis 100%	41-55	3.12% (1)
1	81 bis 100%	56-65	0% (0)
1	81 bis 100%	über 65	0% (0)
2	61 bis 80%	18-25	12.5% (3)
2	61 bis 80%	26-32	3.49% (3)
2	61 bis 80%	33-40	5.13% (2)
2	61 bis 80%	41-55	0% (0)
2	61 bis 80%	56-65	0% (0)
2	61 bis 80%	über 65	0% (0)
3	41 bis 60%	18-25	12.5% (3)
3	41 bis 60%	26-32	13.95% (12)
3	41 bis 60%	33-40	15.38% (6)
3	41 bis 60%	41-55	9.38% (3)
3	41 bis 60%	56-65	0% (0)
3	41 bis 60%	über 65	16.67% (1)
4	21 bis 40%	18-25	29.17% (7)
4	21 bis 40%	26-32	31.4% (27)
4	21 bis 40%	33-40	17.95% (7)
4	21 bis 40%	41-55	21.88% (7)
4	21 bis 40%	56-65	9.09% (1)
4	21 bis 40%	über 65	0% (0)
5	0 bis 20%	18-25	41.67% (10)

Nr	Feld	Ausprägung	Antwortanzahl
5	0 bis 20%	26-32	50% (43)
5	0 bis 20%	33-40	61.54% (24)
5	0 bis 20%	41-55	65.62% (21)
5	0 bis 20%	56-65	90.91% (10)
5	0 bis 20%	über 65	83.33% (5)
Total			(24)
Total			(86)
Total			(39)
Total			(32)
Total			(11)
Total			(6)

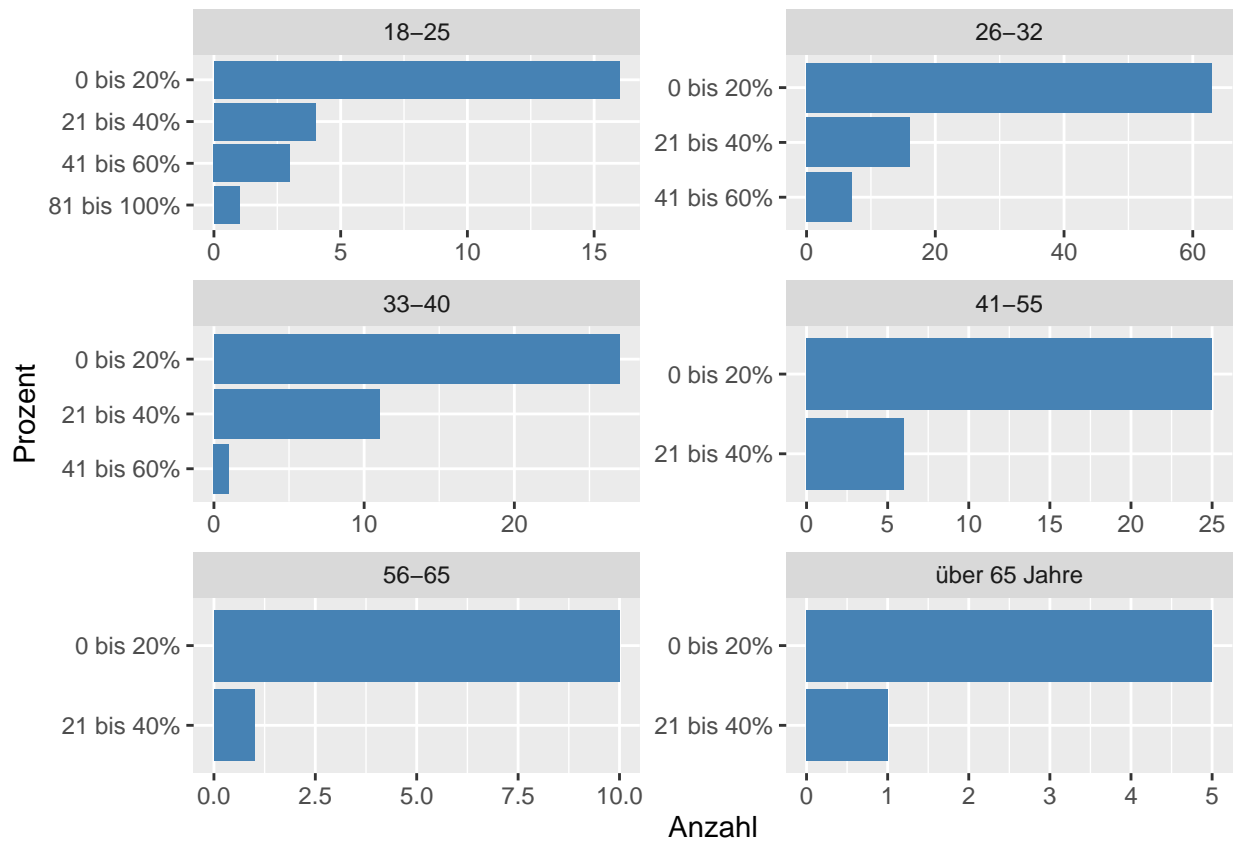
## Konsum aufgrund von bezahlten Links

04 - In wie vielen Prozent der Fälle haben Sie aufgrund von bezahlten Links Produkte oder Dienstleistungen konsumiert?

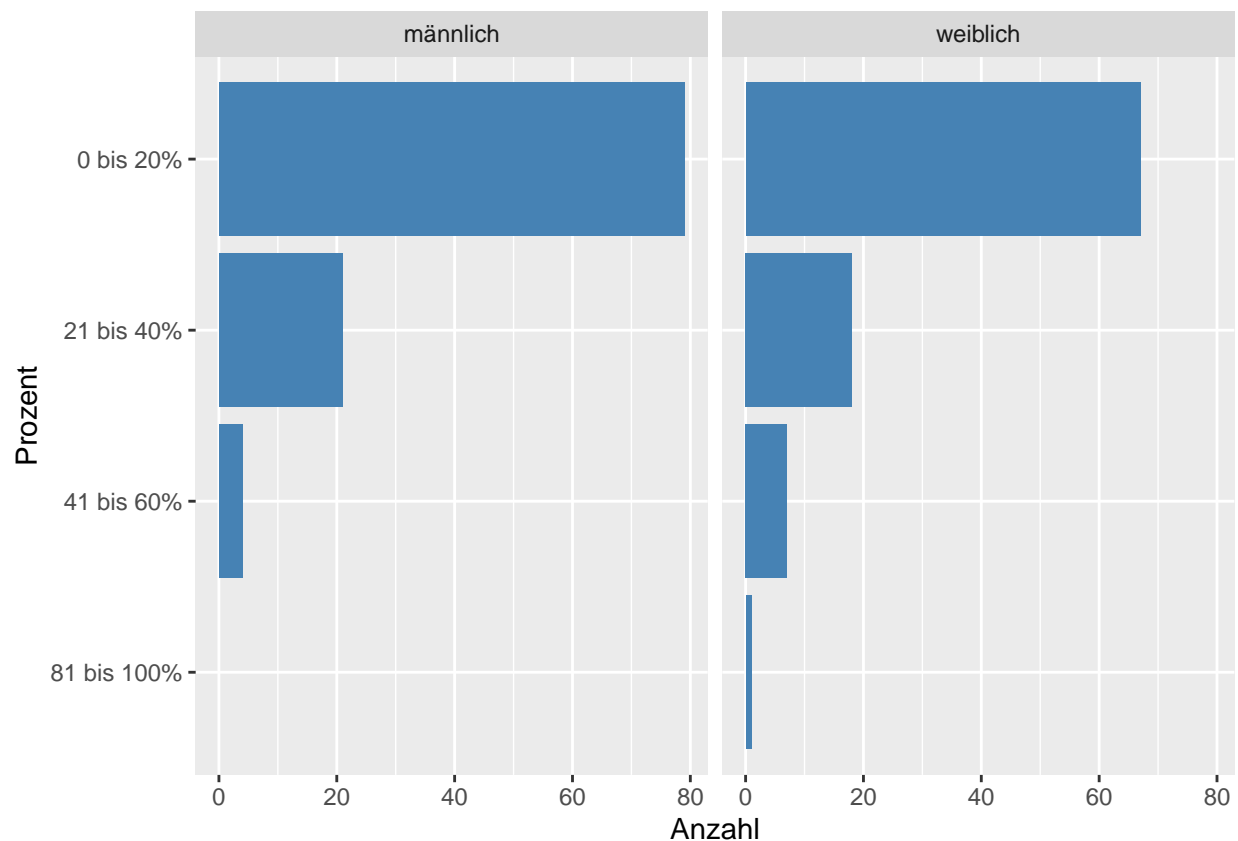


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Konsum	1	5	5	4.65	0.67	5

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	0.86% (2)
2	61 bis 80%	0.00% (0)
3	41 bis 60%	5.6% (13)
4	21 bis 40%	18.97% (44)
5	0 bis 20%	71.98% (167)
Total		100% (226)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	männlich	0% (0)
1	81 bis 100%	weiblich	1.08% (1)
2	61 bis 80%	männlich	3.85% (4)
2	61 bis 80%	weiblich	7.53% (7)
3	41 bis 60%	männlich	20.19% (21)
3	41 bis 60%	weiblich	19.35% (18)
4	21 bis 40%	männlich	75.96% (79)
4	21 bis 40%	weiblich	72.04% (67)
5	0 bis 20%	männlich	0.00% (0)
5	0 bis 20%	weiblich	0.00% (0)
Total			(104)
Total			(93)



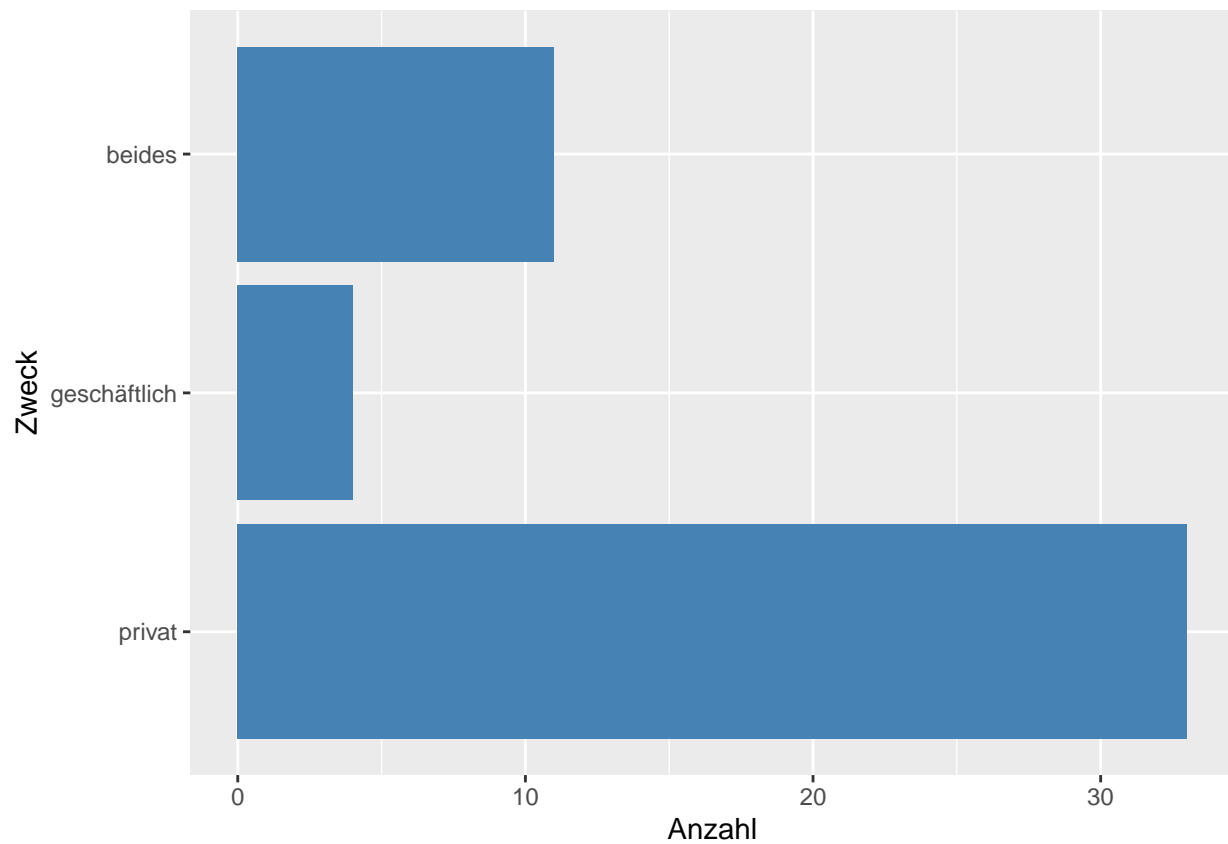
Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	81 bis 100%	18-25	4.17% (1)
1	81 bis 100%	26-32	0% (0)
1	81 bis 100%	33-40	0% (0)
1	81 bis 100%	41-55	0% (0)
1	81 bis 100%	56-65	0% (0)
1	81 bis 100%	über 65	0% (0)
2	61 bis 80%	18-25	12.5% (3)
2	61 bis 80%	26-32	8.14% (7)
2	61 bis 80%	33-40	2.56% (1)
2	61 bis 80%	41-55	0% (0)
2	61 bis 80%	56-65	0% (0)
2	61 bis 80%	über 65	0% (0)
3	41 bis 60%	18-25	16.67% (4)
3	41 bis 60%	26-32	18.6% (16)
3	41 bis 60%	33-40	28.21% (11)
3	41 bis 60%	41-55	18.75% (6)
3	41 bis 60%	56-65	9.09% (1)
3	41 bis 60%	über 65	16.67% (1)
4	21 bis 40%	18-25	66.67% (16)
4	21 bis 40%	26-32	73.26% (63)
4	21 bis 40%	33-40	69.23% (27)
4	21 bis 40%	41-55	81.25% (26)
4	21 bis 40%	56-65	90.91% (10)
4	21 bis 40%	über 65	83.33% (5)
5	0 bis 20%	18-25	0.00% (0)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
5	0 bis 20%	26-32	0.00% (0)
5	0 bis 20%	33-40	0.00% (0)
5	0 bis 20%	41-55	0.00% (0)
5	0 bis 20%	56-65	0.00% (0)
5	0 bis 20%	über 65	0.00% (0)
Total			(24)
Total			(86)
Total			(39)
Total			(32)
Total			(11)
Total			(6)

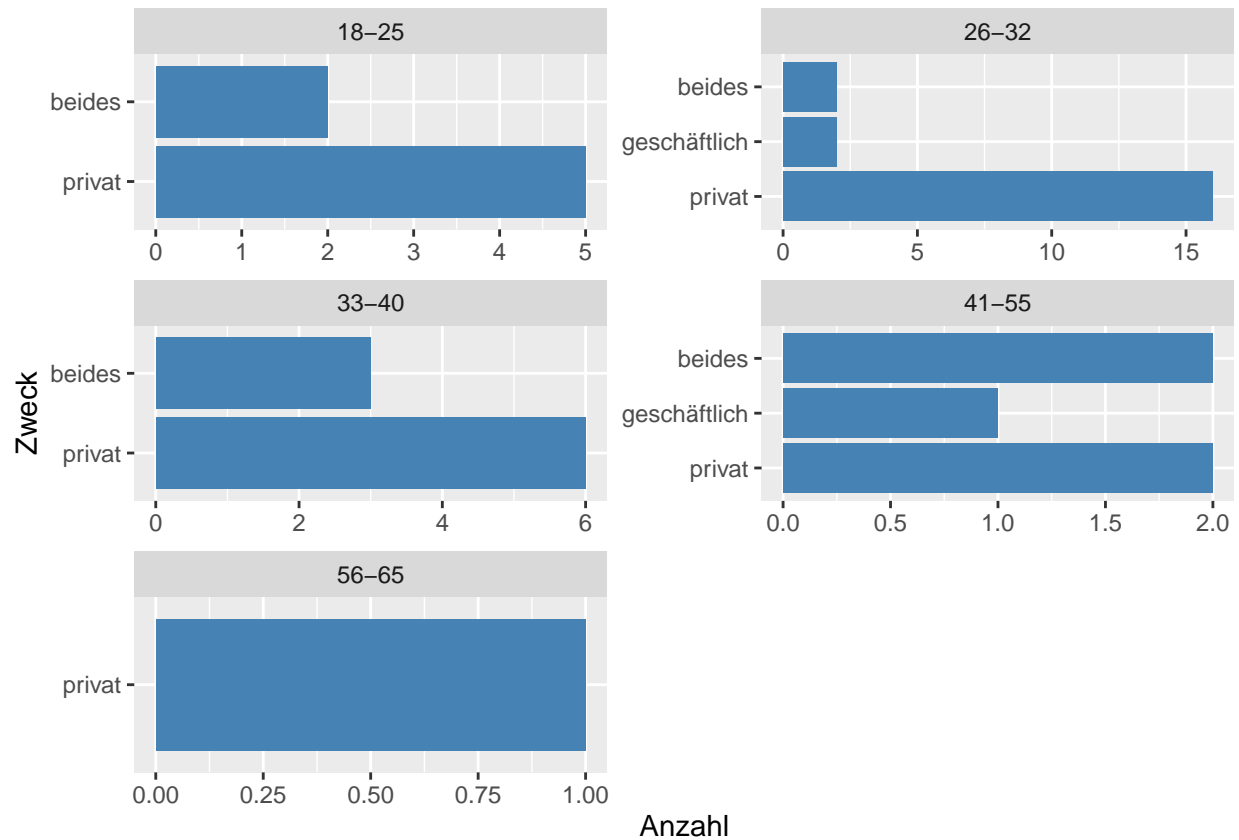
## Zweck des Kaufes

05 - Für welchen Zweck kauften Sie über bezahlte Links etwas ein?

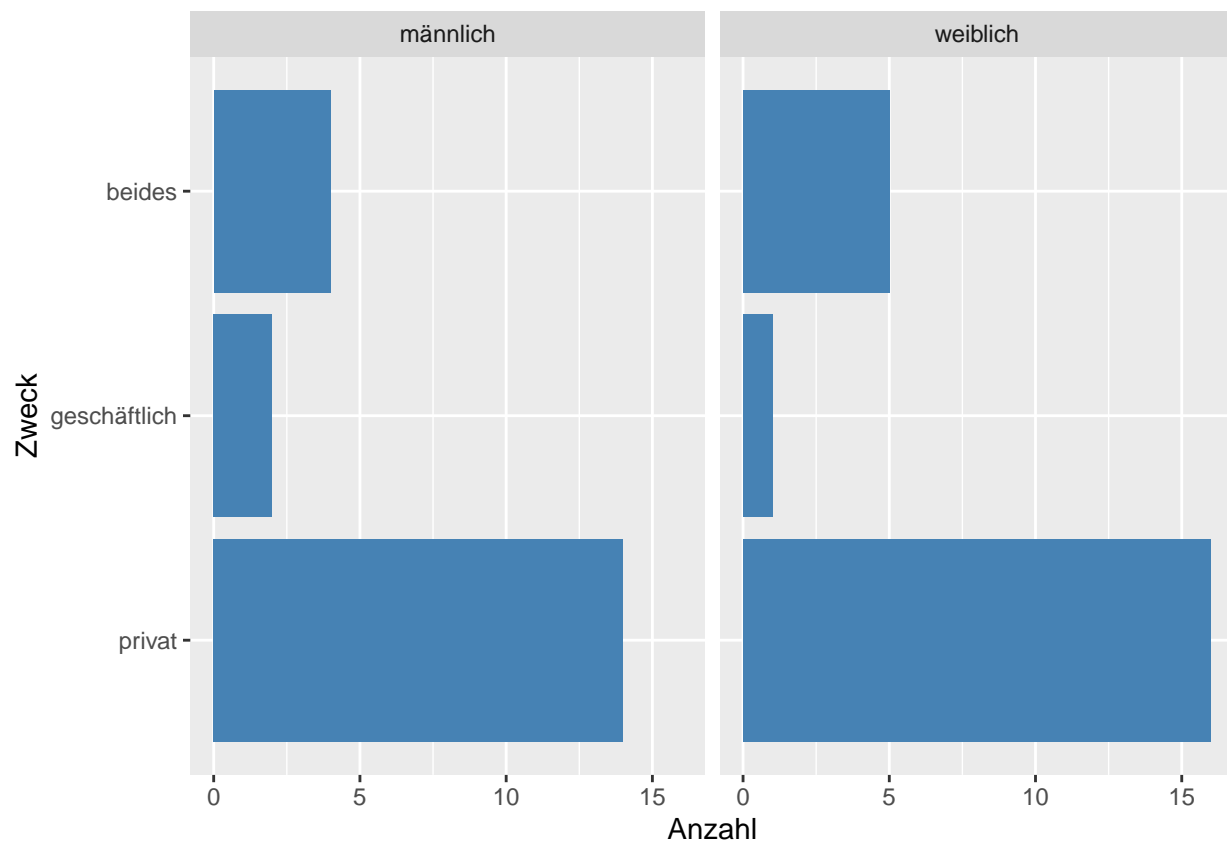


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Zweck	1	3	1	1.54	0.85	1

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	privat	14.22% (33)
2	geschäftlich	1.72% (4)
3	beides	4.74% (11)
Total		100% (48)



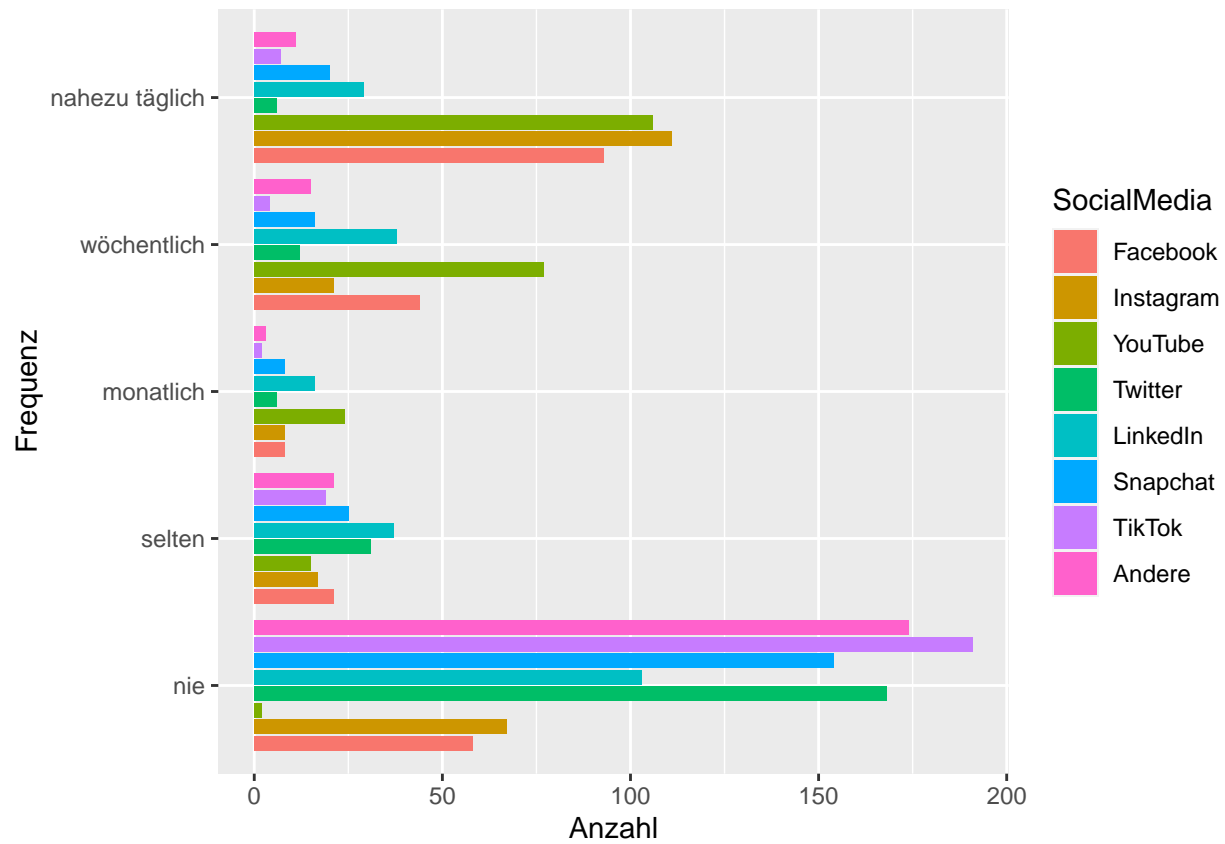
Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	privat	männlich	70% (14)
1	privat	weiblich	72.73% (16)
2	geschäftlich	männlich	10% (2)
2	geschäftlich	weiblich	4.55% (1)
3	beides	männlich	20% (4)
3	beides	weiblich	22.73% (5)
Total			(20)
Total			(22)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	privat	18-25	71.43% (5)
1	privat	26-32	80% (16)
1	privat	33-40	66.67% (6)
1	privat	41-55	40% (2)
1	privat	56-65	100% (1)
1	privat	über 65	NaN% (0)
2	geschäftlich	18-25	0% (0)
2	geschäftlich	26-32	10% (2)
2	geschäftlich	33-40	0% (0)
2	geschäftlich	41-55	20% (1)
2	geschäftlich	56-65	0% (0)
2	geschäftlich	über 65	NaN% (0)
3	beides	18-25	28.57% (2)
3	beides	26-32	10% (2)
3	beides	33-40	33.33% (3)
3	beides	41-55	40% (2)
3	beides	56-65	0% (0)
3	beides	über 65	NaN% (0)
Total			(7)
Total			(20)
Total			(9)
Total			(5)
Total			(1)
Total			(0)

# Verwendung Social Media

## 06 - Welche Social Media Kanäle verwenden Sie und wie oft?




---

AndereText

---

Xing  
 Jodel  
 keine weiteren  
 Whatsapp  
 Xing  
 Xing  
 sunrise Tv  
 keine mehr, Facebook habe ich nach 10 intensiven Jahren im September 2019 deaktiviert  
 Pinterest  
 Telegram, Whats App  
 Whatsapp, Quizlet  
 LinkedIn  
 kenfm, nachdenkseiten, wissens manufaktur  
 Pinterest  
 Xing  
 Whatsapp  
 Xing  
 Keine Anderen  
 Wathsup  
 Strava / Fitbit

---

AndereText

---

pinterest

Strava, Xing, Pinterest, Tumblr

Pinterest, community der newsplattformen

Xing

Pinterest

Discord, pinterest

-

XING Wikipedia Tumblr Pinterest

Whatsapp, Skype

-

Keine

Pinterest

Datingapps

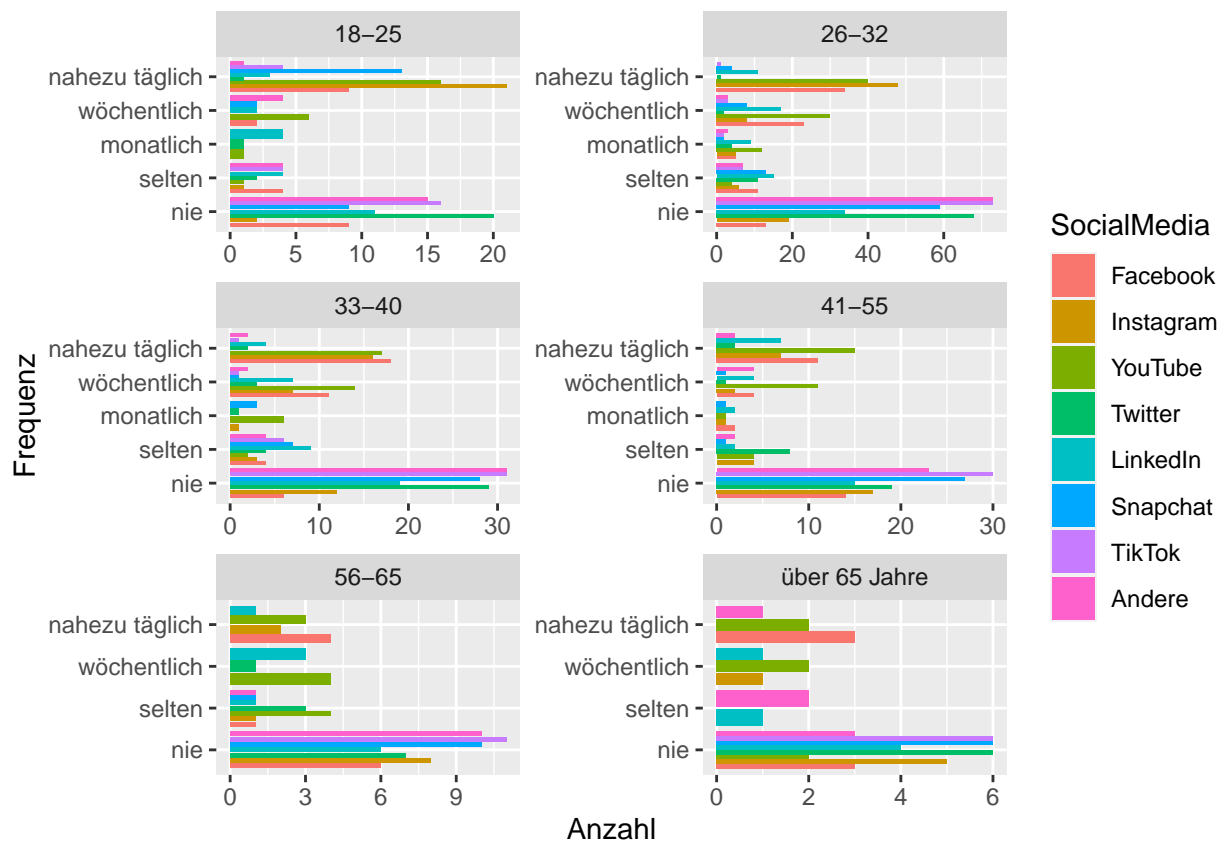
Reddit

Xing

---

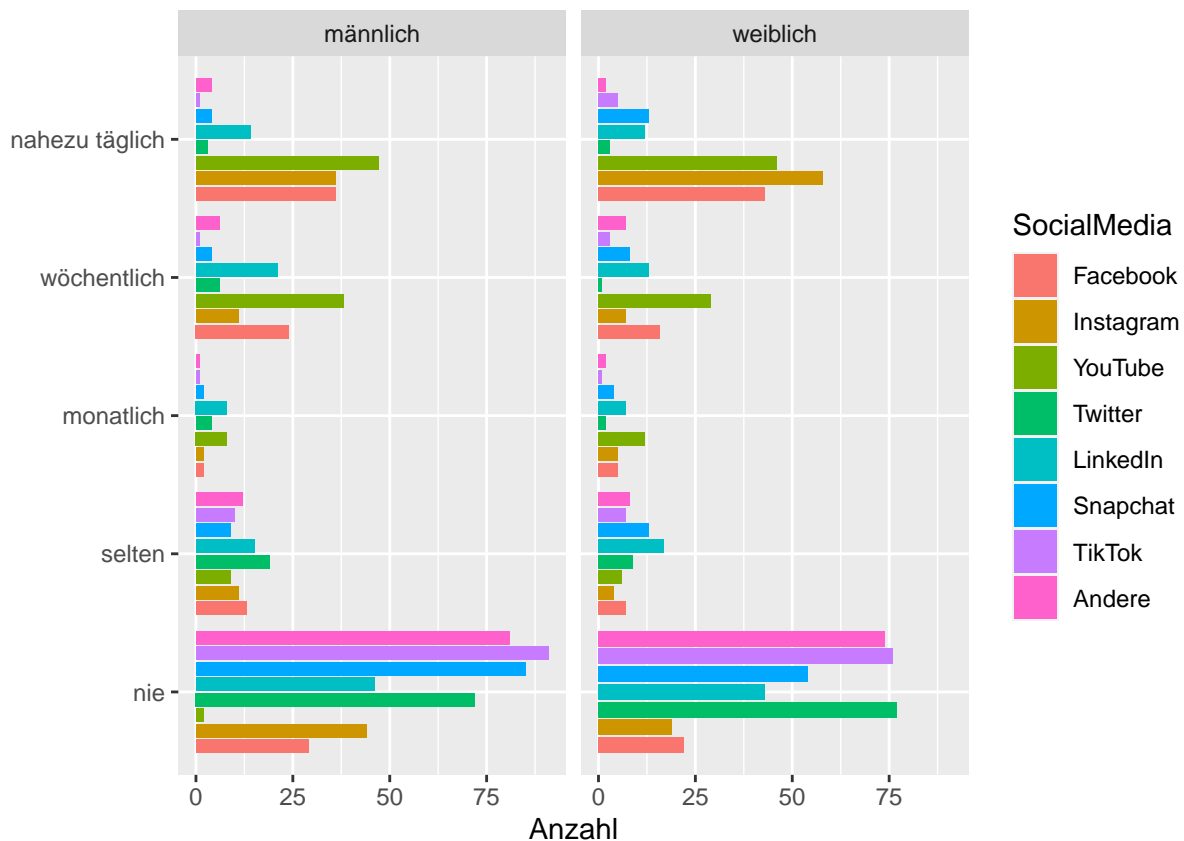
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Facebook	1	5	5	3.42	1.68	4
2	Instagram	1	5	5	3.41	1.79	4
3	YouTube	1	5	5	4.21	0.94	4
4	Twitter	1	5	1	1.46	0.98	1
5	LinkedIn	1	5	1	2.34	1.51	2
6	Snapchat	1	5	1	1.76	1.33	1
7	TikTok	1	5	1	1.28	0.84	1
8	Andere	1	5	1	1.52	1.13	1

Nr	Feld	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	Facebook	25% (58)	9.05% (21)	3.45% (8)	18.97% (44)	40.09% (93)	224
2	Instagram	28.88% (67)	7.33% (17)	3.45% (8)	9.05% (21)	47.84% (111)	224
3	YouTube	0.86% (2)	6.47% (15)	10.34% (24)	33.19% (77)	45.69% (106)	224
4	Twitter	72.41% (168)	13.36% (31)	2.59% (6)	5.17% (12)	2.59% (6)	223
5	LinkedIn	44.4% (103)	15.95% (37)	6.9% (16)	16.38% (38)	12.5% (29)	223
6	Snapchat	66.38% (154)	10.78% (25)	3.45% (8)	6.9% (16)	8.62% (20)	223
7	TikTok	82.33% (191)	8.19% (19)	0.86% (2)	1.72% (4)	3.02% (7)	223
8	Andere	75% (174)	9.05% (21)	1.29% (3)	6.47% (15)	4.74% (11)	224



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	Facebook	18-25	37.5% (9)	16.67% (4)	0% (0)	8.33% (2)	37.5% (9)	24
1	Facebook	26-32	15.12% (13)	12.79% (11)	5.81% (5)	26.74% (23)	39.53% (34)	86
1	Facebook	33-40	15.38% (6)	10.26% (4)	0% (0)	28.21% (11)	46.15% (18)	39
1	Facebook	41-55	46.88% (15)	0% (0)	6.25% (2)	12.5% (4)	34.38% (11)	32
1	Facebook	56-65	54.55% (6)	9.09% (1)	0% (0)	0% (0)	36.36% (4)	11
1	Facebook	über 65	50% (3)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	50% (3)	6
2	Instagram	18-25	8.33% (2)	4.17% (1)	0% (0)	0% (0)	87.5% (21)	24
2	Instagram	26-32	22.09% (19)	6.98% (6)	5.81% (5)	9.3% (8)	55.81% (48)	86
2	Instagram	33-40	30.77% (12)	7.69% (3)	2.56% (1)	17.95% (7)	41.03% (16)	39
2	Instagram	41-55	56.25% (18)	12.5% (4)	3.12% (1)	6.25% (2)	21.88% (7)	32
2	Instagram	56-65	72.73% (8)	9.09% (1)	0% (0)	0% (0)	18.18% (2)	11
2	Instagram	über 65	83.33% (5)	0% (0)	0% (0)	16.67% (1)	0% (0)	6
3	YouTube	18-25	0% (0)	4.17% (1)	4.17% (1)	25% (6)	66.67% (16)	24
3	YouTube	26-32	0% (0)	4.65% (4)	13.95% (12)	34.88% (30)	46.51% (40)	86
3	YouTube	33-40	0% (0)	5.13% (2)	15.38% (6)	35.9% (14)	43.59% (17)	39
3	YouTube	41-55	0% (0)	12.5% (4)	3.12% (1)	34.38% (11)	50% (16)	32
3	YouTube	56-65	0% (0)	36.36% (4)	0% (0)	36.36% (4)	27.27% (3)	11
3	YouTube	über 65	33.33% (2)	0% (0)	0% (0)	33.33% (2)	33.33% (2)	6
4	Twitter	18-25	83.33% (20)	8.33% (2)	4.17% (1)	0% (0)	4.17% (1)	24
4	Twitter	26-32	79.07% (68)	12.79% (11)	4.65% (4)	2.33% (2)	1.16% (1)	86
4	Twitter	33-40	74.36% (29)	10.26% (4)	2.56% (1)	7.69% (3)	5.13% (2)	39
4	Twitter	41-55	64.52% (20)	25.81% (8)	0% (0)	3.23% (1)	6.45% (2)	31
4	Twitter	56-65	63.64% (7)	27.27% (3)	0% (0)	9.09% (1)	0% (0)	11
4	Twitter	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	6
5	LinkedIn	18-25	45.83% (11)	16.67% (4)	16.67% (4)	8.33% (2)	12.5% (3)	24

Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
5	LinkedIn	26-32	39.53% (34)	17.44% (15)	10.47% (9)	19.77% (17)	12.79% (11)	86
5	LinkedIn	33-40	48.72% (19)	23.08% (9)	0% (0)	17.95% (7)	10.26% (4)	39
5	LinkedIn	41-55	51.61% (16)	6.45% (2)	6.45% (2)	12.9% (4)	22.58% (7)	31
5	LinkedIn	56-65	54.55% (6)	9.09% (1)	0% (0)	27.27% (3)	9.09% (1)	11
5	LinkedIn	über 65	66.67% (4)	16.67% (1)	0% (0)	16.67% (1)	0% (0)	6
6	Snapchat	18-25	37.5% (9)	0% (0)	0% (0)	8.33% (2)	54.17% (13)	24
6	Snapchat	26-32	68.6% (59)	15.12% (13)	2.33% (2)	9.3% (8)	4.65% (4)	86
6	Snapchat	33-40	71.79% (28)	17.95% (7)	7.69% (3)	2.56% (1)	0% (0)	39
6	Snapchat	41-55	90.32% (28)	3.23% (1)	3.23% (1)	3.23% (1)	0% (0)	31
6	Snapchat	56-65	90.91% (10)	9.09% (1)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	11
6	Snapchat	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	6
7	TikTok	18-25	66.67% (16)	16.67% (4)	0% (0)	0% (0)	16.67% (4)	24
7	TikTok	26-32	84.88% (73)	8.14% (7)	2.33% (2)	3.49% (3)	1.16% (1)	86
7	TikTok	33-40	79.49% (31)	15.38% (6)	0% (0)	2.56% (1)	2.56% (1)	39
7	TikTok	41-55	100% (31)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	31
7	TikTok	56-65	100% (11)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	11
7	TikTok	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	6
8	Andere	18-25	62.5% (15)	16.67% (4)	0% (0)	16.67% (4)	4.17% (1)	24
8	Andere	26-32	84.88% (73)	8.14% (7)	3.49% (3)	3.49% (3)	0% (0)	86
8	Andere	33-40	79.49% (31)	10.26% (4)	0% (0)	5.13% (2)	5.13% (2)	39
8	Andere	41-55	71.88% (23)	6.25% (2)	0% (0)	12.5% (4)	9.38% (3)	32
8	Andere	56-65	90.91% (10)	9.09% (1)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	11
8	Andere	über 65	50% (3)	33.33% (2)	0% (0)	0% (0)	16.67% (1)	6

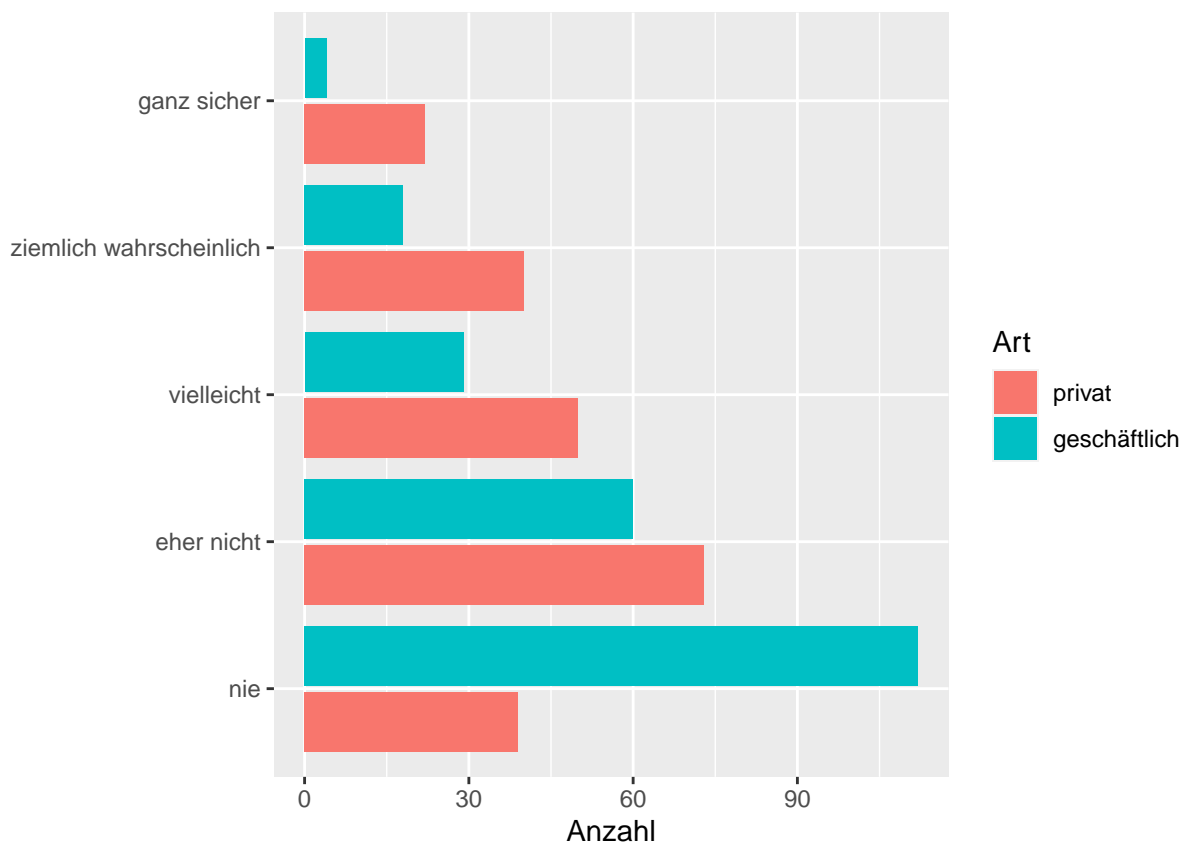


Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich	Summe
1	Facebook	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Facebook	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Instagram	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Instagram	weiblich	23.66% (22)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	22
3	YouTube	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	YouTube	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	22
4	Twitter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	Twitter	weiblich	0.00% (0)	7.53% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	29
5	LinkedIn	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	LinkedIn	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	29
6	Snapchat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	Snapchat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	5.38% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	34
7	TikTok	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
7	TikTok	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	34
8	Andere	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
8	Andere	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	17.2% (16)	0.00% (0)	50
								0
								50
								0
							46.24% (43)	93



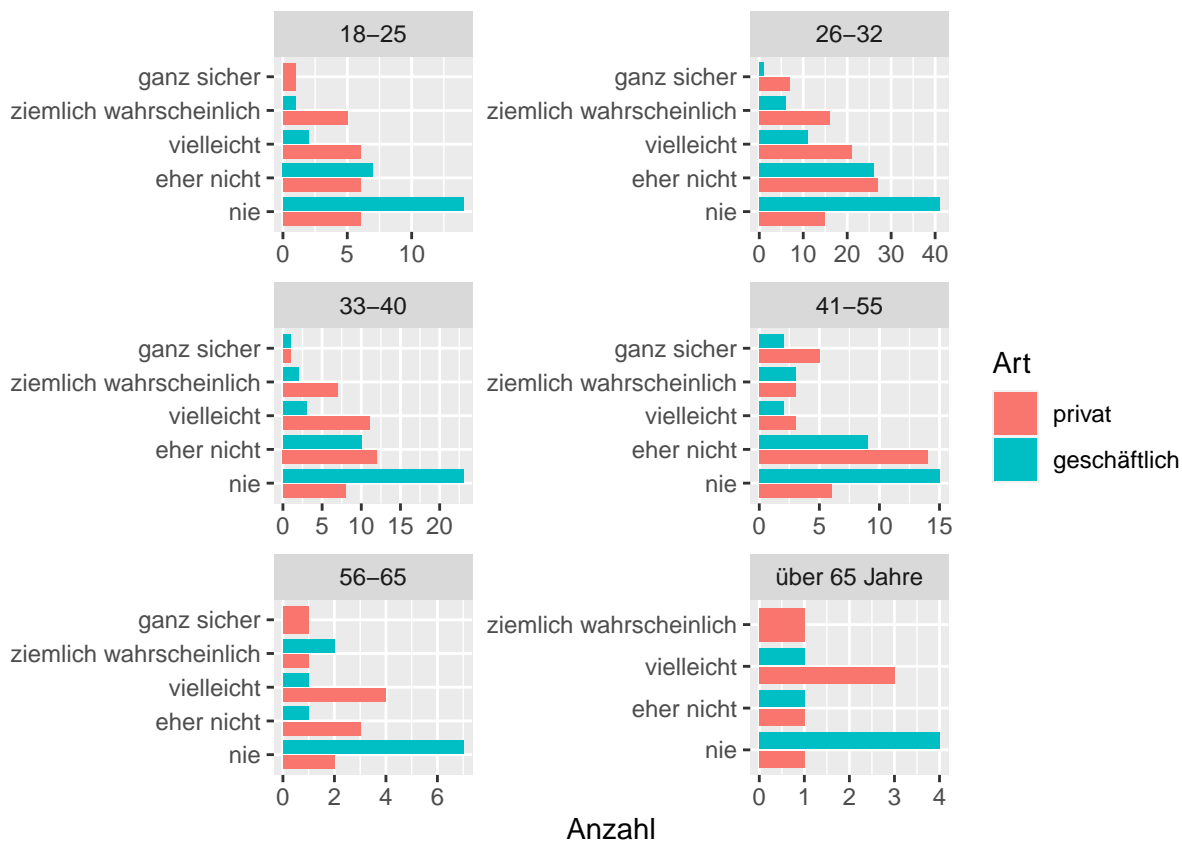
## Suche von Produkten oder Dienstleistungen in Social Media

07 - Verwenden Sie auf der Suche nach neuen Produkten oder Dienstleistungen Social Media?

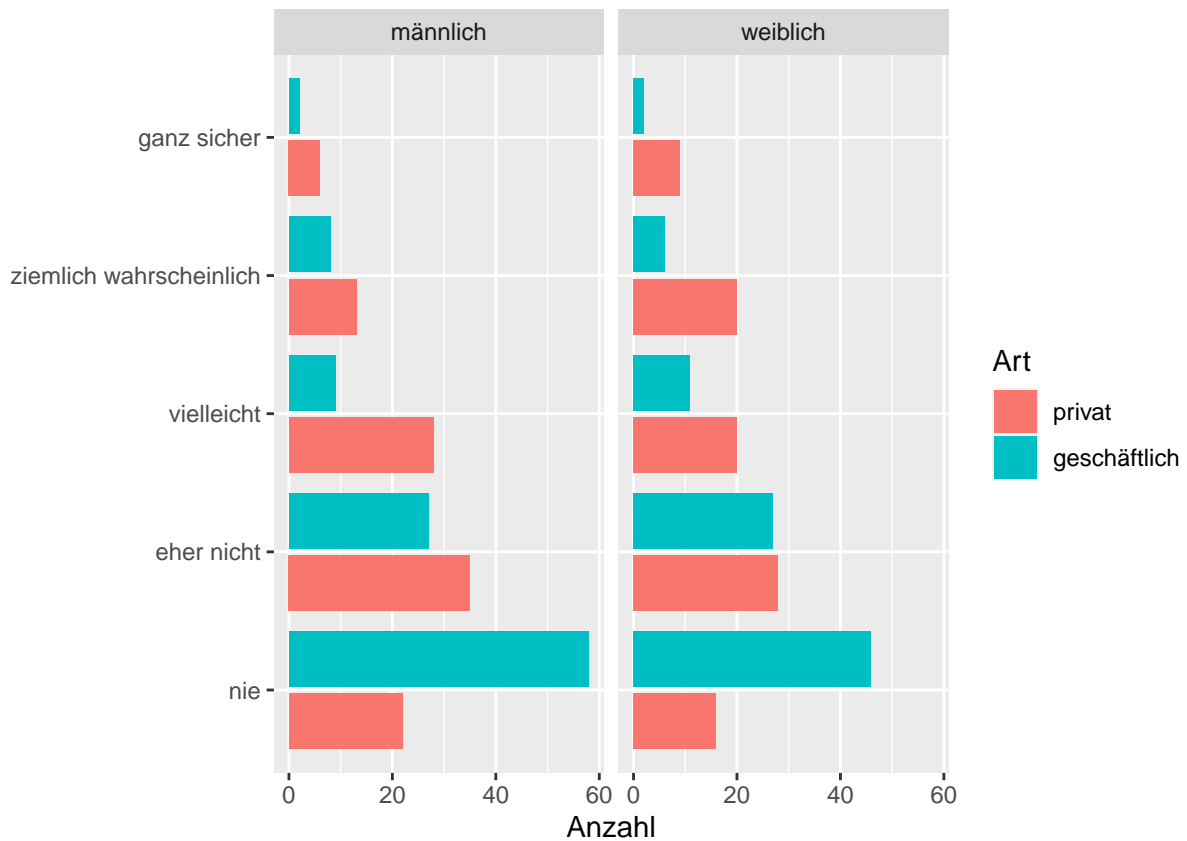


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	5	2	2.70	1.23	2.5
2	geschäftlich	1	5	1	1.84	1.05	1.0

Nr	Feld	nie	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganz sicher	Summe
1	privat	16.81% (39)	31.47% (73)	21.55% (50)	17.24% (40)	9.48% (22)	224
2	geschäftlich	48.28% (112)	25.86% (60)	12.5% (29)	7.76% (18)	1.72% (4)	223



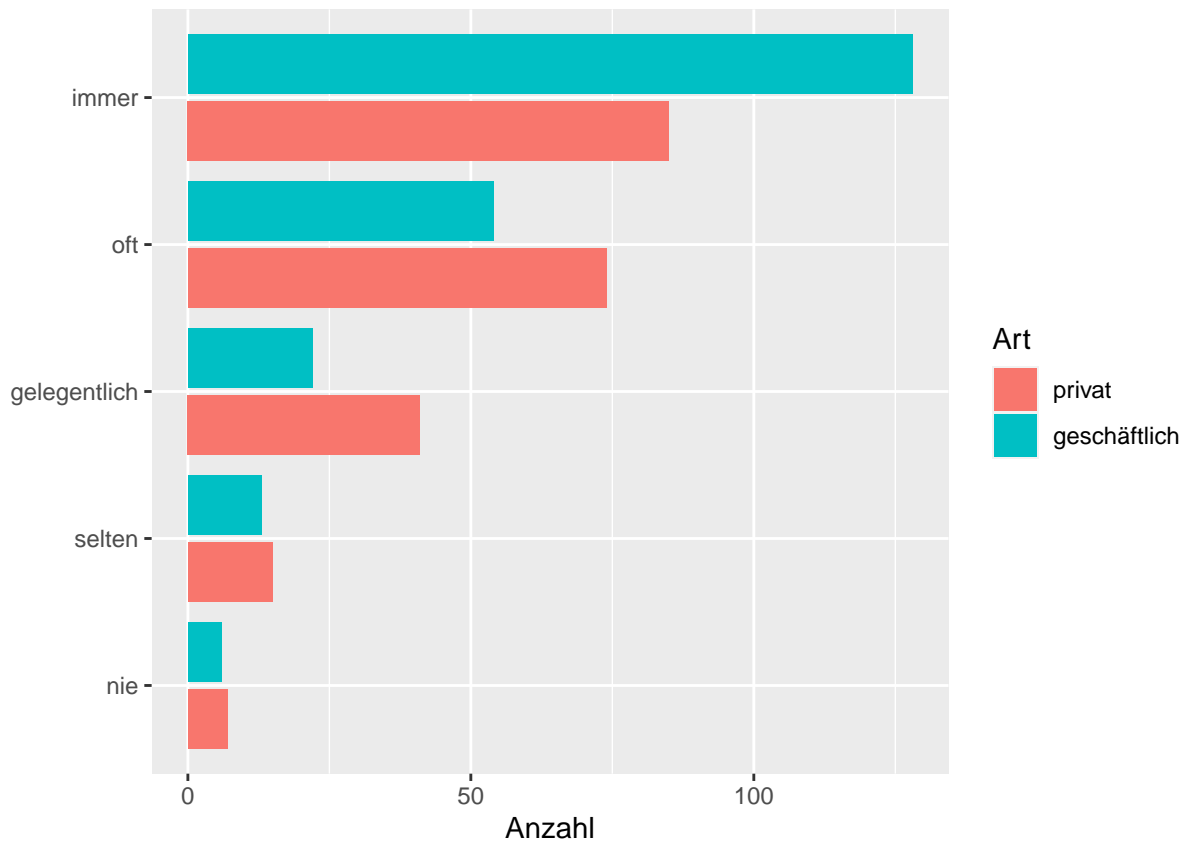
Nr	Feld	Ausprägung	nie	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganzt sicher	Summe
1	privat	18-25	25% (6)	25% (6)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	12
1	privat	26-32	17.44% (15)	31.4% (27)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	42
1	privat	33-40	20.51% (8)	30.77% (12)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	20
1	privat	41-55	18.75% (6)	46.88% (15)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	21
1	privat	56-65	18.18% (2)	27.27% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5
1	privat	über 65	16.67% (1)	16.67% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
2	geschäftlich	18-25	58.33% (14)	29.17% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	21
2	geschäftlich	26-32	48.24% (41)	30.59% (26)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	67
2	geschäftlich	33-40	58.97% (23)	25.64% (10)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	33
2	geschäftlich	41-55	46.88% (15)	28.12% (9)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	24
2	geschäftlich	56-65	63.64% (7)	9.09% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
2	geschäftlich	über 65	66.67% (4)	16.67% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5



Nr	Feld	Auspraegung	nie	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganzt sicher	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	17.2% (16)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	16
								0
								16
								0
								30.11% (28)
								44

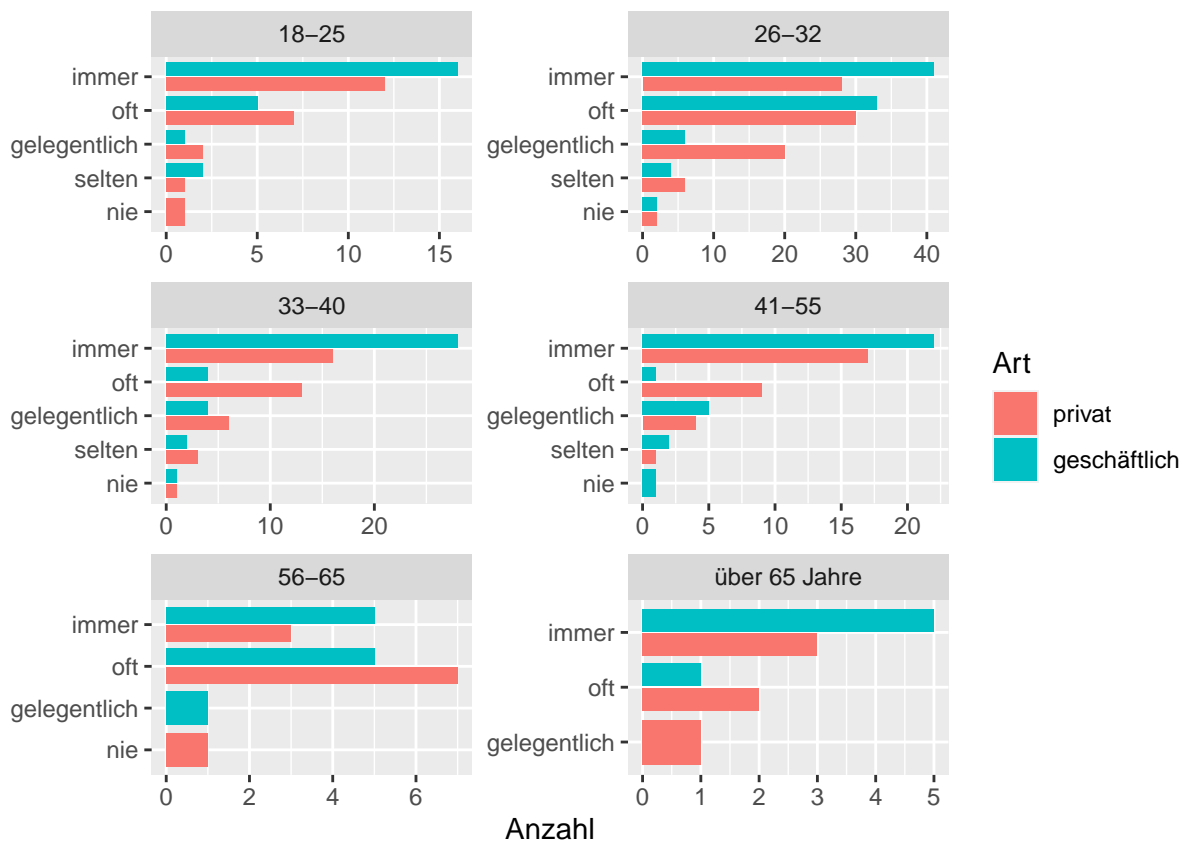
# Kommunikation mit Unternehmungen über Social Media

## 08 - Kommunizieren Sie mit Unternehmen über Social Media Kanäle?

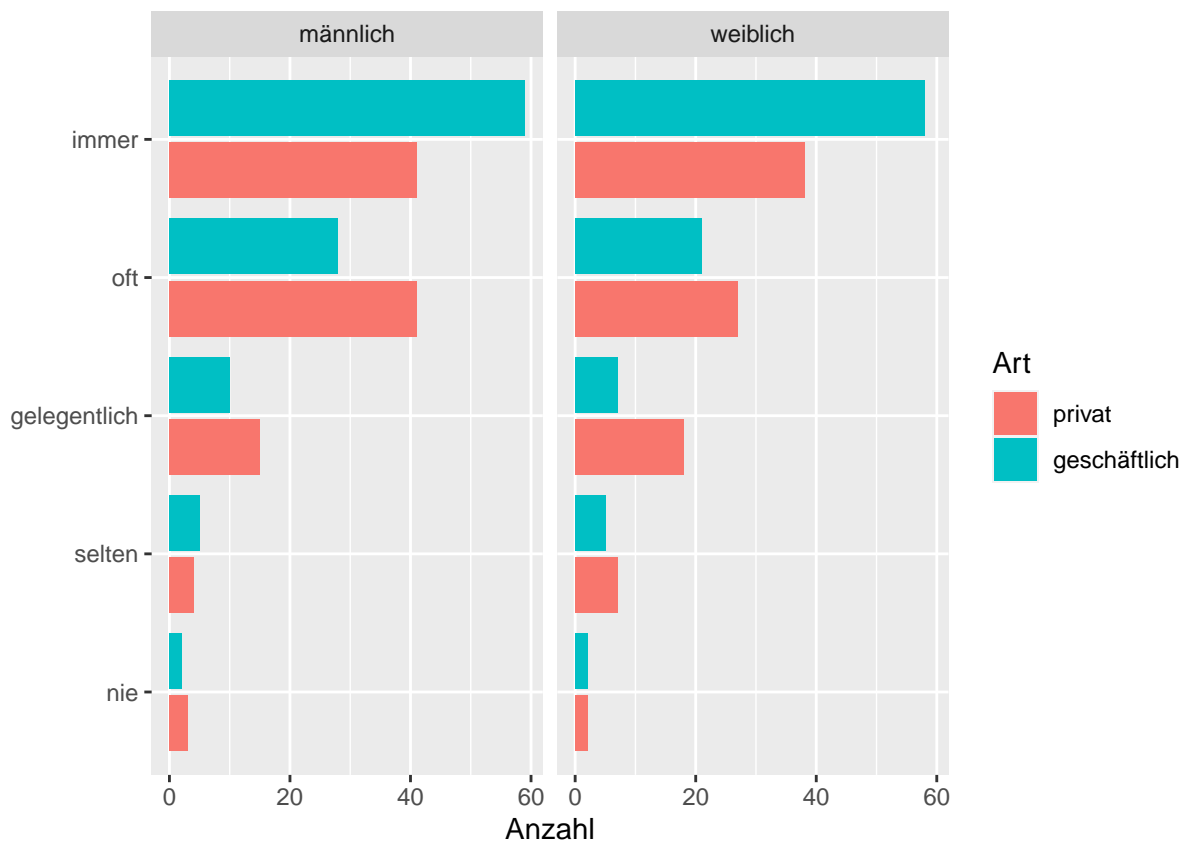


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	5	5	3.97	1.06	4
2	geschäftlich	1	5	5	4.28	1.04	5

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	3.02% (7)	6.47% (15)	17.67% (41)	31.9% (74)	36.64% (85)	222
2	geschäftlich	2.59% (6)	5.6% (13)	9.48% (22)	23.28% (54)	55.17% (128)	223



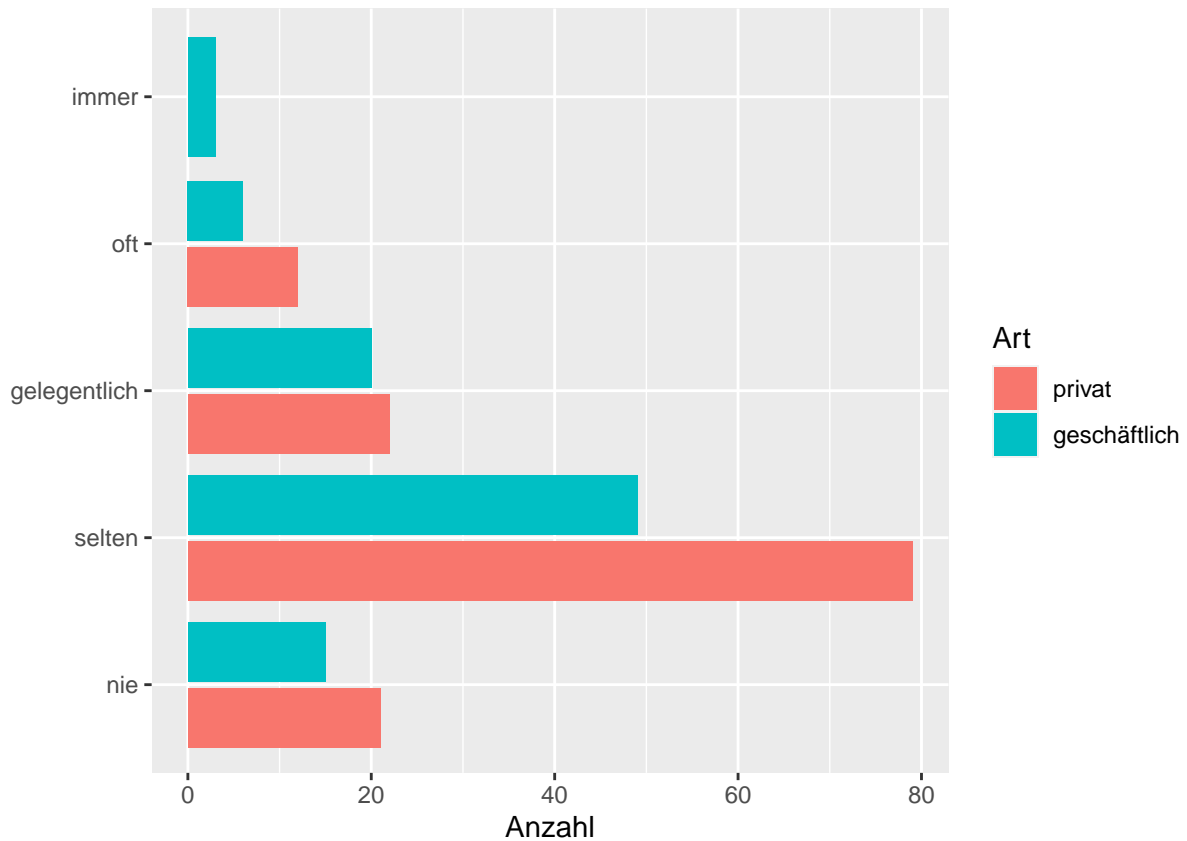
Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	18-25	4.35% (1)	4.35% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
1	privat	26-32	2.33% (2)	6.98% (6)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
1	privat	33-40	2.56% (1)	7.69% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	4
1	privat	41-55	0% (0)	3.12% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
1	privat	56-65	9.09% (1)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
1	privat	über 65	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	18-25	0% (0)	8.33% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
2	geschäftlich	26-32	2.33% (2)	4.65% (4)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	33-40	2.56% (1)	5.13% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	3
2	geschäftlich	41-55	3.12% (1)	9.38% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	4
2	geschäftlich	56-65	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	über 65	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	2.17% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
								0
								2
								0
								7.61% (7)
								9

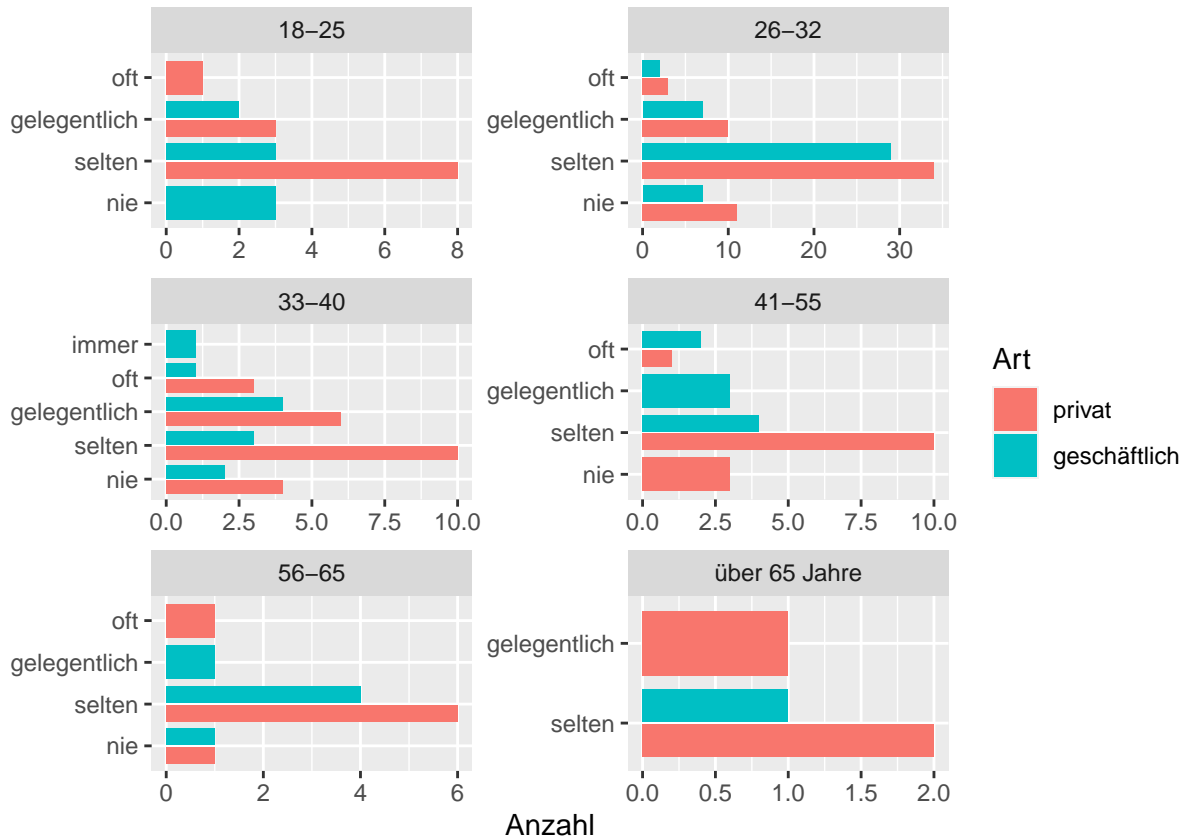
## Häufigkeit der Kommunikation über Social Media

09 - Wie häufig kommunizieren Sie mit dem gleichen Unternehmen über einen Social Media Kanal?



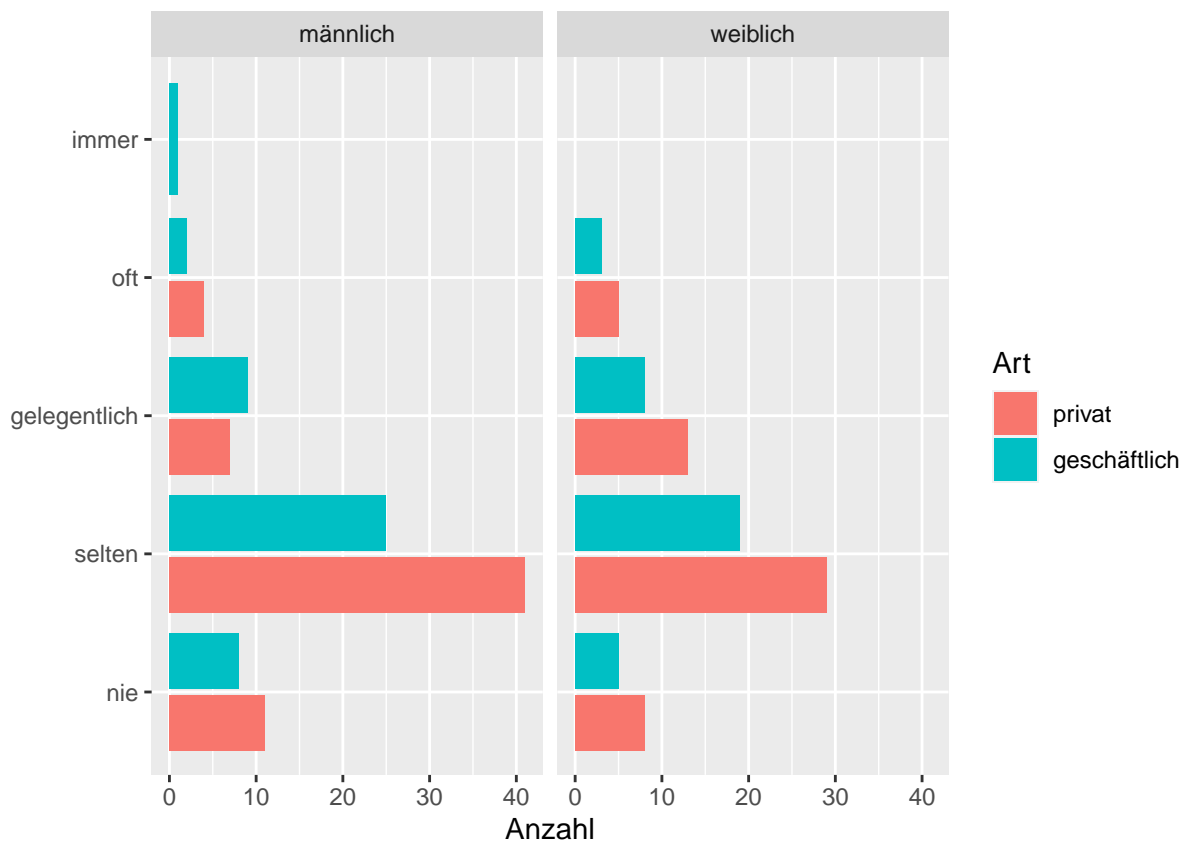
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	4	2	2.19	0.81	2
2	geschäftlich	1	5	2	2.28	0.93	2

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	9.05% (21)	34.05% (79)	9.48% (22)	5.17% (12)	0.00% (0)	134
2	geschäftlich	6.47% (15)	21.12% (49)	8.62% (20)	2.59% (6)	1.29% (3)	93



Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	18-25	0% (0)	66.67% (8)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
1	privat	26-32	18.97% (11)	58.62% (34)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	45
1	privat	33-40	17.39% (4)	43.48% (10)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	14
1	privat	41-55	26.67% (4)	66.67% (10)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	14
1	privat	56-65	12.5% (1)	75% (6)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	7
1	privat	über 65	0% (0)	66.67% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
2	geschäftlich	18-25	37.5% (3)	37.5% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	26-32	15.56% (7)	64.44% (29)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	36
2	geschäftlich	33-40	18.18% (2)	27.27% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5
2	geschäftlich	41-55	0% (0)	40% (4)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	4
2	geschäftlich	56-65	16.67% (1)	66.67% (4)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5
2	geschäftlich	über 65	0% (0)	100% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1

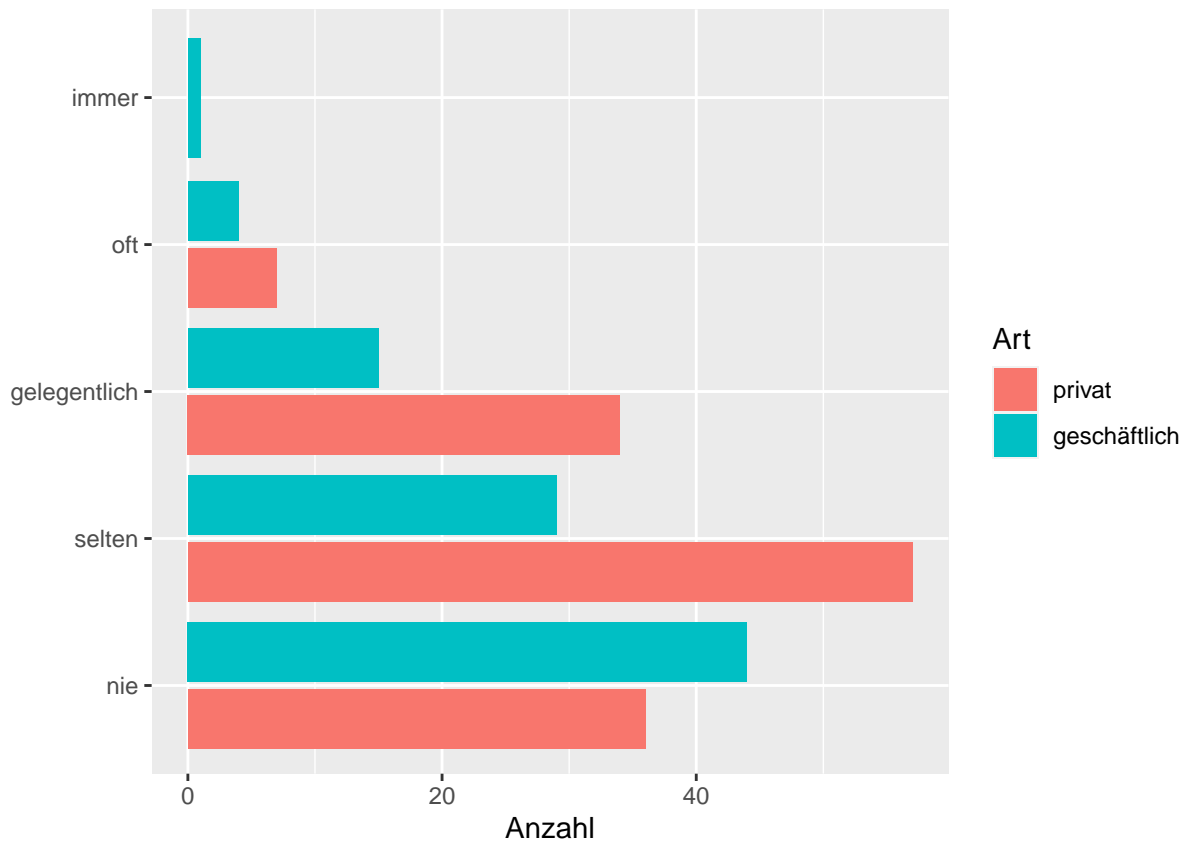




Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	14.55% (8)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
								0
								8
								0
								37
								52.73% (29)

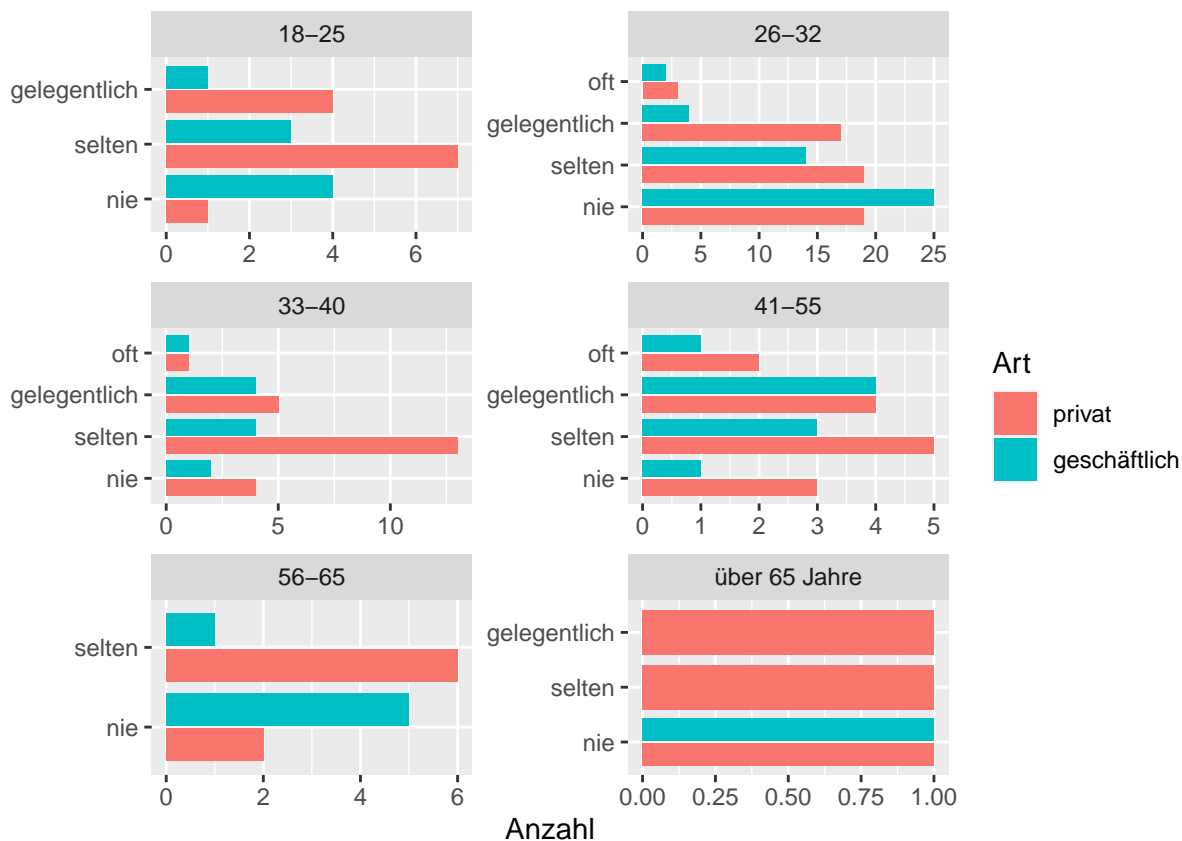
## Kauf über Social Media von Unternehmen mit welchen man kommuniziert

10 - Kaufen Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen bei dem Unternehmen ein, mit dem Sie über Social Media kommunizieren?

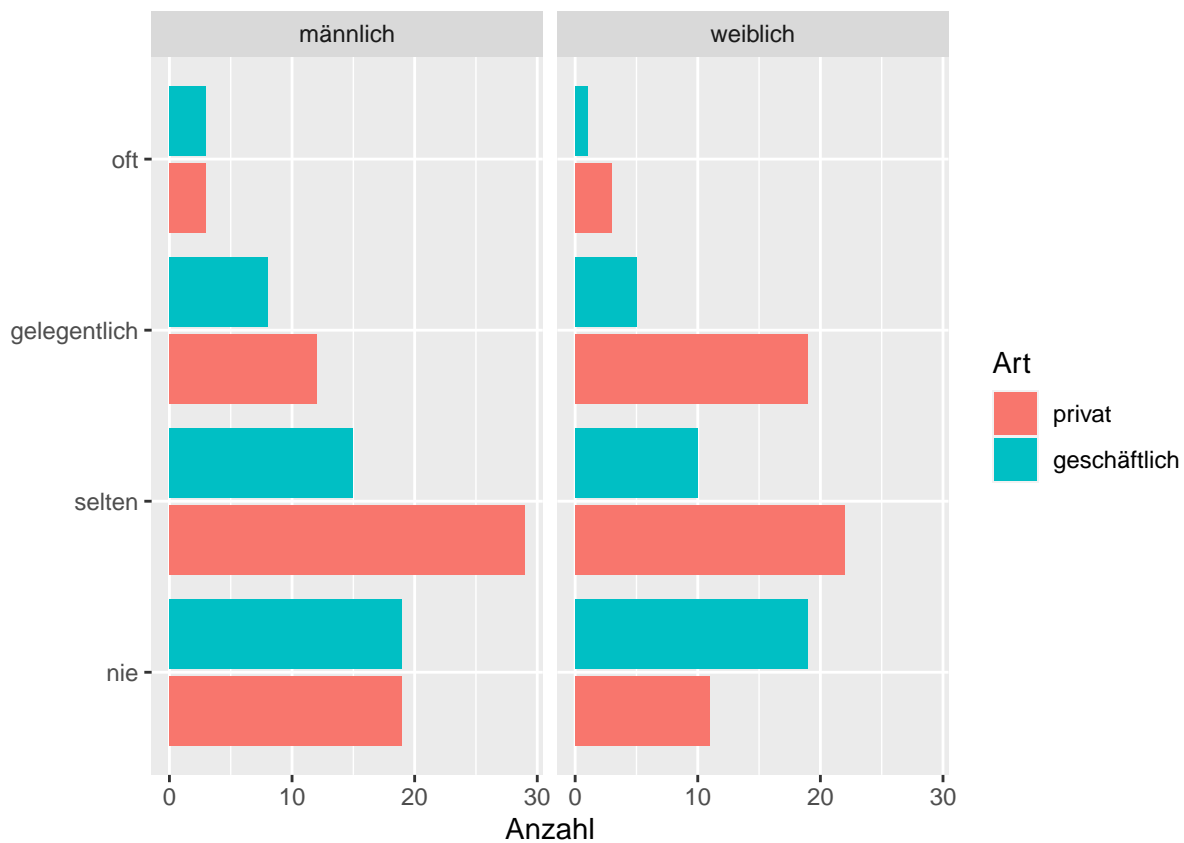


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	4	2	2.09	0.85	2
2	geschäftlich	1	5	1	1.81	0.94	2

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	15.52% (36)	24.57% (57)	14.66% (34)	3.02% (7)	0.00% (0)	134
2	geschäftlich	18.97% (44)	12.5% (29)	6.47% (15)	1.72% (4)	0.43% (1)	93



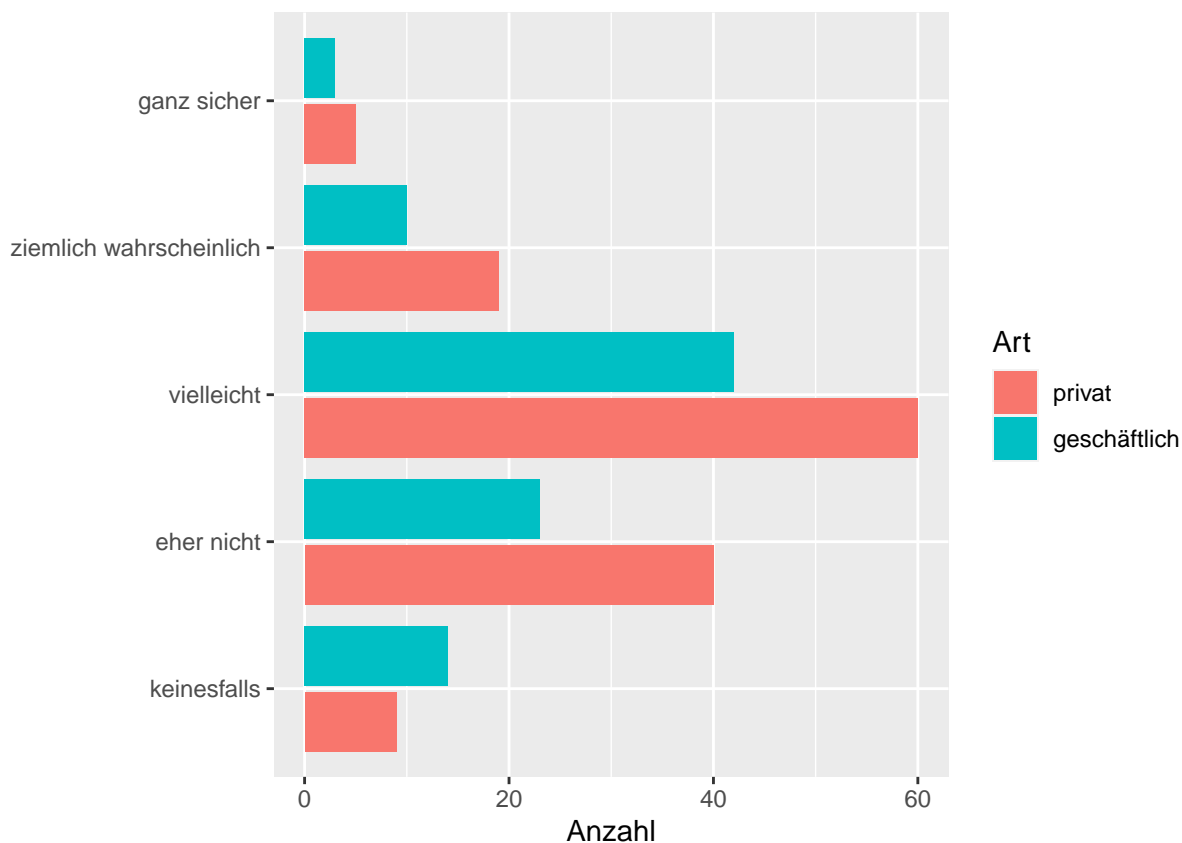
Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	18-25	8.33% (1)	58.33% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
1	privat	26-32	32.76% (19)	32.76% (19)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	38
1	privat	33-40	17.39% (4)	56.52% (13)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	17
1	privat	41-55	26.67% (4)	33.33% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	9
1	privat	56-65	25% (2)	75% (6)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
1	privat	über 65	33.33% (1)	33.33% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
2	geschäftlich	18-25	50% (4)	37.5% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	7
2	geschäftlich	26-32	55.56% (25)	31.11% (14)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	39
2	geschäftlich	33-40	18.18% (2)	36.36% (4)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	41-55	20% (2)	30% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5
2	geschäftlich	56-65	83.33% (5)	16.67% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	über 65	100% (1)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	20% (11)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	11
								0
								11
								0
								33
								40% (22)

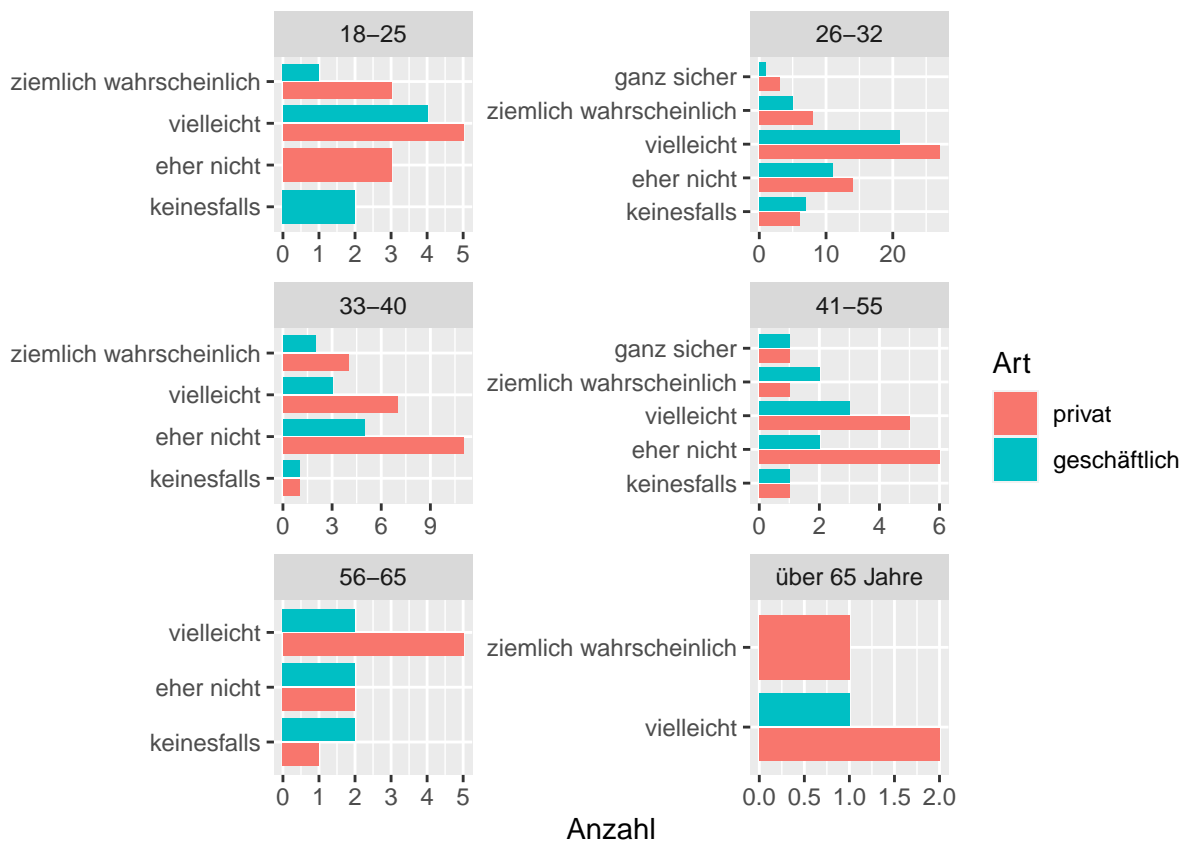
## Kauf der Angeboten bei der Konkurrenz

11 - Kaufen Sie diese Produkte oder Dienstleistungen auch bei der Konkurrenz ein?

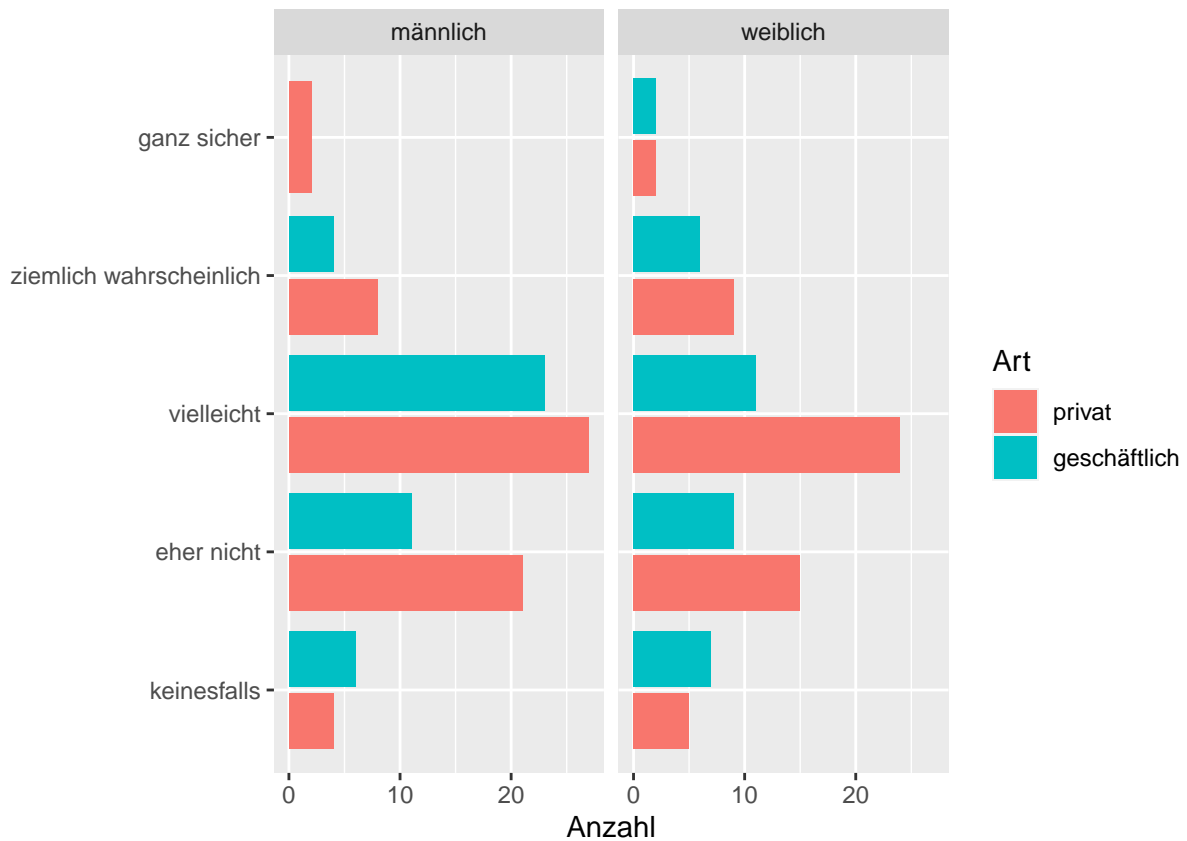


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	5	3	2.78	0.91	3
2	geschäftlich	1	5	3	2.62	0.98	3

Nr	Feld	keinesfalls	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganz sicher	Summe
1	privat	3.88% (9)	17.24% (40)	25.86% (60)	8.19% (19)	2.16% (5)	133
2	geschäftlich	6.03% (14)	9.91% (23)	18.1% (42)	4.31% (10)	1.29% (3)	92



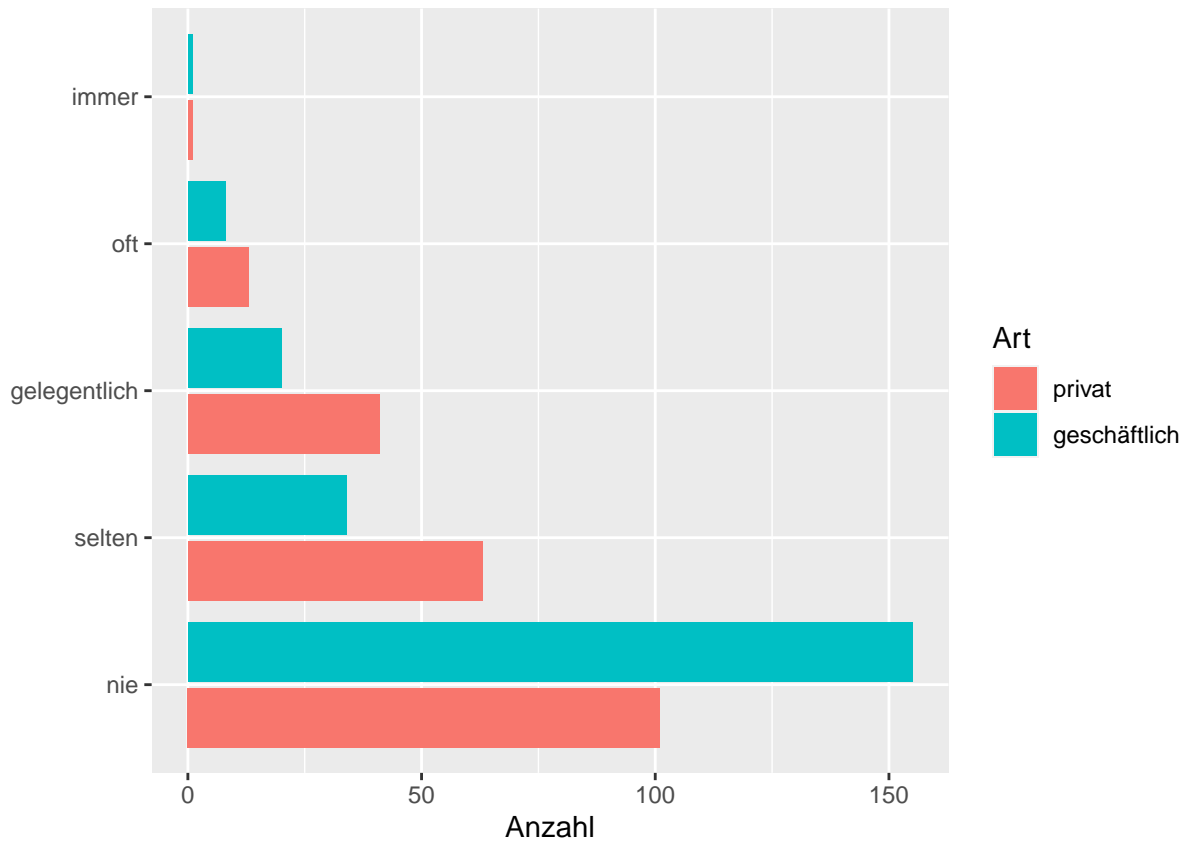
Nr	Feld	Ausprägung	keinesfalls	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganz sicher	Summe
1	privat	18-25	0% (0)	27.27% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	3
1	privat	26-32	10.34% (6)	24.14% (14)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	20
1	privat	33-40	4.35% (1)	47.83% (11)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	12
1	privat	41-55	6.67% (1)	46.67% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	8
1	privat	56-65	12.5% (1)	25% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	3
1	privat	über 65	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	18-25	28.57% (2)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	2
2	geschäftlich	26-32	15.56% (7)	24.44% (11)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	18
2	geschäftlich	33-40	9.09% (1)	45.45% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	41-55	10% (1)	30% (3)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	4
2	geschäftlich	56-65	33.33% (2)	33.33% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	4
2	geschäftlich	über 65	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0



Nr	Feld	Auspraegung	keinesfalls	eher nicht	vielleicht	ziemlich wahrscheinlich	ganz sicher	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	9.09% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5
								0
								5
								0
								20

## Einfluss von Liks auf den Einkauf

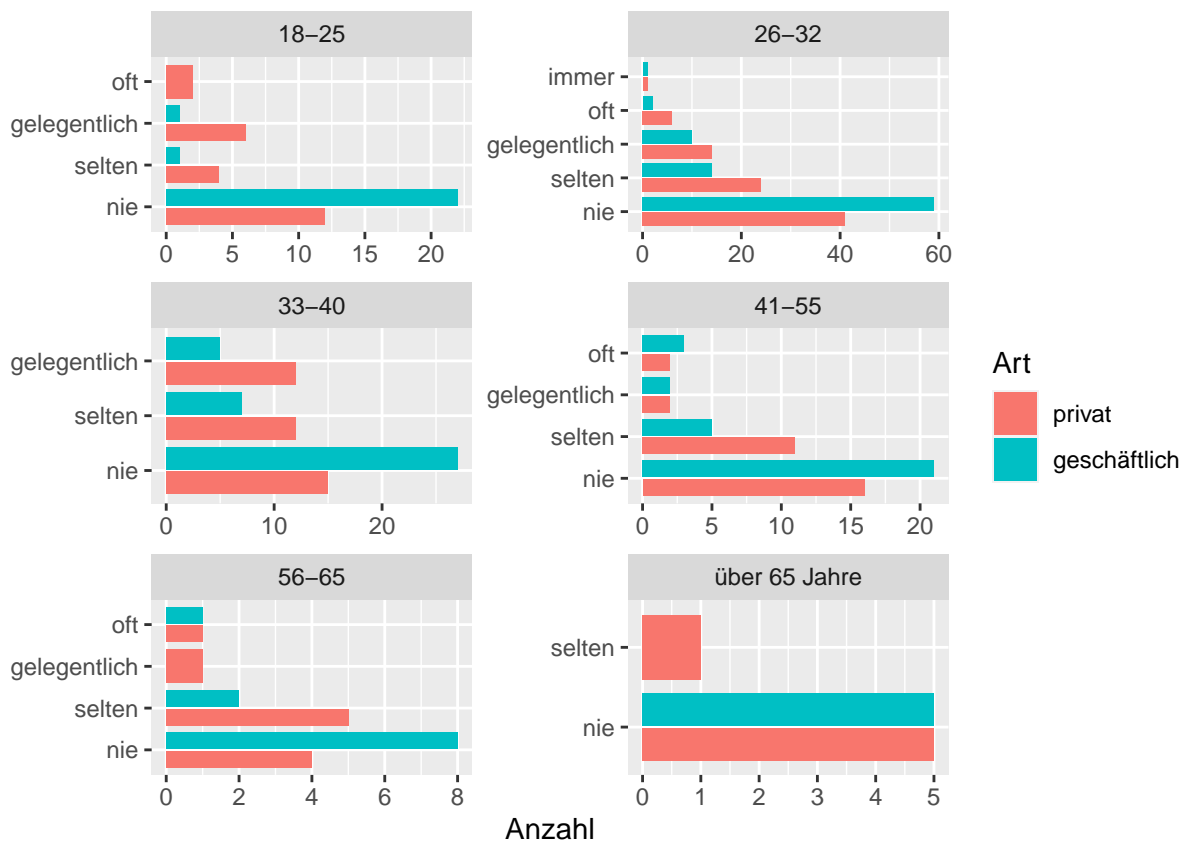
12 - Wie häufig wird Ihre Kaufentscheidung durch Likes von Bekannten und Freunden beeinflusst?



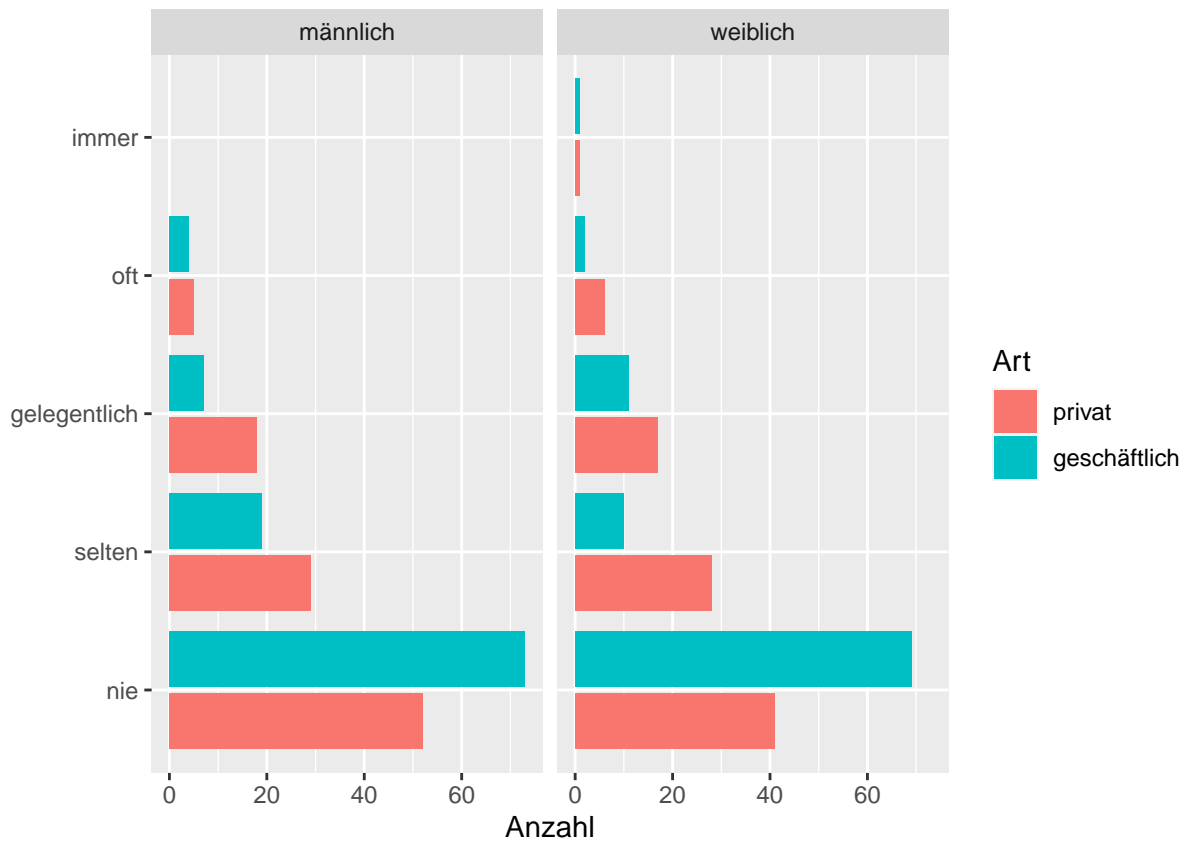
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	5	1	1.86	0.95	2
2	geschäftlich	1	5	1	1.47	0.84	1

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	43.53% (101)	27.16% (63)	17.67% (41)	5.6% (13)	0.43% (1)	219
2	geschäftlich	66.81% (155)	14.66% (34)	8.62% (20)	3.45% (8)	0.43% (1)	218





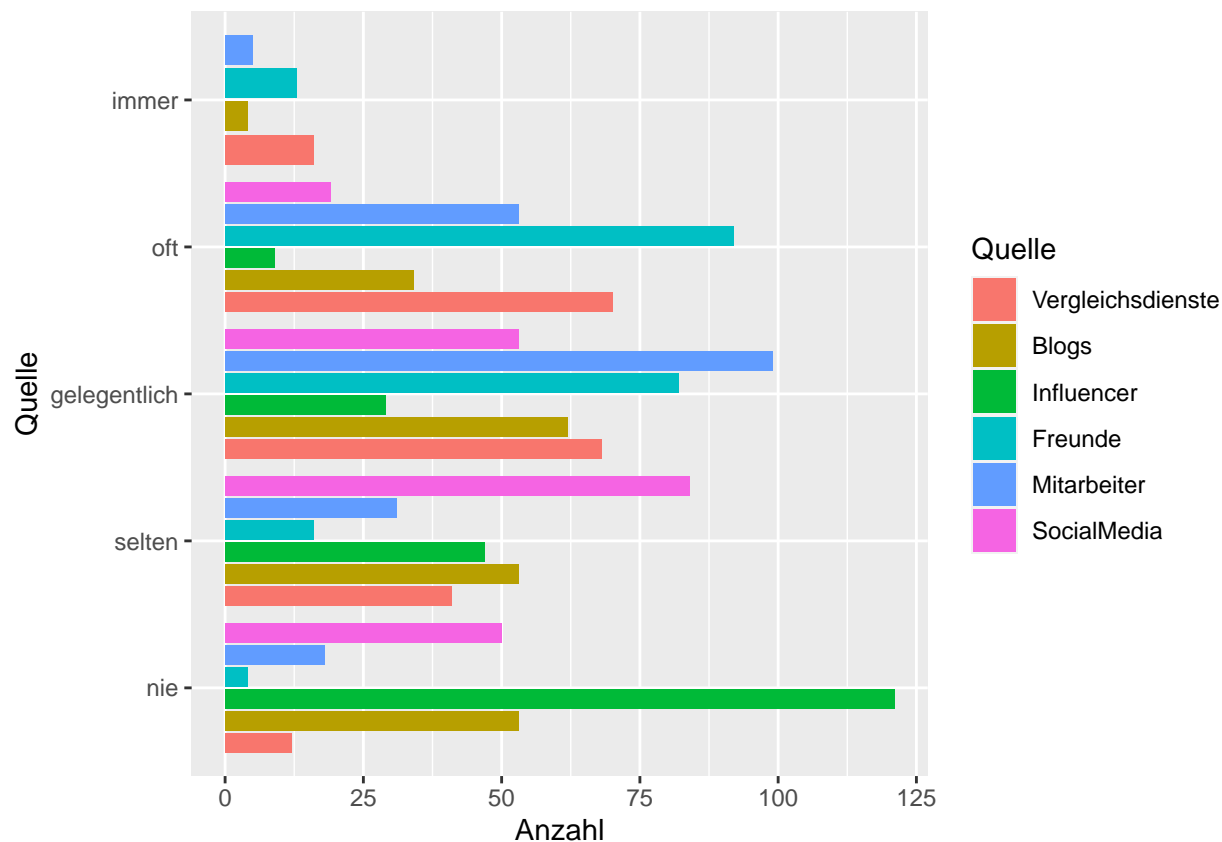
Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	18-25	50% (12)	16.67% (4)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	16
1	privat	26-32	47.67% (41)	27.91% (24)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	65
1	privat	33-40	38.46% (15)	30.77% (12)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	27
1	privat	41-55	53.12% (17)	34.38% (11)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	28
1	privat	56-65	36.36% (4)	45.45% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	9
1	privat	über 65	83.33% (5)	16.67% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
2	geschäftlich	18-25	91.67% (22)	4.17% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	23
2	geschäftlich	26-32	68.6% (59)	16.28% (14)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	73
2	geschäftlich	33-40	69.23% (27)	17.95% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	34
2	geschäftlich	41-55	68.75% (22)	15.62% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	27
2	geschäftlich	56-65	72.73% (8)	18.18% (2)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	10
2	geschäftlich	über 65	100% (5)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	5



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	44.09% (41)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	41
								0
								41
								0
								69
								30.11% (28)

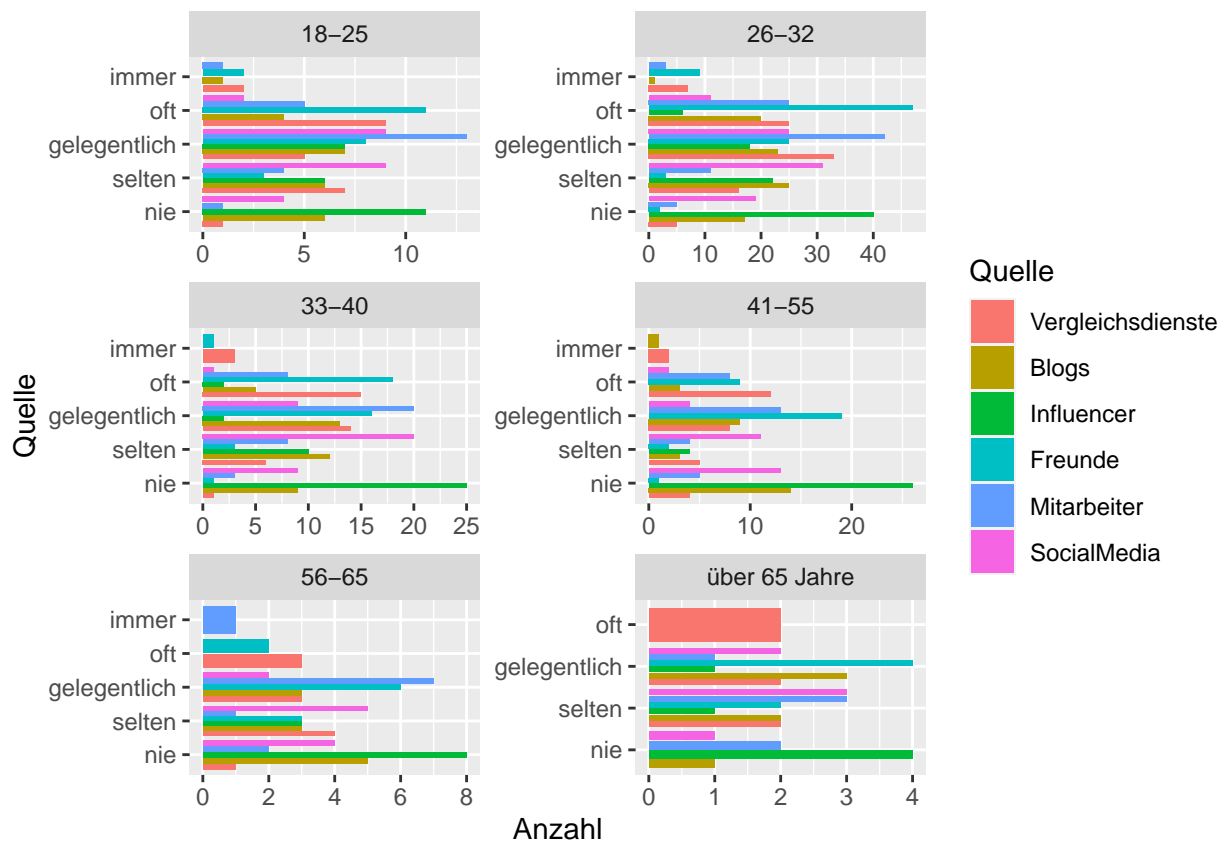
## Verwendete Quellen für die Suche nach Angeboten

### 13 - Auf welche Quellen greifen Sie bei Ihrer Suche nach neuen Produkten oder Dienstleistungen zurück... - privat



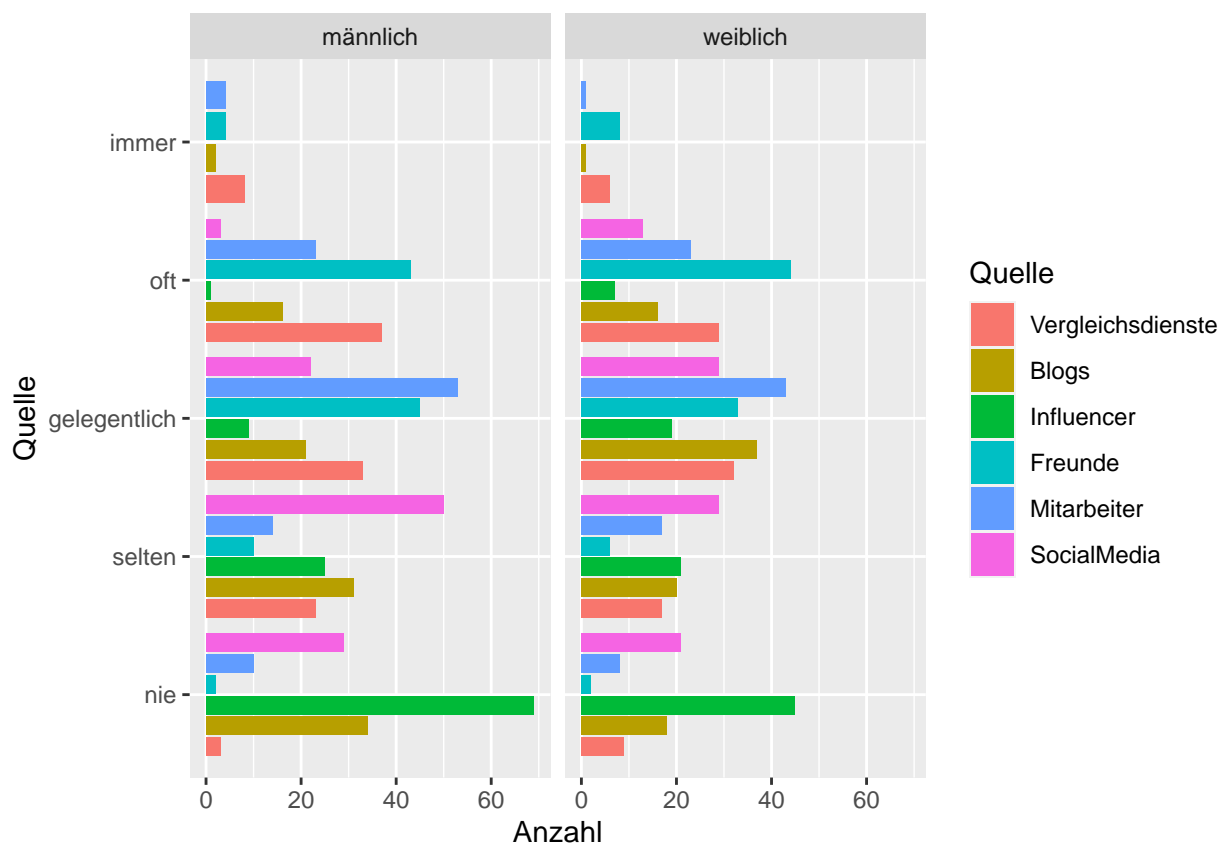
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Vergleichsdienste	1	5	4	3.18	1.02	3
2	Blogs	1	5	3	2.43	1.10	2
3	Influencer	1	4	1	1.64	0.88	1
4	Freunde	1	5	4	3.45	0.80	4
5	Mitarbeiter	1	5	3	2.98	0.93	3
6	SocialMedia	1	4	2	2.20	0.91	2

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	5.17% (12)	17.67% (41)	29.31% (68)	30.17% (70)	6.9% (16)	207
2	Blogs	22.84% (53)	22.84% (53)	26.72% (62)	14.66% (34)	1.72% (4)	206
3	Influencer	52.16% (121)	20.26% (47)	12.5% (29)	3.88% (9)	0.00% (0)	206
4	Freunde	1.72% (4)	6.9% (16)	35.34% (82)	39.66% (92)	5.6% (13)	207
5	Mitarbeiter	7.76% (18)	13.36% (31)	42.67% (99)	22.84% (53)	2.16% (5)	206
6	SocialMedia	21.55% (50)	36.21% (84)	22.84% (53)	8.19% (19)	0.00% (0)	206



Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	18-25	4.17% (1)	29.17% (7)	20.83% (5)	37.5% (9)	8.33% (2)	24
1	Vergleichsdienste	26-32	5.81% (5)	18.6% (16)	38.37% (33)	29.07% (25)	8.14% (7)	86
1	Vergleichsdienste	33-40	2.56% (1)	15.38% (6)	35.9% (14)	38.46% (15)	7.69% (3)	39
1	Vergleichsdienste	41-55	12.5% (4)	18.75% (6)	25% (8)	37.5% (12)	6.25% (2)	32
1	Vergleichsdienste	56-65	9.09% (1)	36.36% (4)	27.27% (3)	27.27% (3)	0% (0)	11
1	Vergleichsdienste	über 65	0% (0)	33.33% (2)	33.33% (2)	33.33% (2)	0% (0)	6
2	Blogs	18-25	25% (6)	25% (6)	29.17% (7)	16.67% (4)	4.17% (1)	24
2	Blogs	26-32	19.77% (17)	29.07% (25)	26.74% (23)	23.26% (20)	1.16% (1)	86
2	Blogs	33-40	23.08% (9)	30.77% (12)	33.33% (13)	12.82% (5)	0% (0)	39
2	Blogs	41-55	48.39% (15)	9.68% (3)	29.03% (9)	9.68% (3)	3.23% (1)	31
2	Blogs	56-65	45.45% (5)	27.27% (3)	27.27% (3)	0% (0)	0% (0)	11
2	Blogs	über 65	16.67% (1)	33.33% (2)	50% (3)	0% (0)	0% (0)	6
3	Influencer	18-25	45.83% (11)	25% (6)	29.17% (7)	0% (0)	0.00% (0)	24
3	Influencer	26-32	46.51% (40)	25.58% (22)	20.93% (18)	6.98% (6)	0.00% (0)	86
3	Influencer	33-40	64.1% (25)	25.64% (10)	5.13% (2)	5.13% (2)	0.00% (0)	39
3	Influencer	41-55	87.1% (27)	12.9% (4)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	31
3	Influencer	56-65	72.73% (8)	27.27% (3)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	11
3	Influencer	über 65	66.67% (4)	16.67% (1)	16.67% (1)	0% (0)	0.00% (0)	6
4	Freunde	18-25	0% (0)	12.5% (3)	33.33% (8)	45.83% (11)	8.33% (2)	24
4	Freunde	26-32	2.33% (2)	3.49% (3)	29.07% (25)	54.65% (47)	10.47% (9)	86
4	Freunde	33-40	2.56% (1)	7.69% (3)	41.03% (16)	46.15% (18)	2.56% (1)	39
4	Freunde	41-55	3.12% (1)	6.25% (2)	62.5% (20)	28.12% (9)	0% (0)	32
4	Freunde	56-65	0% (0)	27.27% (3)	54.55% (6)	18.18% (2)	0% (0)	11
4	Freunde	über 65	0% (0)	33.33% (2)	66.67% (4)	0% (0)	0% (0)	6
5	Mitarbeiter	18-25	4.17% (1)	16.67% (4)	54.17% (13)	20.83% (5)	4.17% (1)	24

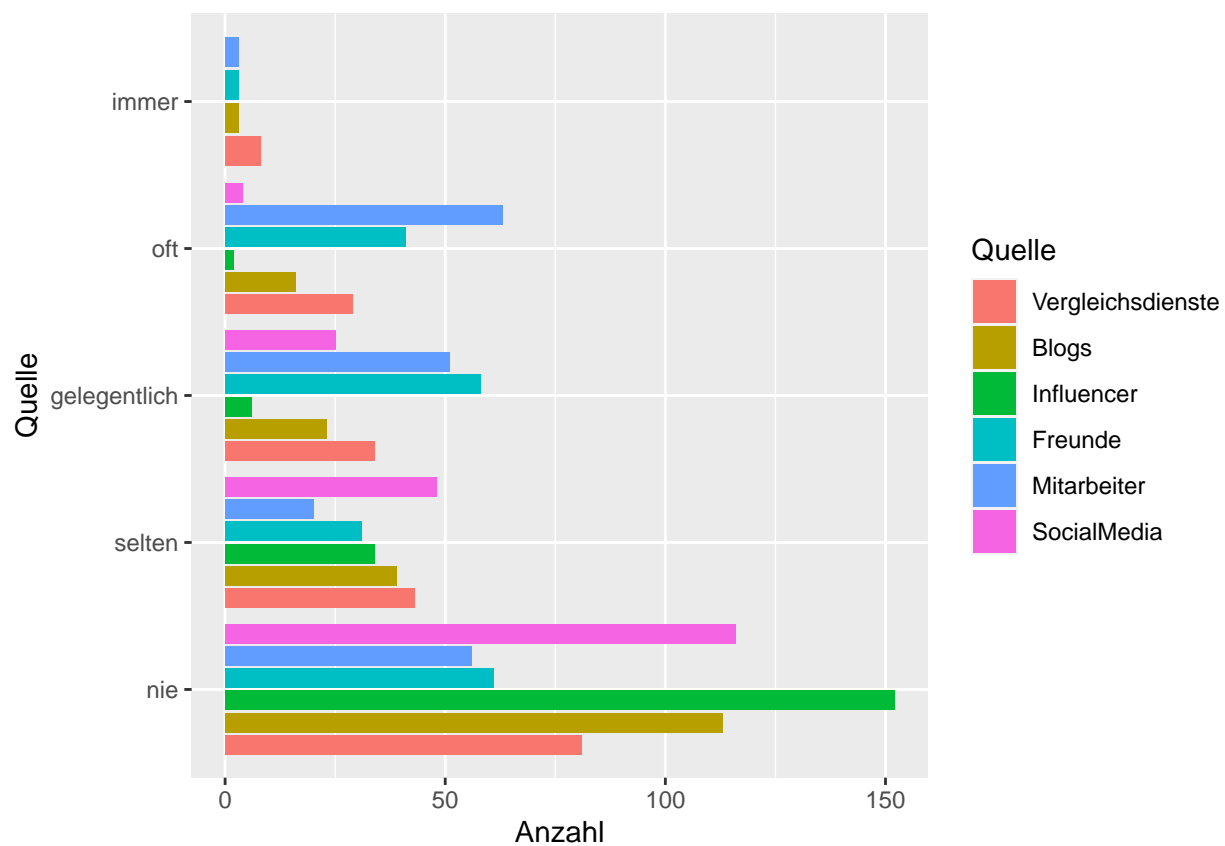
Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
5	Mitarbeiter	26-32	5.81% (5)	12.79% (11)	48.84% (42)	29.07% (25)	3.49% (3)	86
5	Mitarbeiter	33-40	7.69% (3)	20.51% (8)	51.28% (20)	20.51% (8)	0% (0)	39
5	Mitarbeiter	41-55	16.13% (5)	12.9% (4)	45.16% (14)	25.81% (8)	0% (0)	31
5	Mitarbeiter	56-65	18.18% (2)	9.09% (1)	63.64% (7)	0% (0)	9.09% (1)	11
5	Mitarbeiter	über 65	33.33% (2)	50% (3)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	6
6	SocialMedia	18-25	16.67% (4)	37.5% (9)	37.5% (9)	8.33% (2)	0.00% (0)	24
6	SocialMedia	26-32	22.09% (19)	36.05% (31)	29.07% (25)	12.79% (11)	0.00% (0)	86
6	SocialMedia	33-40	23.08% (9)	51.28% (20)	23.08% (9)	2.56% (1)	0.00% (0)	39
6	SocialMedia	41-55	41.94% (13)	35.48% (11)	16.13% (5)	6.45% (2)	0.00% (0)	31
6	SocialMedia	56-65	36.36% (4)	45.45% (5)	18.18% (2)	0% (0)	0.00% (0)	11
6	SocialMedia	über 65	16.67% (1)	50% (3)	33.33% (2)	0% (0)	0.00% (0)	6



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Vergleichsdienste	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	weiblich	9.68% (9)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	9
3	Influencer	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	Influencer	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	9
4	Freunde	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	Freunde	weiblich	0.00% (0)	18.28% (17)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	26
5	Mitarbeiter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	Mitarbeiter	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	26

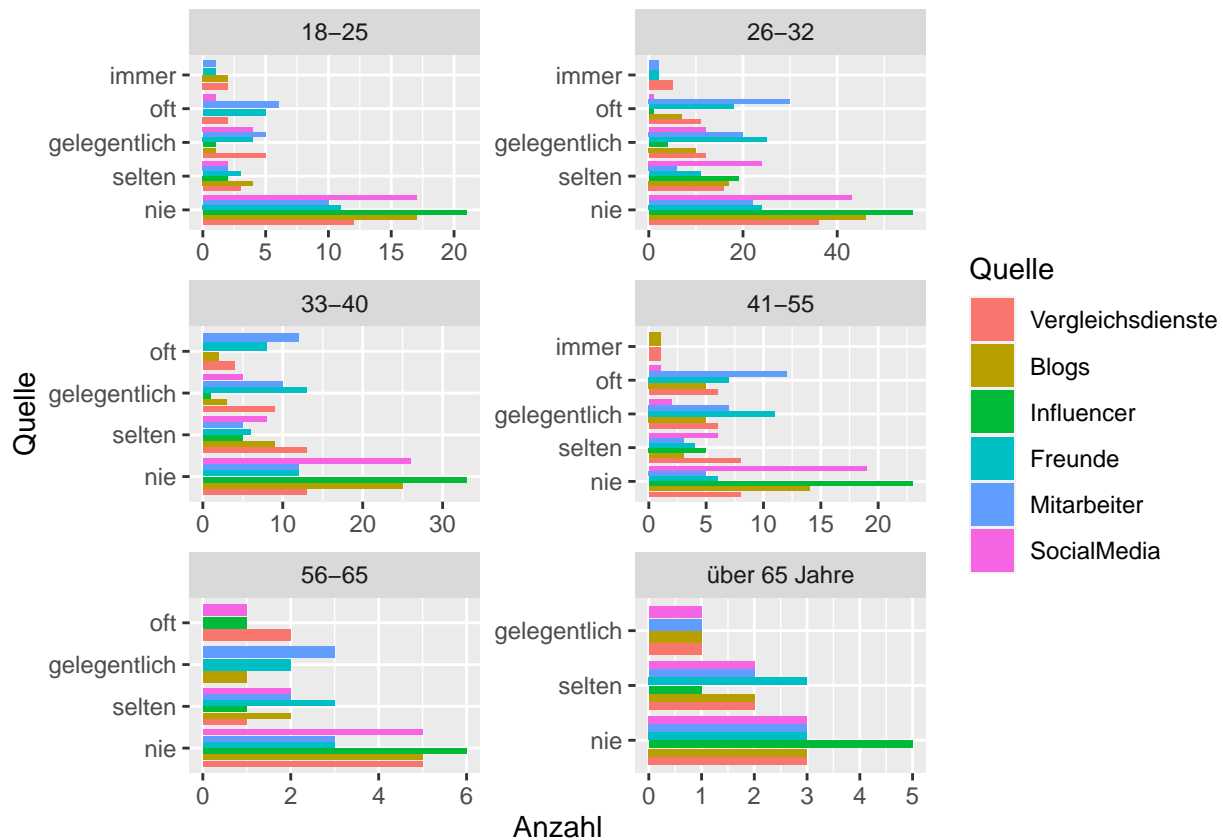
Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
6	SocialMedia	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	SocialMedia	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	34.41% (32)	0.00% (0)	0.00% (0)	58
								0
								58
								0
						31.18% (29)		87
								0
								87
								0
							6.45% (6)	93

### 13 - Auf welche Quellen greifen Sie bei Ihrer Suche nach neuen Produkten oder Dienstleistungen zurück... - geschäftlich



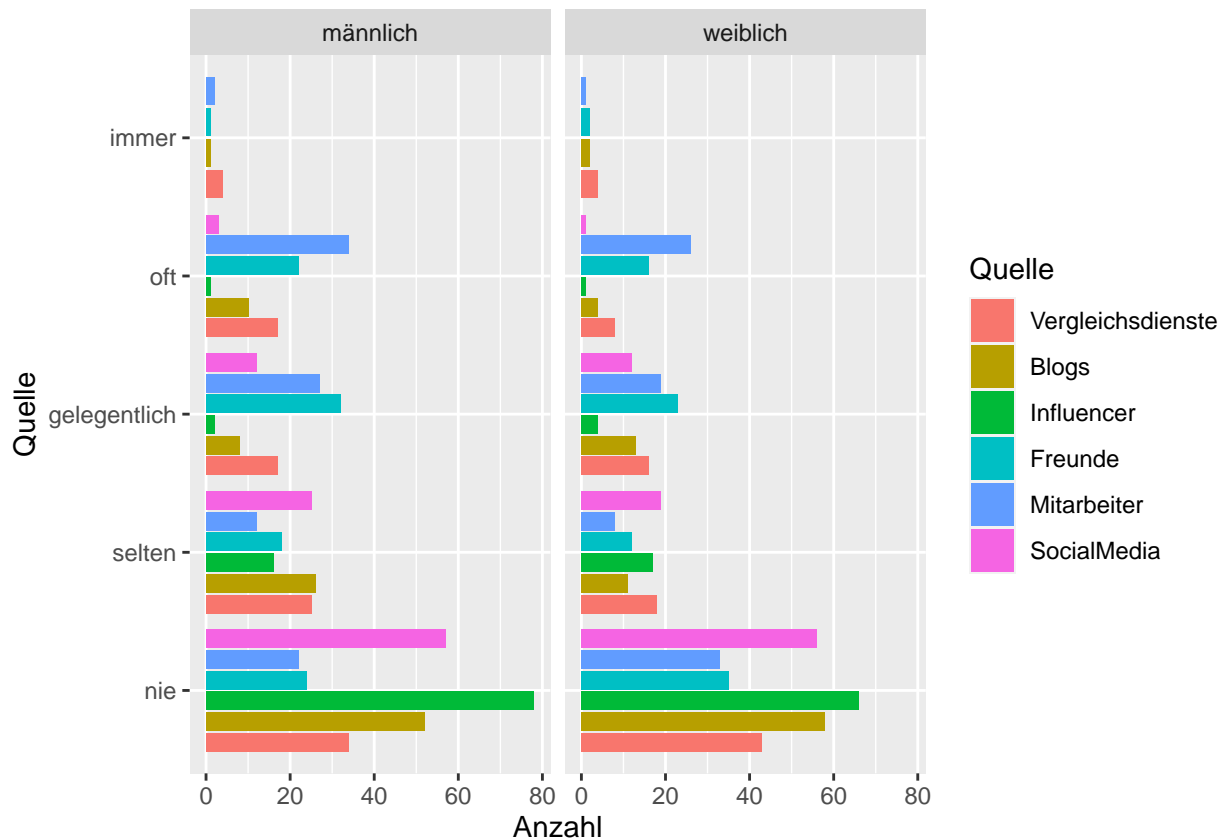
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Vergleichsdienste	1	5	1	2.18	1.24	2
2	Blogs	1	5	1	1.75	1.05	1
3	Influencer	1	4	1	1.27	0.57	1
4	Freunde	1	5	1	2.45	1.18	3
5	Mitarbeiter	1	5	4	2.67	1.25	3
6	SocialMedia	1	4	1	1.57	0.79	1

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	34.91% (81)	18.53% (43)	14.66% (34)	12.5% (29)	3.45% (8)	195
2	Blogs	48.71% (113)	16.81% (39)	9.91% (23)	6.9% (16)	1.29% (3)	194
3	Influencer	65.52% (152)	14.66% (34)	2.59% (6)	0.86% (2)	0.00% (0)	194
4	Freunde	26.29% (61)	13.36% (31)	25% (58)	17.67% (41)	1.29% (3)	194
5	Mitarbeiter	24.14% (56)	8.62% (20)	21.98% (51)	27.16% (63)	1.29% (3)	193
6	SocialMedia	50% (116)	20.69% (48)	10.78% (25)	1.72% (4)	0.00% (0)	193



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	18-25	50% (12)	12.5% (3)	20.83% (5)	8.33% (2)	8.33% (2)	24
1	Vergleichsdienste	26-32	45% (36)	20% (16)	15% (12)	13.75% (11)	6.25% (5)	80
1	Vergleichsdienste	33-40	33.33% (13)	33.33% (13)	23.08% (9)	10.26% (4)	0% (0)	39
1	Vergleichsdienste	41-55	27.59% (8)	27.59% (8)	20.69% (6)	20.69% (6)	3.45% (1)	29
1	Vergleichsdienste	56-65	62.5% (5)	12.5% (1)	0% (0)	25% (2)	0% (0)	8
1	Vergleichsdienste	über 65	50% (3)	33.33% (2)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	6
2	Blogs	18-25	70.83% (17)	16.67% (4)	4.17% (1)	0% (0)	8.33% (2)	24
2	Blogs	26-32	57.5% (46)	21.25% (17)	12.5% (10)	8.75% (7)	0% (0)	80
2	Blogs	33-40	64.1% (25)	23.08% (9)	7.69% (3)	5.13% (2)	0% (0)	39
2	Blogs	41-55	50% (14)	10.71% (3)	17.86% (5)	17.86% (5)	3.57% (1)	28
2	Blogs	56-65	62.5% (5)	25% (2)	12.5% (1)	0% (0)	0% (0)	8
2	Blogs	über 65	50% (3)	33.33% (2)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	6
3	Influencer	18-25	87.5% (21)	8.33% (2)	4.17% (1)	0% (0)	0.00% (0)	24
3	Influencer	26-32	70% (56)	23.75% (19)	5% (4)	1.25% (1)	0.00% (0)	80
3	Influencer	33-40	84.62% (33)	12.82% (5)	2.56% (1)	0% (0)	0.00% (0)	39

Nr	Feld	Ausprägung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
3	Influencer	41-55	82.14% (23)	17.86% (5)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	28
3	Influencer	56-65	75% (6)	12.5% (1)	0% (0)	12.5% (1)	0.00% (0)	8
3	Influencer	über 65	83.33% (5)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
4	Freunde	18-25	45.83% (11)	12.5% (3)	16.67% (4)	20.83% (5)	4.17% (1)	24
4	Freunde	26-32	30% (24)	13.75% (11)	31.25% (25)	22.5% (18)	2.5% (2)	80
4	Freunde	33-40	30.77% (12)	15.38% (6)	33.33% (13)	20.51% (8)	0% (0)	39
4	Freunde	41-55	21.43% (6)	14.29% (4)	39.29% (11)	25% (7)	0% (0)	28
4	Freunde	56-65	37.5% (3)	37.5% (3)	25% (2)	0% (0)	0% (0)	8
4	Freunde	über 65	50% (3)	50% (3)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	6
5	Mitarbeiter	18-25	41.67% (10)	8.33% (2)	20.83% (5)	25% (6)	4.17% (1)	24
5	Mitarbeiter	26-32	27.5% (22)	7.5% (6)	25% (20)	37.5% (30)	2.5% (2)	80
5	Mitarbeiter	33-40	30.77% (12)	12.82% (5)	25.64% (10)	30.77% (12)	0% (0)	39
5	Mitarbeiter	41-55	18.52% (5)	11.11% (3)	25.93% (7)	44.44% (12)	0% (0)	27
5	Mitarbeiter	56-65	37.5% (3)	25% (2)	37.5% (3)	0% (0)	0% (0)	8
5	Mitarbeiter	über 65	50% (3)	33.33% (2)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	6
6	SocialMedia	18-25	70.83% (17)	8.33% (2)	16.67% (4)	4.17% (1)	0.00% (0)	24
6	SocialMedia	26-32	53.75% (43)	30% (24)	15% (12)	1.25% (1)	0.00% (0)	80
6	SocialMedia	33-40	66.67% (26)	20.51% (8)	12.82% (5)	0% (0)	0.00% (0)	39
6	SocialMedia	41-55	67.86% (19)	21.43% (6)	7.14% (2)	3.57% (1)	0.00% (0)	28
6	SocialMedia	56-65	62.5% (5)	25% (2)	0% (0)	12.5% (1)	0.00% (0)	8
6	SocialMedia	über 65	50% (3)	33.33% (2)	16.67% (1)	0% (0)	0.00% (0)	6

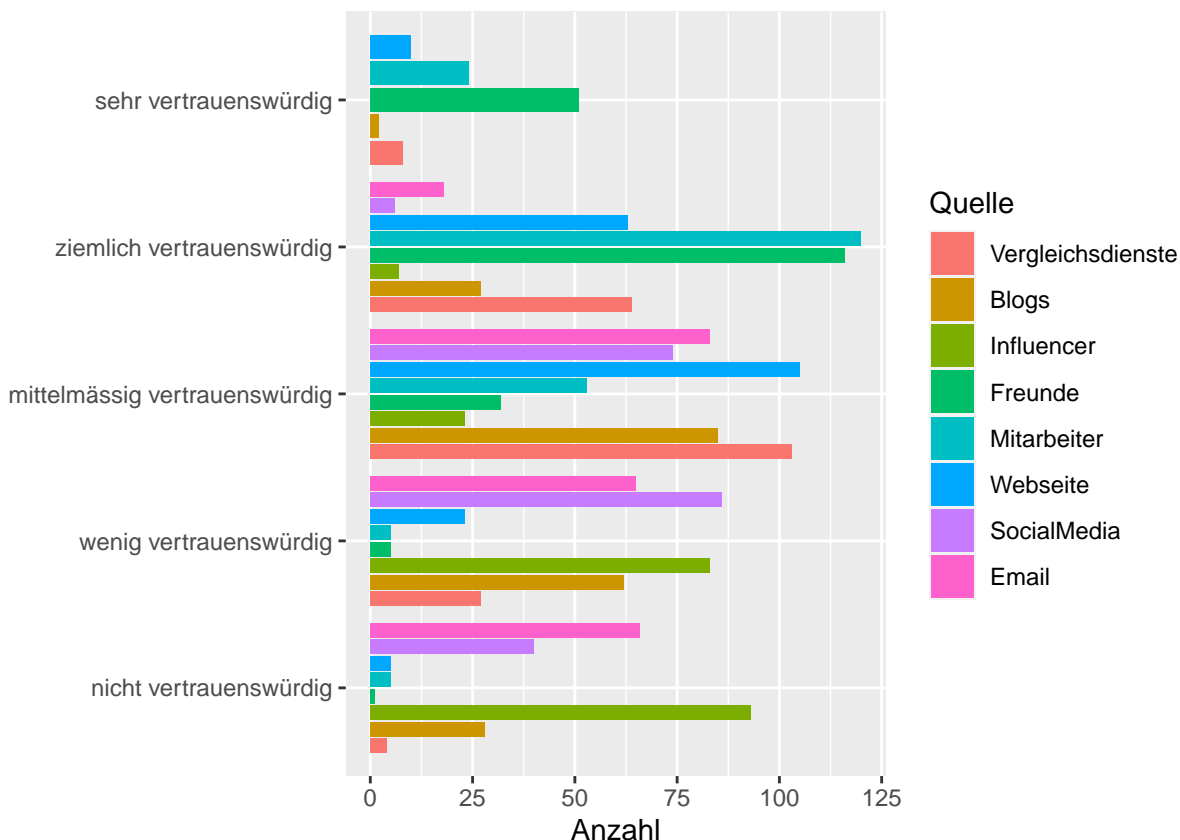




Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Vergleichsdienste	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Vergleichsdienste	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	weiblich	48.31% (43)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	43
3	Influencer	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	Influencer	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	43
4	Freunde	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	Freunde	weiblich	0.00% (0)	20.22% (18)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	61
5	Mitarbeiter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	Mitarbeiter	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	61
6	SocialMedia	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	SocialMedia	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	17.98% (16)	0.00% (0)	0.00% (0)	77
								0
								77
								0
						8.99% (8)		85
								0
								85
								0
							4.49% (4)	89

## Vertrauenswürdigkeit von Quellen

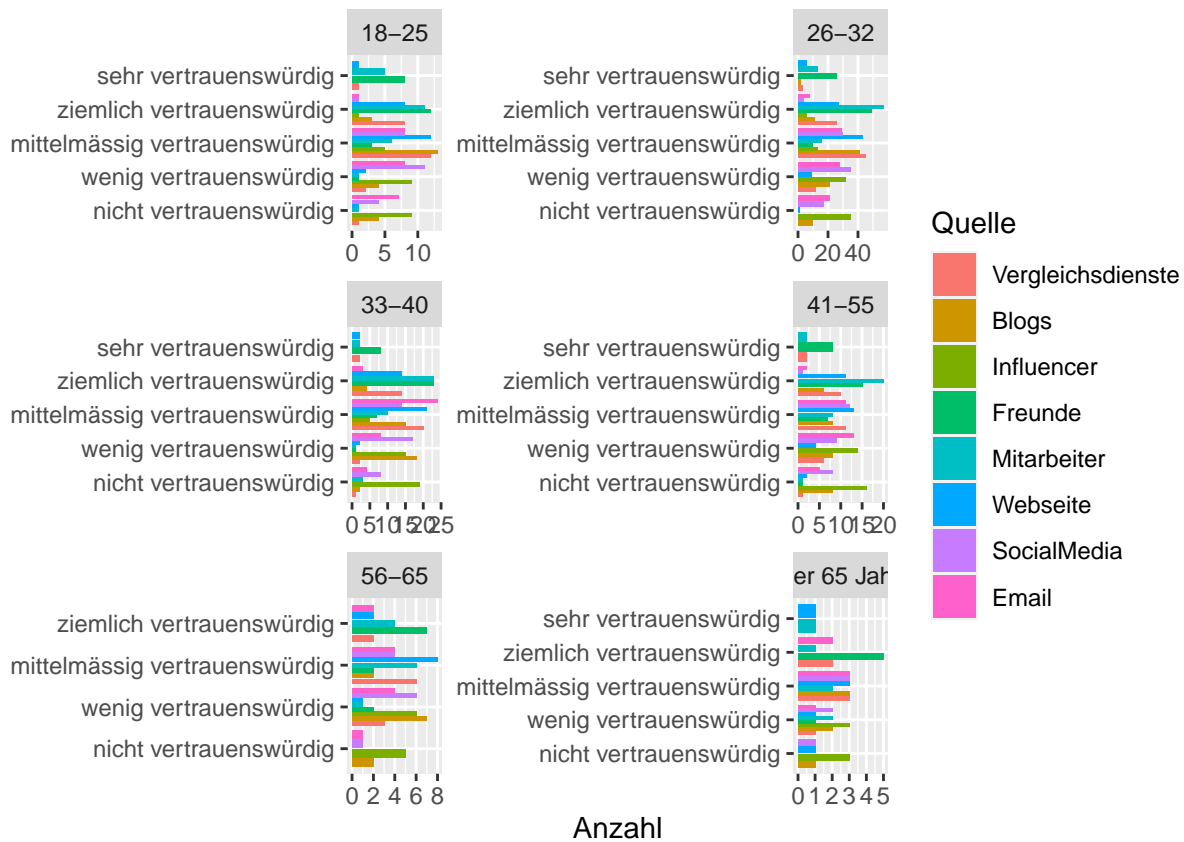
14 - Wie vertrauenswürdig stufen Sie nachfolgende Quellen ein, wenn Sie neue Produkte oder Dienstleistungen suchen?



Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Vergleichsdienste	1	5	3	3.22	0.79	3
2	Blogs	1	5	3	2.57	0.92	3
3	Influencer	1	4	1	1.73	0.79	2
4	Freunde	1	5	4	4.03	0.74	4
5	Mitarbeiter	1	5	4	3.74	0.79	4
6	Webseite	1	5	3	3.24	0.81	3
7	SocialMedia	1	4	2	2.22	0.79	2
8	Email	1	4	3	2.38	0.90	2

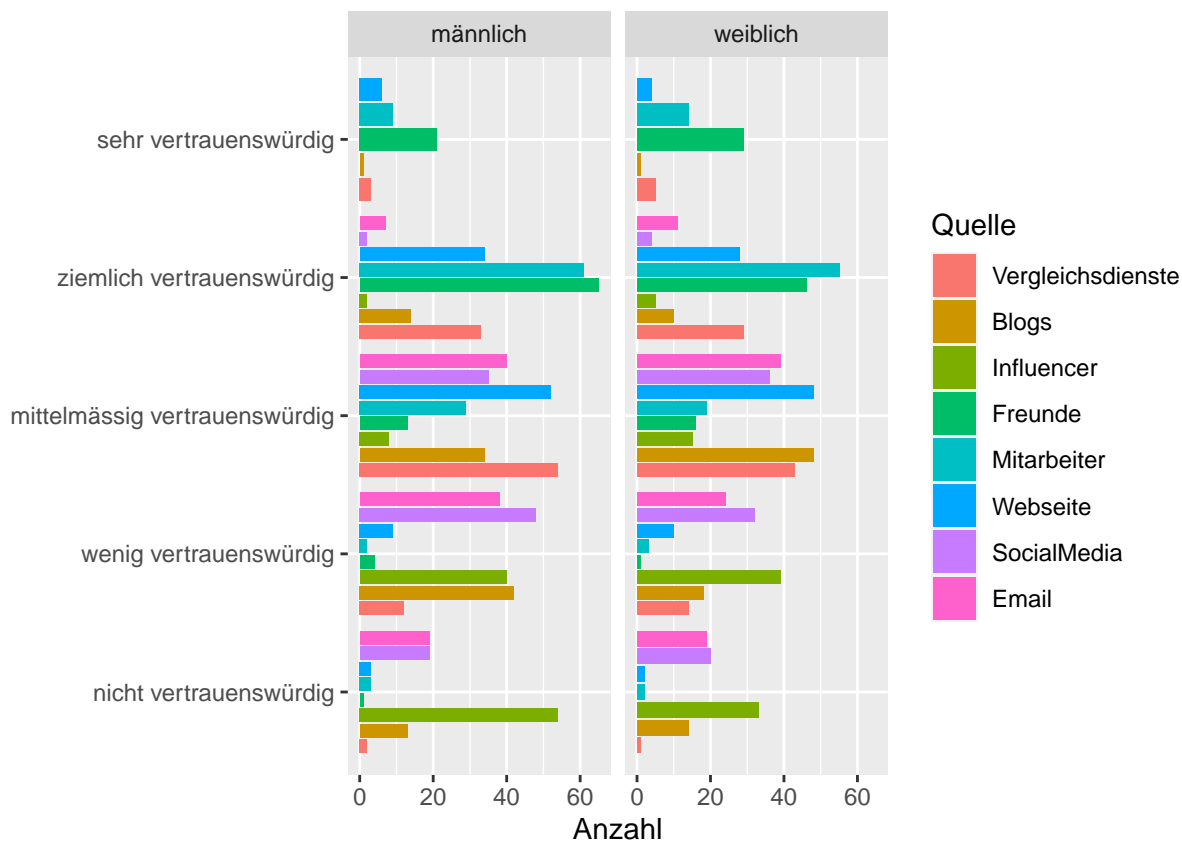
Nr	Feld	nicht vertr.	wenig vertr.	mittelmässig vertr.	ziemlich vertr.	sehr vertr.	Summe
1	Vergleichsdienste	1.72% (4)	11.64% (27)	44.4% (103)	27.59% (64)	3.45% (8)	206
2	Blogs	12.07% (28)	26.72% (62)	36.64% (85)	11.64% (27)	0.86% (2)	204
3	Influencer	40.09% (93)	35.78% (83)	9.91% (23)	3.02% (7)	0.00% (0)	206
4	Freunde	0.43% (1)	2.16% (5)	13.79% (32)	50% (116)	21.98% (51)	205
5	Mitarbeiter	2.16% (5)	2.16% (5)	22.84% (53)	51.72% (120)	10.34% (24)	207
6	Webseite	2.16% (5)	9.91% (23)	45.26% (105)	27.16% (63)	4.31% (10)	206
7	SocialMedia	17.24% (40)	37.07% (86)	31.9% (74)	2.59% (6)	0.00% (0)	206

Nr	Feld	nicht vertr.	wenig vertr.	mittelmässig vertr.	ziemlich vertr.	sehr vertr.	Summe
8	Email	17.24% (40)	28.02% (65)	35.78% (83)	7.76% (18)	0.00% (0)	206



Nr	Feld	Auspraegung	nicht vertr.	wenig vertr.	mittelmässig vertr.	ziemlich vertr.	sehr vertr.	S
1	Vergleichsdienste	18-25	4.17% (1)	8.33% (2)	50% (12)	33.33% (8)	4.17% (1)	2
1	Vergleichsdienste	26-32	0% (0)	13.95% (12)	52.33% (45)	30.23% (26)	3.49% (3)	8
1	Vergleichsdienste	33-40	2.56% (1)	5.13% (2)	51.28% (20)	35.9% (14)	5.13% (2)	3
1	Vergleichsdienste	41-55	6.45% (2)	19.35% (6)	35.48% (11)	32.26% (10)	6.45% (2)	3
1	Vergleichsdienste	56-65	0% (0)	27.27% (3)	54.55% (6)	18.18% (2)	0% (0)	1
1	Vergleichsdienste	über 65	0% (0)	16.67% (1)	50% (3)	33.33% (2)	0% (0)	6
2	Blogs	18-25	16.67% (4)	16.67% (4)	54.17% (13)	12.5% (3)	0% (0)	2
2	Blogs	26-32	11.76% (10)	24.71% (21)	48.24% (41)	12.94% (11)	2.35% (2)	8
2	Blogs	33-40	5.13% (2)	46.15% (18)	38.46% (15)	10.26% (4)	0% (0)	3
2	Blogs	41-55	26.67% (8)	26.67% (8)	26.67% (8)	20% (6)	0% (0)	3
2	Blogs	56-65	18.18% (2)	63.64% (7)	18.18% (2)	0% (0)	0% (0)	1
2	Blogs	über 65	16.67% (1)	33.33% (2)	50% (3)	0% (0)	0% (0)	6
3	Influencer	18-25	37.5% (9)	37.5% (9)	20.83% (5)	4.17% (1)	0.00% (0)	2
3	Influencer	26-32	40.7% (35)	37.21% (32)	15.12% (13)	6.98% (6)	0.00% (0)	8
3	Influencer	33-40	48.72% (19)	38.46% (15)	12.82% (5)	0% (0)	0.00% (0)	3
3	Influencer	41-55	54.84% (17)	45.16% (14)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	3
3	Influencer	56-65	45.45% (5)	54.55% (6)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	1
3	Influencer	über 65	50% (3)	50% (3)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
4	Freunde	18-25	0% (0)	4.17% (1)	12.5% (3)	50% (12)	33.33% (8)	2
4	Freunde	26-32	0% (0)	0% (0)	11.76% (10)	57.65% (49)	30.59% (26)	8

Nr	Feld	Auspraegung	nicht vertr.	wenig vertr.	mittelmässig vertr.	ziemlich vertr.	sehr vertr.	S
4	Freunde	33-40	0% (0)	2.56% (1)	17.95% (7)	58.97% (23)	20.51% (8)	3
4	Freunde	41-55	3.23% (1)	0% (0)	22.58% (7)	48.39% (15)	25.81% (8)	3
4	Freunde	56-65	0% (0)	18.18% (2)	18.18% (2)	63.64% (7)	0% (0)	1
4	Freunde	über 65	0% (0)	16.67% (1)	0% (0)	83.33% (5)	0% (0)	6
5	Mitarbeiter	18-25	4.17% (1)	4.17% (1)	25% (6)	45.83% (11)	20.83% (5)	2
5	Mitarbeiter	26-32	0% (0)	0% (0)	18.6% (16)	66.28% (57)	15.12% (13)	8
5	Mitarbeiter	33-40	7.69% (3)	2.56% (1)	25.64% (10)	58.97% (23)	5.13% (2)	3
5	Mitarbeiter	41-55	3.12% (1)	0% (0)	28.12% (9)	62.5% (20)	6.25% (2)	3
5	Mitarbeiter	56-65	0% (0)	9.09% (1)	54.55% (6)	36.36% (4)	0% (0)	1
5	Mitarbeiter	über 65	0% (0)	33.33% (2)	33.33% (2)	16.67% (1)	16.67% (1)	6
6	Webseite	18-25	4.17% (1)	8.33% (2)	50% (12)	33.33% (8)	4.17% (1)	2
6	Webseite	26-32	1.16% (1)	10.47% (9)	50% (43)	31.4% (27)	6.98% (6)	8
6	Webseite	33-40	0% (0)	5.13% (2)	53.85% (21)	35.9% (14)	5.13% (2)	3
6	Webseite	41-55	6.45% (2)	12.9% (4)	45.16% (14)	35.48% (11)	0% (0)	3
6	Webseite	56-65	0% (0)	9.09% (1)	72.73% (8)	18.18% (2)	0% (0)	1
6	Webseite	über 65	16.67% (1)	16.67% (1)	50% (3)	0% (0)	16.67% (1)	6
7	SocialMedia	18-25	16.67% (4)	45.83% (11)	33.33% (8)	4.17% (1)	0.00% (0)	2
7	SocialMedia	26-32	19.77% (17)	40.7% (35)	34.88% (30)	4.65% (4)	0.00% (0)	8
7	SocialMedia	33-40	20.51% (8)	43.59% (17)	35.9% (14)	0% (0)	0.00% (0)	3
7	SocialMedia	41-55	25.81% (8)	32.26% (10)	38.71% (12)	3.23% (1)	0.00% (0)	3
7	SocialMedia	56-65	9.09% (1)	54.55% (6)	36.36% (4)	0% (0)	0.00% (0)	1
7	SocialMedia	über 65	16.67% (1)	33.33% (2)	50% (3)	0% (0)	0.00% (0)	6
8	Email	18-25	29.17% (7)	33.33% (8)	33.33% (8)	4.17% (1)	0.00% (0)	2
8	Email	26-32	24.42% (21)	32.56% (28)	33.72% (29)	9.3% (8)	0.00% (0)	8
8	Email	33-40	10.26% (4)	20.51% (8)	61.54% (24)	7.69% (3)	0.00% (0)	3
8	Email	41-55	12.9% (4)	45.16% (14)	35.48% (11)	6.45% (2)	0.00% (0)	3
8	Email	56-65	9.09% (1)	36.36% (4)	36.36% (4)	18.18% (2)	0.00% (0)	1
8	Email	über 65	0% (0)	16.67% (1)	50% (3)	33.33% (2)	0.00% (0)	6



Nr	Feld	Ausprägung	nicht vertr.	wenig vertr.	mittelmässig vertr.	ziemlich vertr.	sehr vertr.	Summe
1	Vergleichsdienste	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Vergleichsdienste	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Blogs	weiblich	1.09% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
3	Influencer	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	Influencer	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
4	Freunde	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	Freunde	weiblich	0.00% (0)	15.22% (14)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	15
5	Mitarbeiter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	Mitarbeiter	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	15
6	Webseite	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	Webseite	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	46.74% (43)	0.00% (0)	0.00% (0)	58
7	SocialMedia	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
7	SocialMedia	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	58
8	Email	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
8	Email	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	31.52% (29)	0.00% (0)	87
								0
								87
								0
								5.43% (5)
								92

## Gründe Email\_Newsletter

15 - Aus welchen Gründen melden Sie sich für einen Email-Newsletter an?

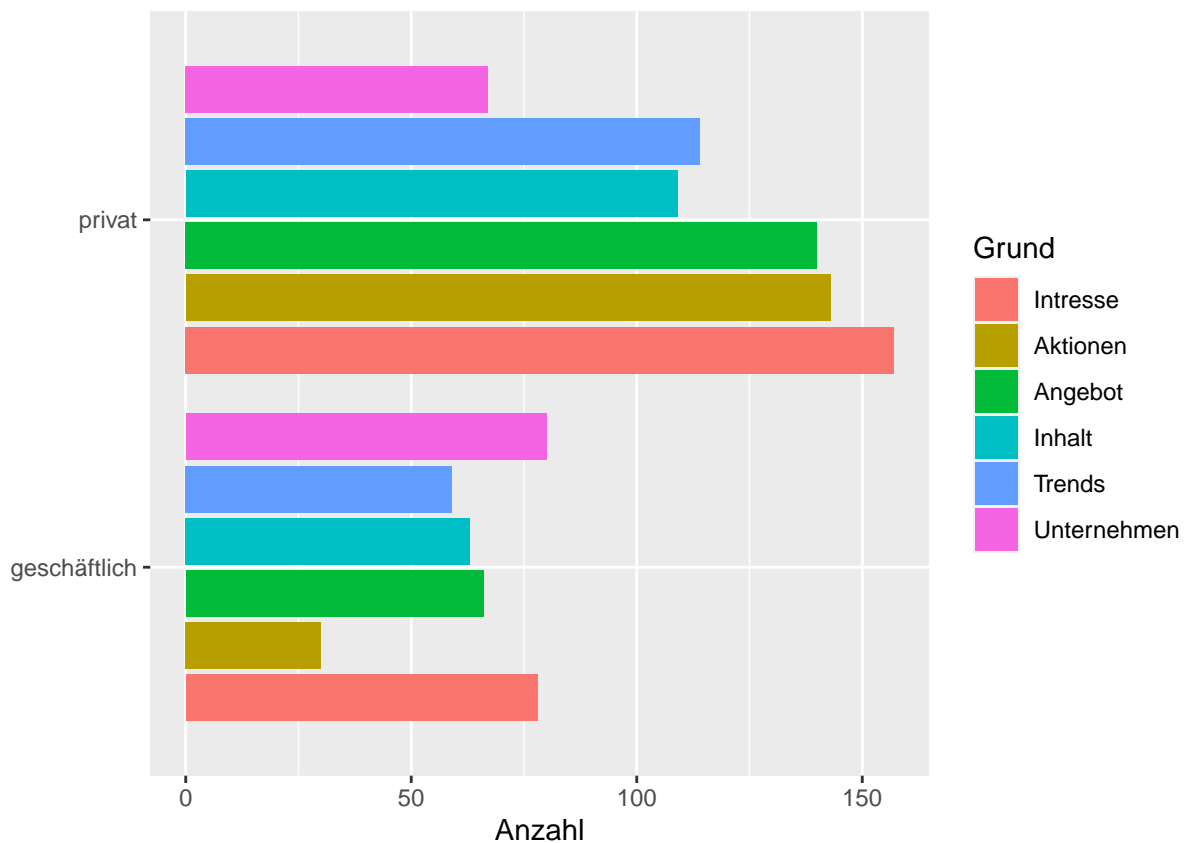
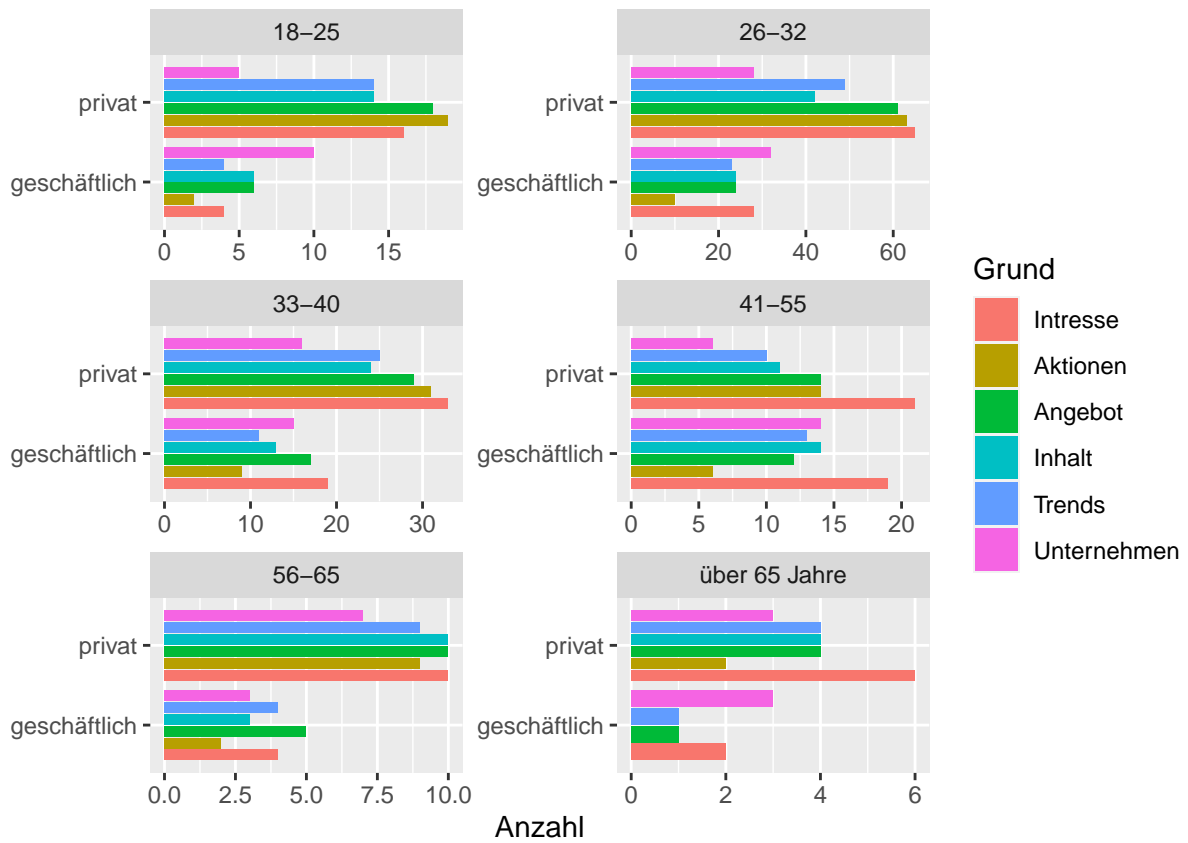


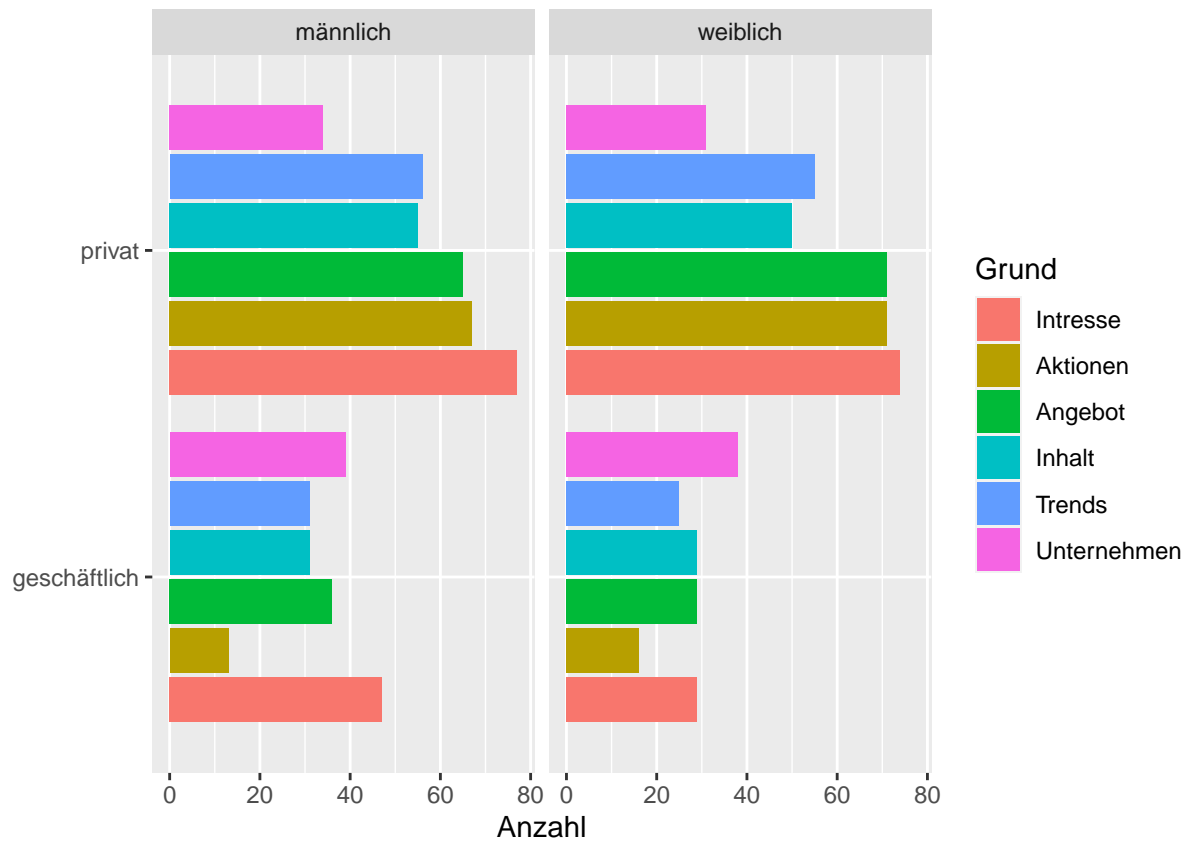
Table 67: privat

Nr	Feld	Email-Newsletter	Summe
1	Intresse	67.67% (157)	157
2	Aktionen	61.64% (143)	143
3	Angebot	60.34% (140)	140
4	Inhalt	46.98% (109)	109
5	Trends	49.14% (114)	114
6	Unternehmen	28.88% (67)	67

Table 68: geschäftlich

Nr	Feld	Email-Newsletter	Summe
1	Intresse	33.62% (78)	78
2	Aktionen	12.93% (30)	30
3	Angebot	28.45% (66)	66
4	Inhalt	27.16% (63)	63
5	Trends	25.43% (59)	59
6	Unternehmen	34.48% (80)	80

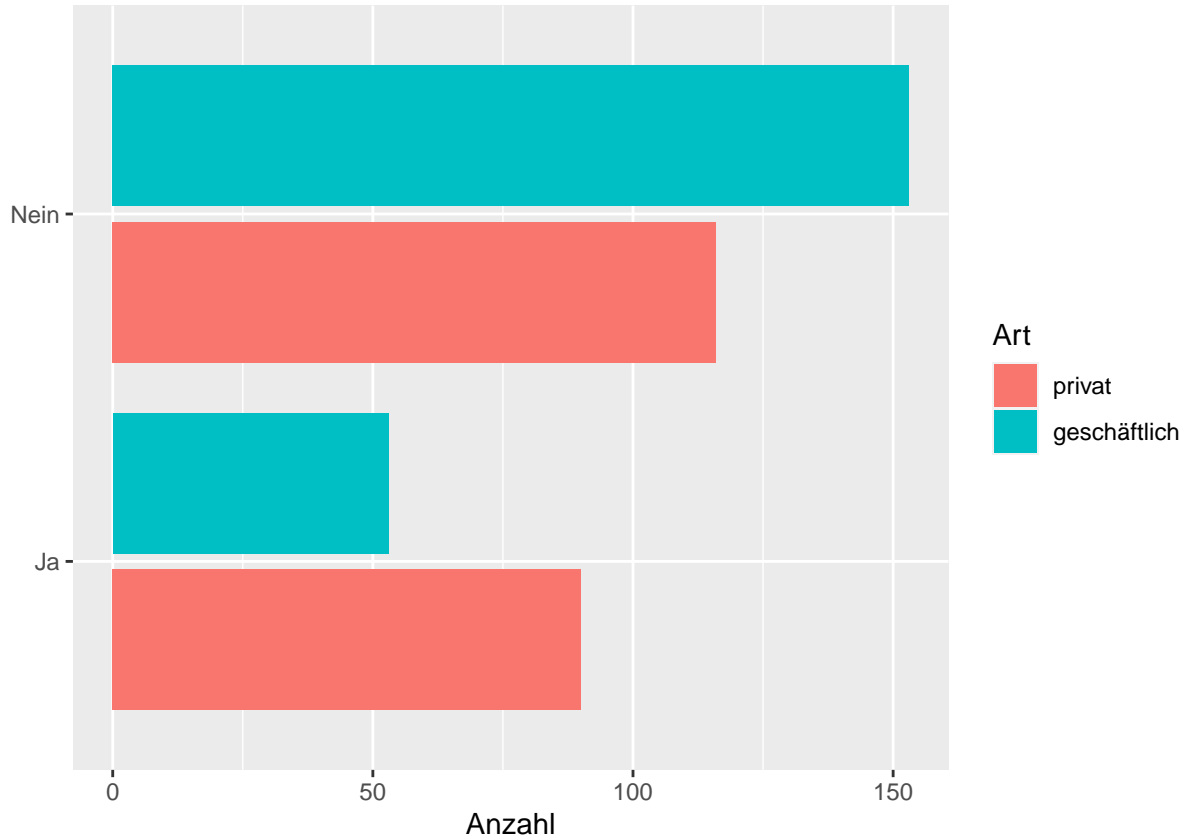






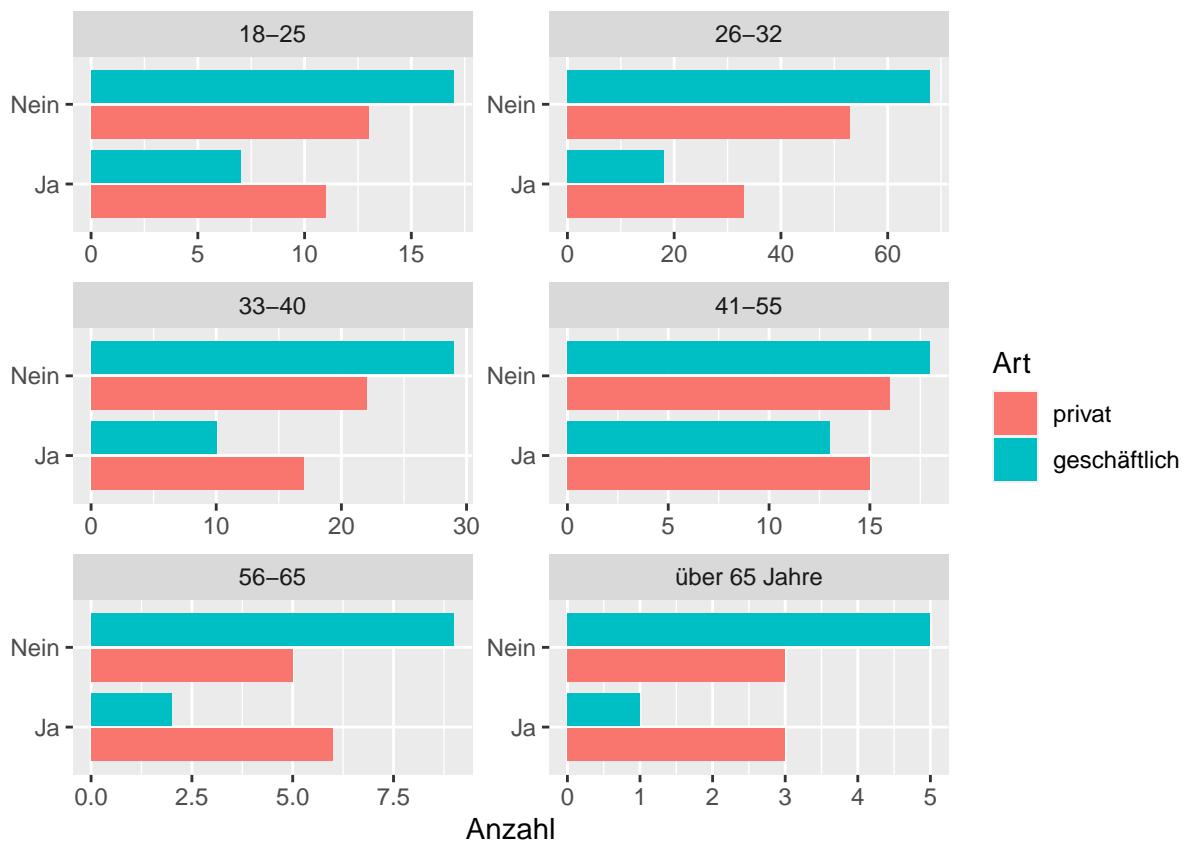
## Einkauf aufgrund eines nicht abonnierten Emails

16 - Haben Sie schon jemals ein Produkt oder eine Dienstleistung eingekauft, welche von einem nicht abonnierten Email-Newsletter kam?

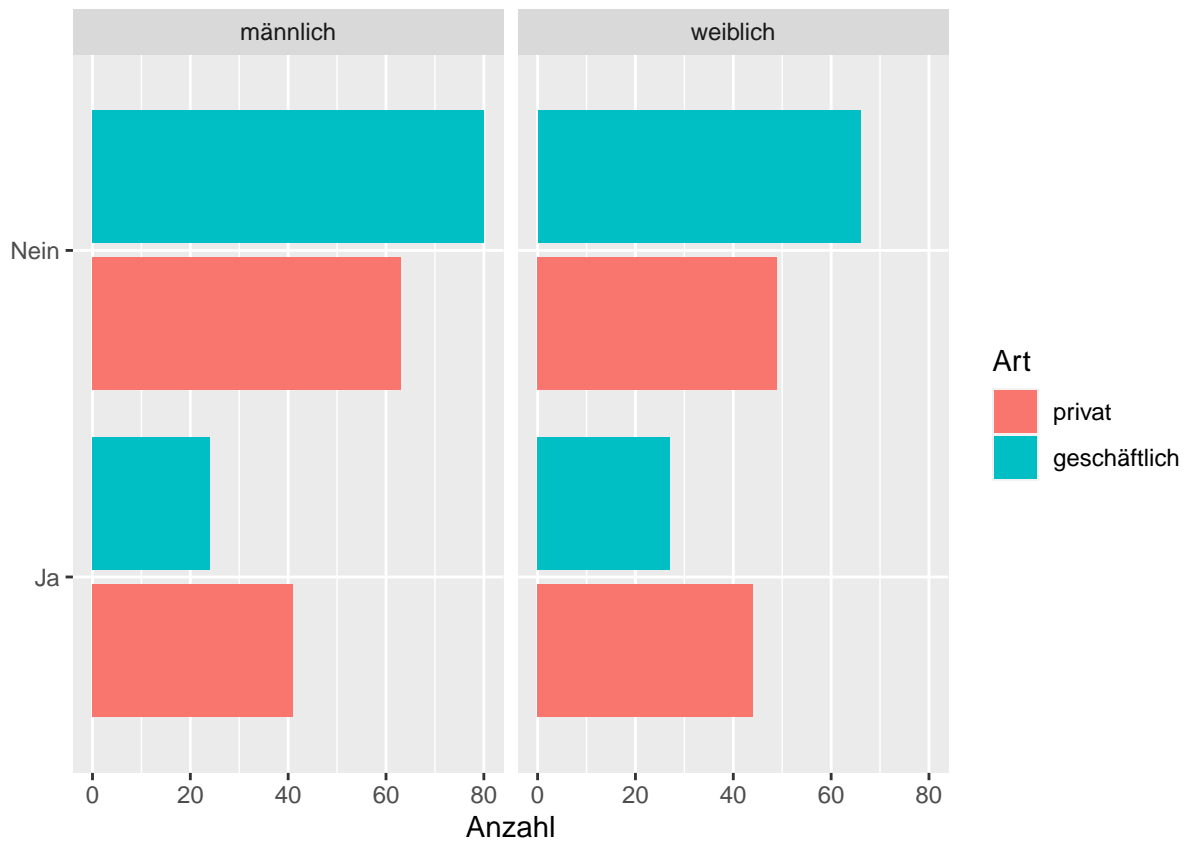


Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	privat	1	2	2	1.56	0.50	2
2	geschäftlich	1	2	2	1.74	0.44	2

Nr	Feld	Ja	Nein	Summe
1	privat	38.79% (90)	50% (116)	206
2	geschäftlich	22.84% (53)	65.95% (153)	206



Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
1	privat	18-25	45.83% (11)	54.17% (13)	24
1	privat	26-32	38.37% (33)	61.63% (53)	86
1	privat	33-40	43.59% (17)	56.41% (22)	39
1	privat	41-55	50% (16)	50% (16)	32
1	privat	56-65	54.55% (6)	45.45% (5)	11
1	privat	über 65	50% (3)	50% (3)	6
2	geschäftlich	18-25	29.17% (7)	70.83% (17)	24
2	geschäftlich	26-32	20.93% (18)	79.07% (68)	86
2	geschäftlich	33-40	25.64% (10)	74.36% (29)	39
2	geschäftlich	41-55	40.62% (13)	59.38% (19)	32
2	geschäftlich	56-65	18.18% (2)	81.82% (9)	11
2	geschäftlich	über 65	16.67% (1)	83.33% (5)	6



Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
1	privat	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	privat	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	geschäftlich	weiblich	47.31% (44)	0.00% (0)	44
					0
					44
					0
				52.69% (49)	93

## Bevorzugte Kommunikationsart

17 - Welche Kommunikationsarten bevorzugen Sie zwischen Ihnen und einem Unternehmen?(maximal 4)

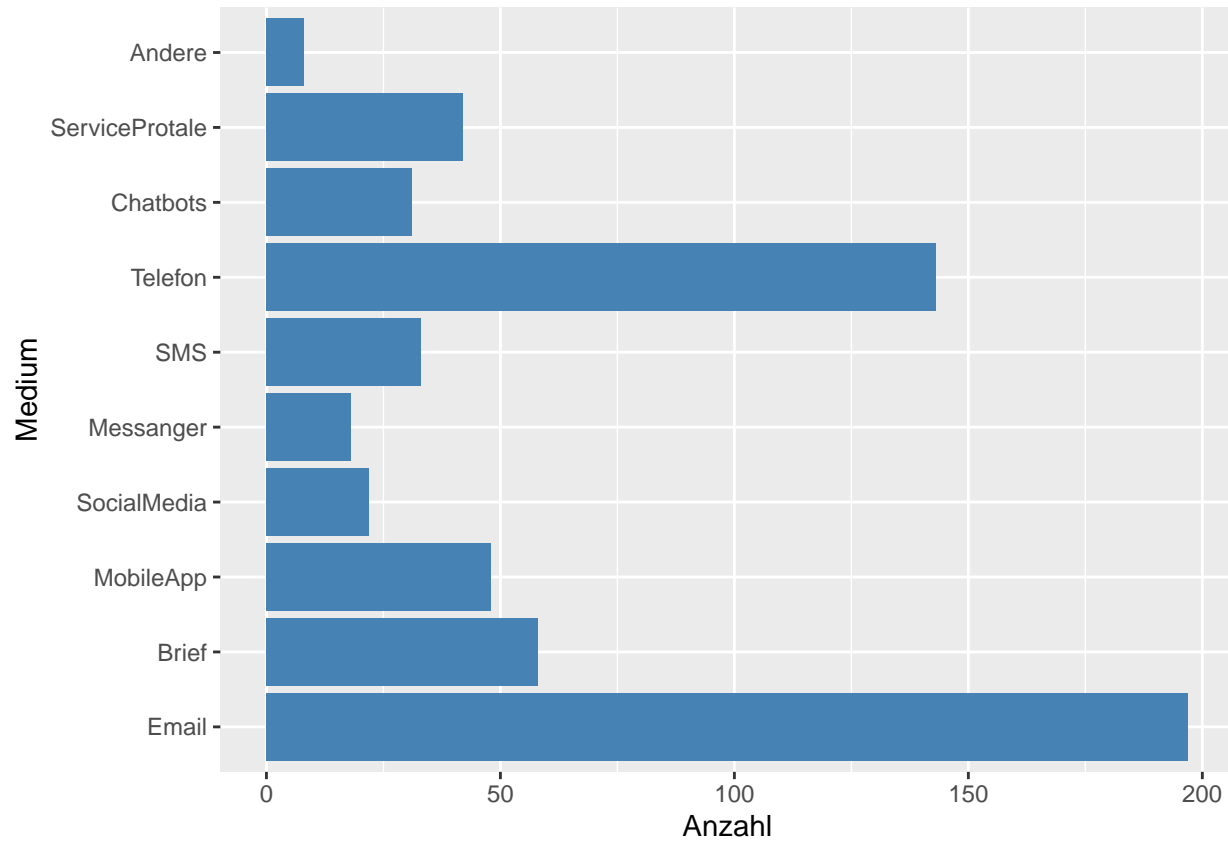
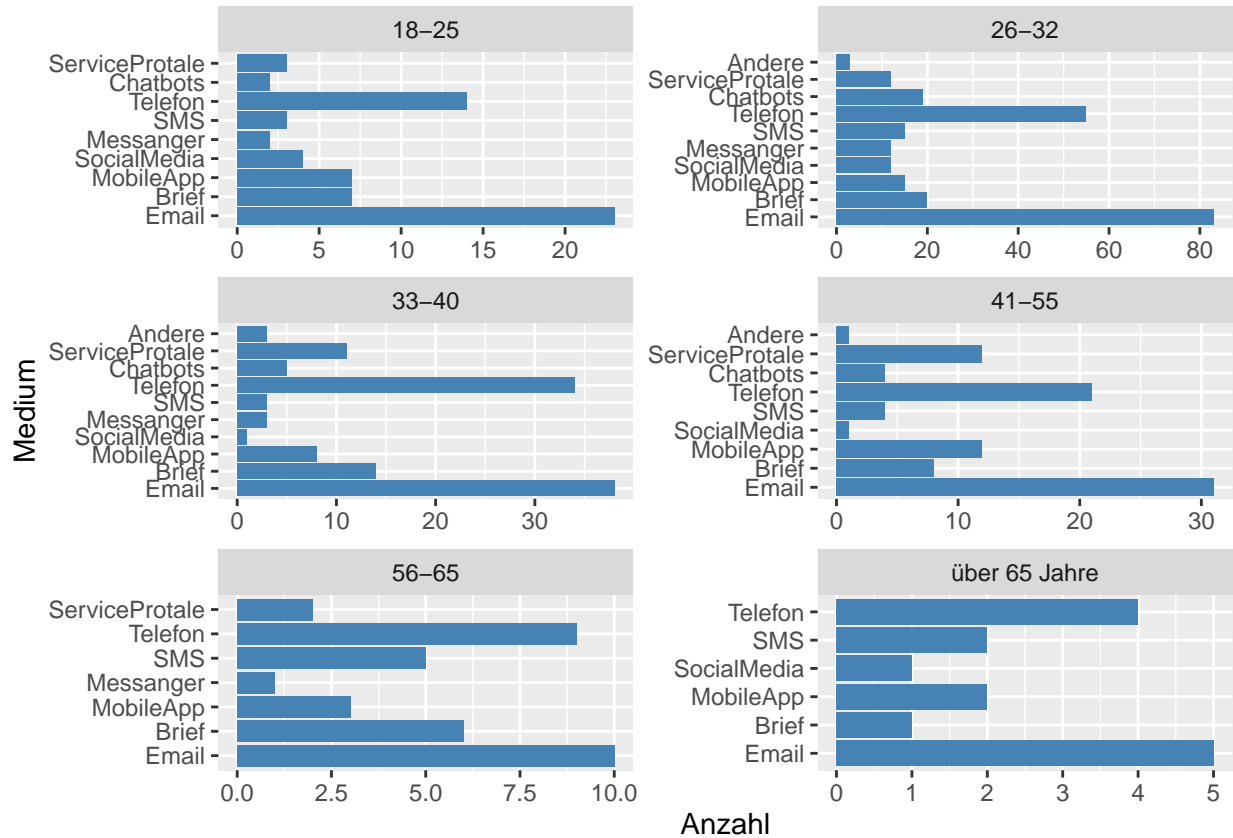


Table 73: privat

AndereText
Face to face
Website
Jira/Slack
WhatsApp
Pers"nlich
Keine
pers"nliche Treffen
Physisch

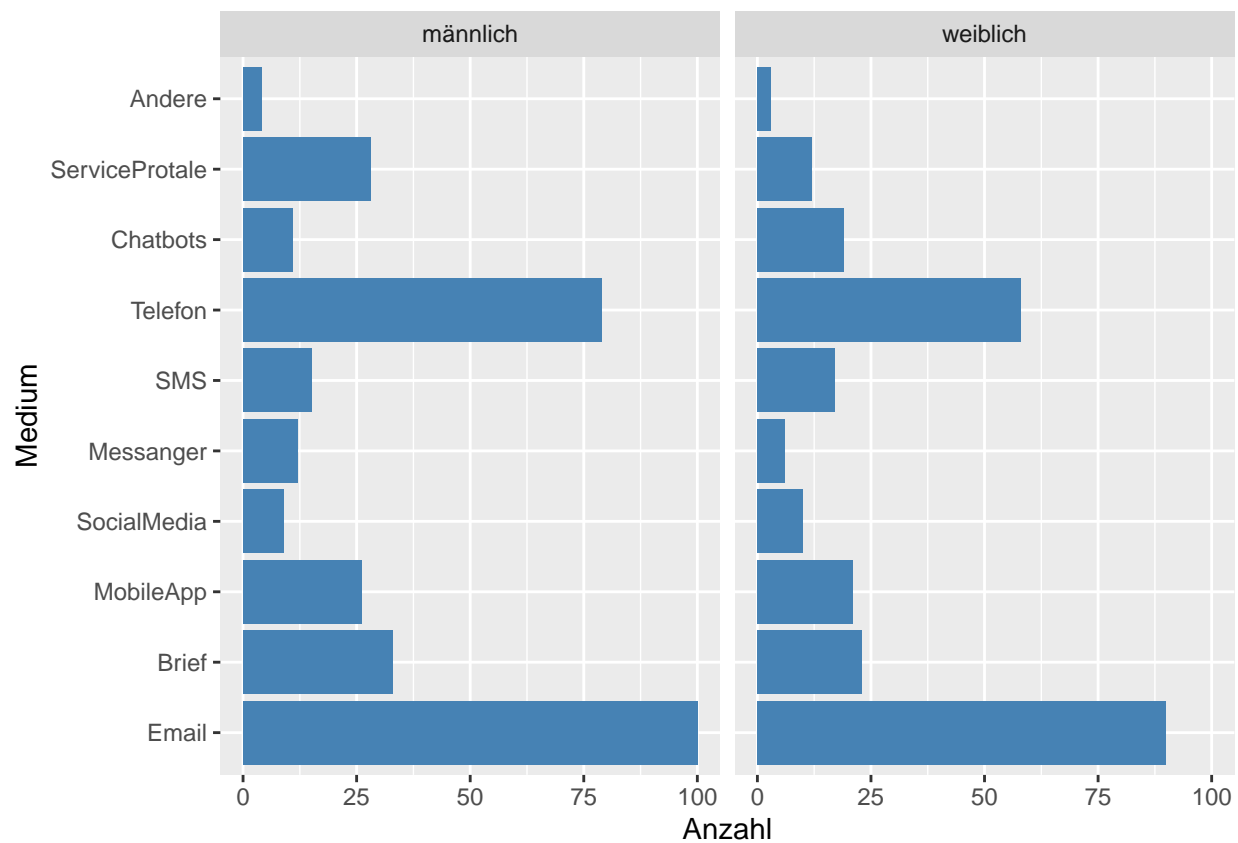
Nr	Feld	Antwortanzahl
1	Email	(197)
2	Brief	(58)
3	MobileApp	(48)
4	SocialMedia	(22)
5	Messenger	(18)

Nr	Feld	Antwortanzahl
1	SMS	(33)
2	Telefon	(143)
3	Chatbots	(31)
4	ServiceProtale	(42)
5	Andere	(8)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Email	18-25	(23)
1	Email	26-32	(83)
1	Email	33-40	(38)
1	Email	41-55	(31)
1	Email	56-65	(10)
1	Email	über 65	(5)
2	Brief	18-25	(7)
2	Brief	26-32	(20)
2	Brief	33-40	(14)
2	Brief	41-55	(8)
2	Brief	56-65	(6)
2	Brief	über 65	(1)
3	MobileApp	18-25	(7)
3	MobileApp	26-32	(15)
3	MobileApp	33-40	(8)
3	MobileApp	41-55	(12)

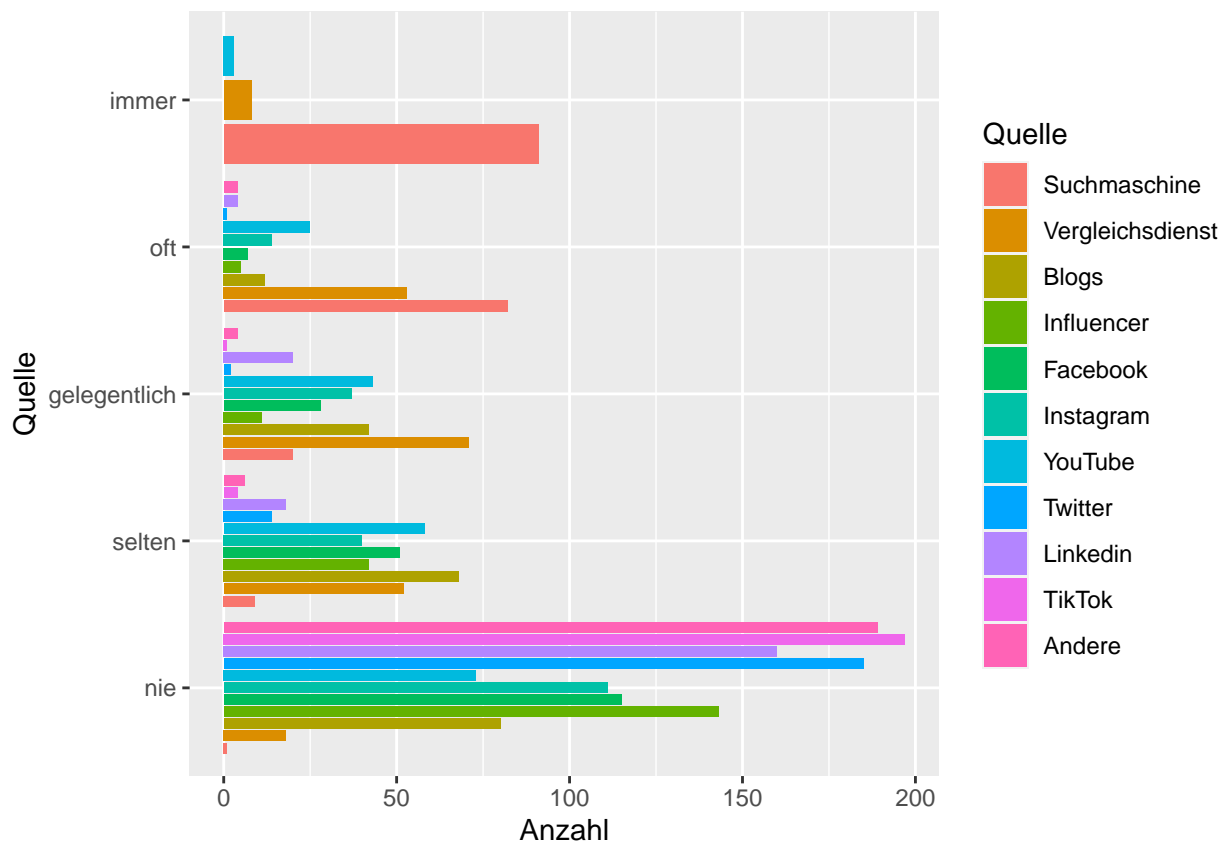
Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
3	MobileApp	56-65	(3)
3	MobileApp	über 65	(2)
4	SocialMedia	18-25	(4)
4	SocialMedia	26-32	(12)
4	SocialMedia	33-40	(1)
4	SocialMedia	41-55	(1)
4	SocialMedia	56-65	(0)
4	SocialMedia	über 65	(1)
5	Messenger	18-25	(2)
5	Messenger	26-32	(12)
5	Messenger	33-40	(3)
5	Messenger	41-55	(0)
5	Messenger	56-65	(1)
5	Messenger	über 65	(0)
6	SMS	18-25	(3)
6	SMS	26-32	(15)
6	SMS	33-40	(3)
6	SMS	41-55	(4)
6	SMS	56-65	(5)
6	SMS	über 65	(2)
7	Telefon	18-25	(14)
7	Telefon	26-32	(55)
7	Telefon	33-40	(34)
7	Telefon	41-55	(22)
7	Telefon	56-65	(9)
7	Telefon	über 65	(4)
8	Chatbots	18-25	(2)
8	Chatbots	26-32	(19)
8	Chatbots	33-40	(5)
8	Chatbots	41-55	(4)
8	Chatbots	56-65	(0)
8	Chatbots	über 65	(0)
9	ServiceProtale	18-25	(3)
9	ServiceProtale	26-32	(12)
9	ServiceProtale	33-40	(11)
9	ServiceProtale	41-55	(12)
9	ServiceProtale	56-65	(2)
9	ServiceProtale	über 65	(0)
10	Andere	18-25	(0)
10	Andere	26-32	(3)
10	Andere	33-40	(3)
10	Andere	41-55	(1)
10	Andere	56-65	(0)
10	Andere	über 65	(0)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Email	männlich	(0)
1	Email	weiblich	(0)
2	Brief	männlich	(90)
2	Brief	weiblich	(0)
3	MobileApp	männlich	(0)
3	MobileApp	weiblich	(0)
4	SocialMedia	männlich	(0)
4	SocialMedia	weiblich	(0)
5	Messenger	männlich	(0)
5	Messenger	weiblich	(0)
6	SMS	männlich	(0)
6	SMS	weiblich	(0)
7	Telefon	männlich	(0)
7	Telefon	weiblich	(0)
8	Chatbots	männlich	(0)
8	Chatbots	weiblich	(0)
9	ServiceProtale	männlich	(0)
9	ServiceProtale	weiblich	(0)
10	Andere	männlich	(0)
10	Andere	weiblich	(0)

## Quellen verwendung um Angebote zu suchen

18 - Wie häufig verwenden Sie die folgenden Quellen, um neue Produkte oder Dienstleistungen zu suchen?



AndereText

Keine

Freunde

Zeitung, Magazine, Prospekte

Pinterest

Pinterest

Netzwerk

Digitec, Reddit, News-Portale

Empfehlungen von Freunden

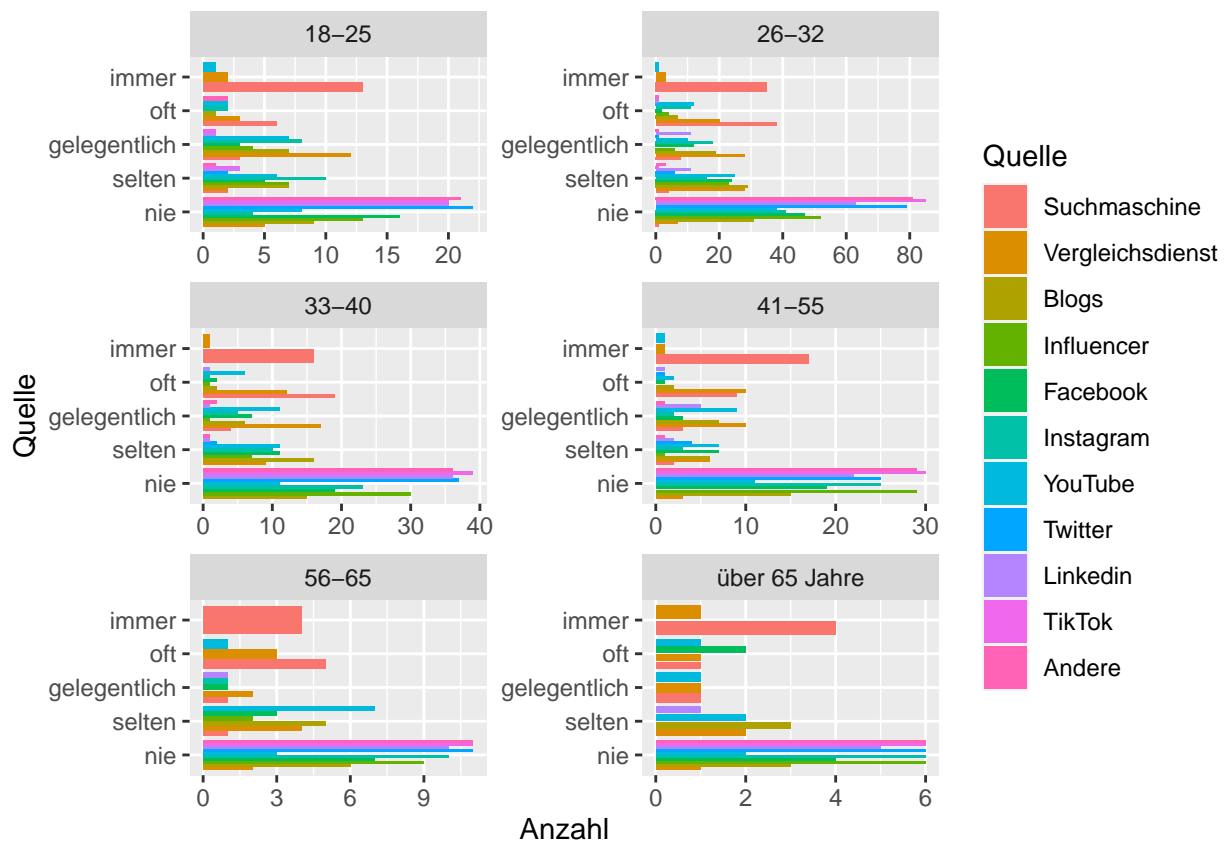
Xing

Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Suchmaschine	1	5	5	4.25	0.84	4
2	Vergleichsdienst	1	5	3	2.91	1.02	3
3	Blogs	1	4	1	1.93	0.92	2
4	Influencer	1	4	1	1.39	0.71	1
5	Facebook	1	4	1	1.64	0.85	1
6	Instagram	1	4	1	1.77	0.98	1



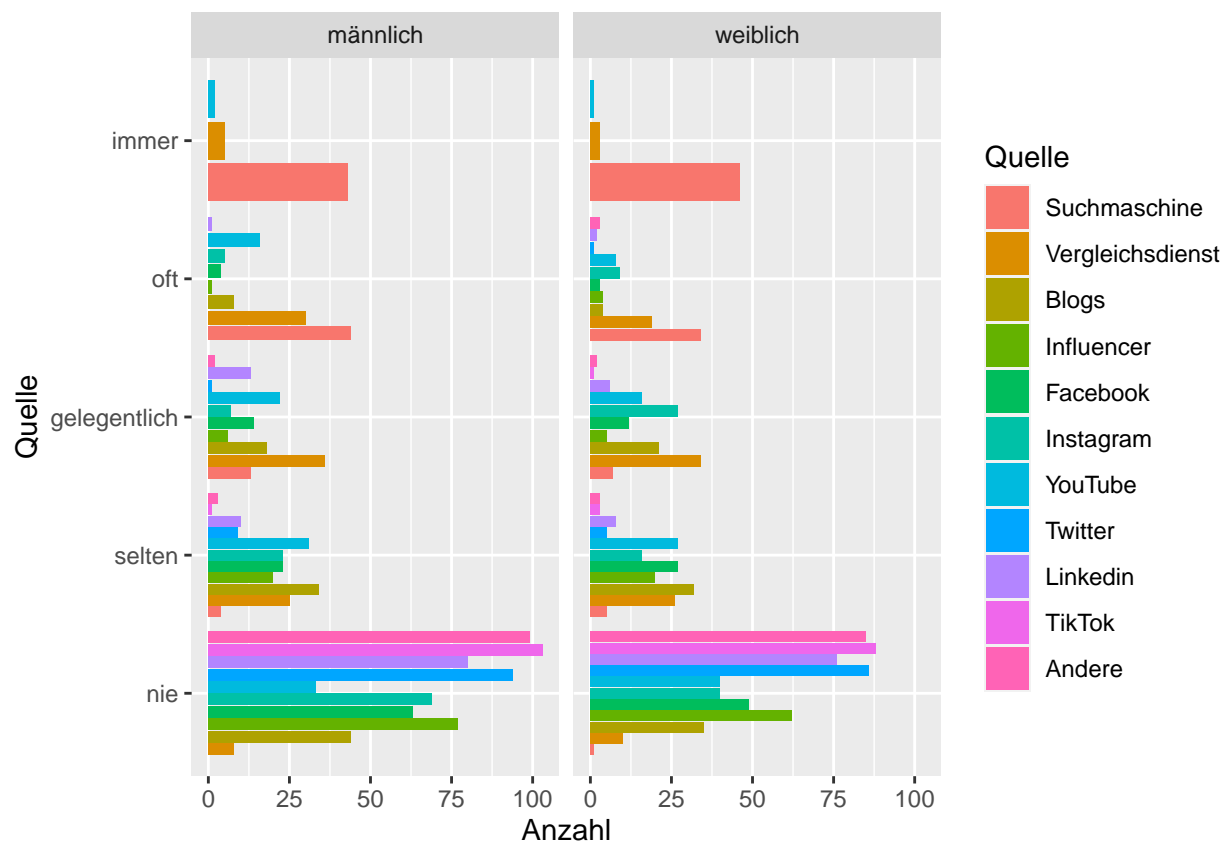
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
7	YouTube	1	5	1	2.14	1.09	2
8	Twitter	1	4	1	1.10	0.38	1
9	Linkedin	1	4	1	1.35	0.74	1
10	TikTok	1	3	1	1.03	0.20	1
11	Andere	1	4	1	1.13	0.52	1

Nr	Feld	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Suchmaschine	0.43% (1)	3.88% (9)	8.62% (20)	35.34% (82)	39.22% (91)	203
2	Vergleichsdienst	7.76% (18)	22.41% (52)	30.6% (71)	22.84% (53)	3.45% (8)	202
3	Blogs	34.48% (80)	29.31% (68)	18.1% (42)	5.17% (12)	0.00% (0)	202
4	Influencer	61.64% (143)	18.1% (42)	4.74% (11)	2.16% (5)	0.00% (0)	201
5	Facebook	49.57% (115)	21.98% (51)	12.07% (28)	3.02% (7)	0.00% (0)	201
6	Instagram	47.84% (111)	17.24% (40)	15.95% (37)	6.03% (14)	0.00% (0)	202
7	YouTube	31.47% (73)	25% (58)	18.53% (43)	10.78% (25)	1.29% (3)	202
8	Twitter	79.74% (185)	6.03% (14)	0.86% (2)	0.43% (1)	0.00% (0)	202
9	Linkedin	68.97% (160)	7.76% (18)	8.62% (20)	1.72% (4)	0.00% (0)	202
10	TikTok	84.91% (197)	1.72% (4)	0.43% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	202
11	Andere	81.47% (189)	2.59% (6)	1.72% (4)	1.72% (4)	0.00% (0)	203



Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Suchmaschine	18-25	0% (0)	8.33% (2)	12.5% (3)	25% (6)	54.17% (13)	24
1	Suchmaschine	26-32	1.16% (1)	4.65% (4)	9.3% (8)	44.19% (38)	40.7% (35)	86
1	Suchmaschine	33-40	0% (0)	0% (0)	10.26% (4)	48.72% (19)	41.03% (16)	39
1	Suchmaschine	41-55	0% (0)	6.25% (2)	9.38% (3)	31.25% (10)	53.12% (17)	32
1	Suchmaschine	56-65	0% (0)	9.09% (1)	9.09% (1)	45.45% (5)	36.36% (4)	11
1	Suchmaschine	über 65	0% (0)	0% (0)	16.67% (1)	16.67% (1)	66.67% (4)	6
2	Vergleichsdienst	18-25	20.83% (5)	8.33% (2)	50% (12)	12.5% (3)	8.33% (2)	24
2	Vergleichsdienst	26-32	8.14% (7)	32.56% (28)	32.56% (28)	23.26% (20)	3.49% (3)	86
2	Vergleichsdienst	33-40	0% (0)	23.08% (9)	43.59% (17)	30.77% (12)	2.56% (1)	39
2	Vergleichsdienst	41-55	9.68% (3)	22.58% (7)	32.26% (10)	32.26% (10)	3.23% (1)	31
2	Vergleichsdienst	56-65	18.18% (2)	36.36% (4)	18.18% (2)	27.27% (3)	0% (0)	11
2	Vergleichsdienst	über 65	16.67% (1)	33.33% (2)	16.67% (1)	16.67% (1)	16.67% (1)	6
3	Blogs	18-25	37.5% (9)	29.17% (7)	29.17% (7)	4.17% (1)	0.00% (0)	24
3	Blogs	26-32	36.05% (31)	33.72% (29)	22.09% (19)	8.14% (7)	0.00% (0)	86
3	Blogs	33-40	38.46% (15)	41.03% (16)	15.38% (6)	5.13% (2)	0.00% (0)	39
3	Blogs	41-55	48.39% (15)	22.58% (7)	22.58% (7)	6.45% (2)	0.00% (0)	31
3	Blogs	56-65	54.55% (6)	45.45% (5)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	11
3	Blogs	über 65	50% (3)	50% (3)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
4	Influencer	18-25	54.17% (13)	29.17% (7)	16.67% (4)	0% (0)	0.00% (0)	24
4	Influencer	26-32	61.18% (52)	27.06% (23)	7.06% (6)	4.71% (4)	0.00% (0)	85
4	Influencer	33-40	76.92% (30)	17.95% (7)	2.56% (1)	2.56% (1)	0.00% (0)	39
4	Influencer	41-55	96.77% (30)	3.23% (1)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	31
4	Influencer	56-65	81.82% (9)	18.18% (2)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	11
4	Influencer	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
5	Facebook	18-25	66.67% (16)	20.83% (5)	12.5% (3)	0% (0)	0.00% (0)	24
5	Facebook	26-32	55.29% (47)	28.24% (24)	14.12% (12)	2.35% (2)	0.00% (0)	85
5	Facebook	33-40	48.72% (19)	28.21% (11)	17.95% (7)	5.13% (2)	0.00% (0)	39
5	Facebook	41-55	64.52% (20)	22.58% (7)	9.68% (3)	3.23% (1)	0.00% (0)	31
5	Facebook	56-65	63.64% (7)	27.27% (3)	9.09% (1)	0% (0)	0.00% (0)	11
5	Facebook	über 65	66.67% (4)	0% (0)	0% (0)	33.33% (2)	0.00% (0)	6
6	Instagram	18-25	16.67% (4)	41.67% (10)	33.33% (8)	8.33% (2)	0.00% (0)	24
6	Instagram	26-32	47.67% (41)	18.6% (16)	20.93% (18)	12.79% (11)	0.00% (0)	86
6	Instagram	33-40	58.97% (23)	25.64% (10)	12.82% (5)	2.56% (1)	0.00% (0)	39
6	Instagram	41-55	83.87% (26)	9.68% (3)	6.45% (2)	0% (0)	0.00% (0)	31
6	Instagram	56-65	90.91% (10)	0% (0)	9.09% (1)	0% (0)	0.00% (0)	11
6	Instagram	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
7	YouTube	18-25	33.33% (8)	25% (6)	29.17% (7)	8.33% (2)	4.17% (1)	24
7	YouTube	26-32	44.19% (38)	29.07% (25)	11.63% (10)	13.95% (12)	1.16% (1)	86
7	YouTube	33-40	28.21% (11)	28.21% (11)	28.21% (11)	15.38% (6)	0% (0)	39
7	YouTube	41-55	35.48% (11)	22.58% (7)	32.26% (10)	6.45% (2)	3.23% (1)	31
7	YouTube	56-65	27.27% (3)	63.64% (7)	0% (0)	9.09% (1)	0% (0)	11
7	YouTube	über 65	33.33% (2)	33.33% (2)	16.67% (1)	16.67% (1)	0% (0)	6
8	Twitter	18-25	91.67% (22)	8.33% (2)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	24
8	Twitter	26-32	91.86% (79)	6.98% (6)	1.16% (1)	0% (0)	0.00% (0)	86
8	Twitter	33-40	94.87% (37)	5.13% (2)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	39
8	Twitter	41-55	83.87% (26)	12.9% (4)	0% (0)	3.23% (1)	0.00% (0)	31
8	Twitter	56-65	100% (11)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	11
8	Twitter	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
9	Linkedin	18-25	83.33% (20)	12.5% (3)	4.17% (1)	0% (0)	0.00% (0)	24
9	Linkedin	26-32	73.26% (63)	12.79% (11)	12.79% (11)	1.16% (1)	0.00% (0)	86
9	Linkedin	33-40	92.31% (36)	2.56% (1)	2.56% (1)	2.56% (1)	0.00% (0)	39
9	Linkedin	41-55	74.19% (23)	6.45% (2)	16.13% (5)	3.23% (1)	0.00% (0)	31

Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
9	Linkedin	56-65	90.91% (10)	0% (0)	9.09% (1)	0% (0)	0.00% (0)	11
9	Linkedin	über 65	83.33% (5)	16.67% (1)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6
10	TikTok	18-25	83.33% (20)	12.5% (3)	4.17% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	24
10	TikTok	26-32	98.84% (85)	1.16% (1)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	86
10	TikTok	33-40	100% (39)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	39
10	TikTok	41-55	100% (31)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	31
10	TikTok	56-65	100% (11)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	11
10	TikTok	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
11	Andere	18-25	87.5% (21)	4.17% (1)	0% (0)	8.33% (2)	0.00% (0)	24
11	Andere	26-32	94.19% (81)	3.49% (3)	1.16% (1)	1.16% (1)	0.00% (0)	86
11	Andere	33-40	92.31% (36)	2.56% (1)	5.13% (2)	0% (0)	0.00% (0)	39
11	Andere	41-55	90.62% (29)	3.12% (1)	3.12% (1)	3.12% (1)	0.00% (0)	32
11	Andere	56-65	100% (11)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	11
11	Andere	über 65	100% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0.00% (0)	6

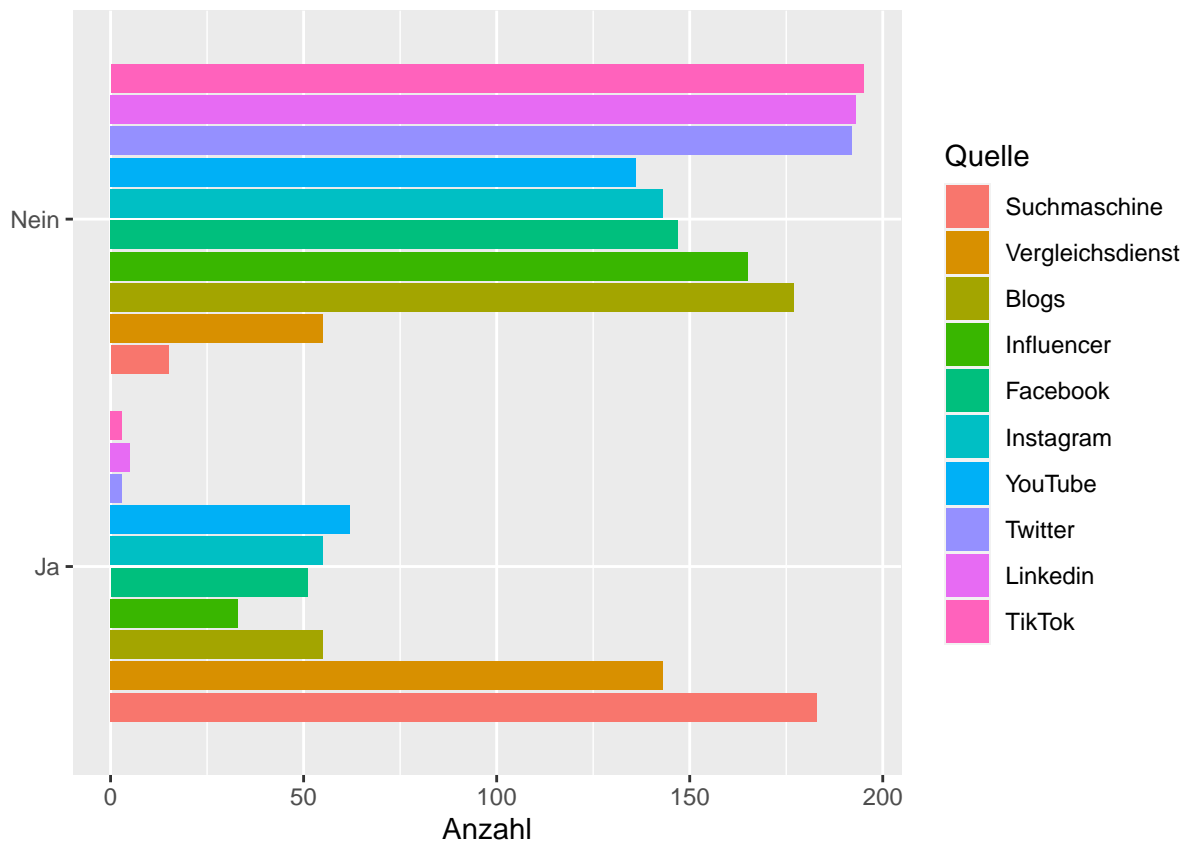


Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
1	Suchmaschine	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Suchmaschine	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Vergleichsdienst	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Vergleichsdienst	weiblich	1.08% (1)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
3	Blogs	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	Blogs	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	1
4	Influencer	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0

Nr	Feld	Auspraegung	nie	selten	gelegentlich	oft	immer	Summe
4	Influencer	weiblich	0.00% (0)	5.38% (5)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
5	Facebook	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
5	Facebook	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	6
6	Instagram	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
6	Instagram	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	7.53% (7)	0.00% (0)	0.00% (0)	13
7	YouTube	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
7	YouTube	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	13
8	Twitter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
8	Twitter	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	36.56% (34)	0.00% (0)	47
9	Linkedin	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
9	Linkedin	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	47
10	TikTok	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0
10	TikTok	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	49.46% (46)	93
11	Andere	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
11	Andere	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)

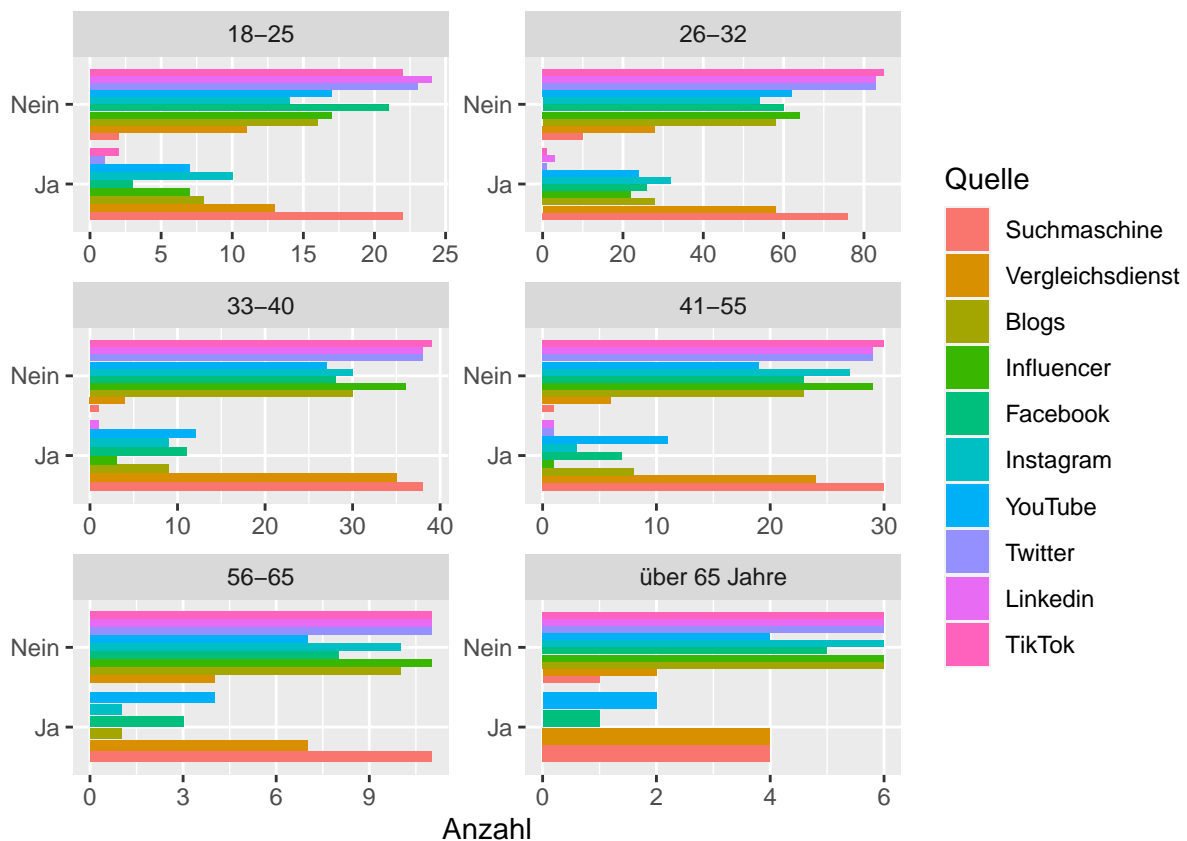
## Einkauf aufgrund von Quellen

19 - Haben Sie bereits Produkte oder Dienstleistungen eingekauft aufgrund folgender Quellen?



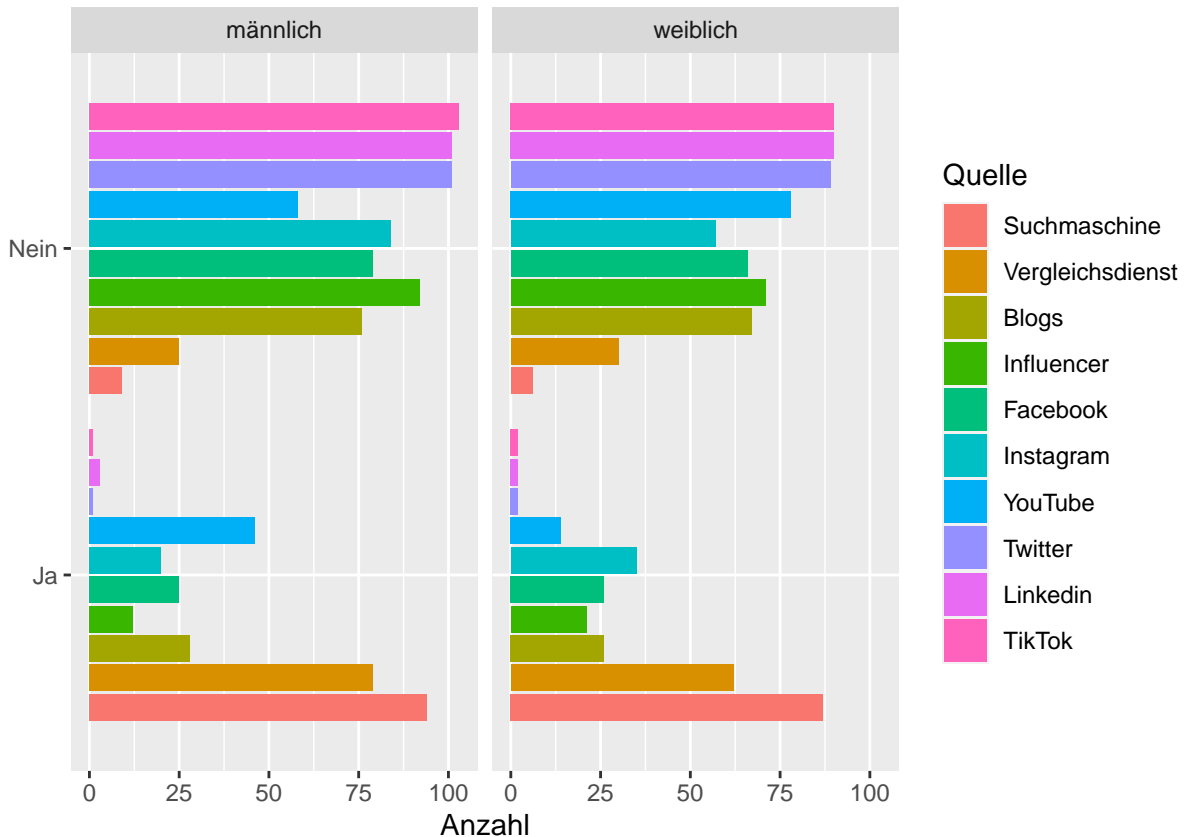
Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Suchmaschine	1	2	1	1.08	0.27	1
2	Vergleichsdienst	1	2	1	1.28	0.45	1
3	Blogs	1	2	2	1.72	0.45	2
4	Influencer	1	2	2	1.83	0.37	2
5	Facebook	1	2	2	1.74	0.44	2
6	Instagram	1	2	2	1.72	0.45	2
7	YouTube	1	2	2	1.69	0.46	2
8	Twitter	1	2	2	1.98	0.12	2
9	Linkedin	1	2	2	1.97	0.16	2
10	TikTok	1	2	2	1.98	0.12	2

Nr	Feld	Ja	Nein	Summe
1	Suchmaschine	78.88% (183)	6.47% (15)	198
2	Vergleichsdienst	61.64% (143)	23.71% (55)	198
3	Blogs	23.71% (55)	61.64% (143)	198
4	Influencer	14.22% (33)	71.12% (165)	198
5	Facebook	21.98% (51)	63.36% (147)	198
6	Instagram	23.71% (55)	61.64% (143)	198
7	YouTube	26.72% (62)	58.62% (136)	198
8	Twitter	1.29% (3)	82.76% (192)	195
9	Linkedin	2.16% (5)	83.19% (193)	198
10	TikTok	1.29% (3)	84.05% (195)	198



Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
1	Suchmaschine	18-25	91.67% (22)	8.33% (2)	24
1	Suchmaschine	26-32	88.37% (76)	11.63% (10)	86
1	Suchmaschine	33-40	97.44% (38)	2.56% (1)	39
1	Suchmaschine	41-55	96.77% (30)	3.23% (1)	31
1	Suchmaschine	56-65	100% (11)	0% (0)	11
1	Suchmaschine	über 65	80% (4)	20% (1)	5
2	Vergleichsdienst	18-25	54.17% (13)	45.83% (11)	24
2	Vergleichsdienst	26-32	67.44% (58)	32.56% (28)	86
2	Vergleichsdienst	33-40	89.74% (35)	10.26% (4)	39
2	Vergleichsdienst	41-55	80% (24)	20% (6)	30
2	Vergleichsdienst	56-65	63.64% (7)	36.36% (4)	11
2	Vergleichsdienst	über 65	66.67% (4)	33.33% (2)	6
3	Blogs	18-25	33.33% (8)	66.67% (16)	24
3	Blogs	26-32	32.56% (28)	67.44% (58)	86
3	Blogs	33-40	23.08% (9)	76.92% (30)	39
3	Blogs	41-55	26.67% (8)	73.33% (22)	30
3	Blogs	56-65	9.09% (1)	90.91% (10)	11
3	Blogs	über 65	0% (0)	100% (6)	6
4	Influencer	18-25	29.17% (7)	70.83% (17)	24
4	Influencer	26-32	25.58% (22)	74.42% (64)	86
4	Influencer	33-40	7.69% (3)	92.31% (36)	39
4	Influencer	41-55	3.33% (1)	96.67% (29)	30
4	Influencer	56-65	0% (0)	100% (11)	11
4	Influencer	über 65	0% (0)	100% (6)	6
5	Facebook	18-25	12.5% (3)	87.5% (21)	24
5	Facebook	26-32	30.23% (26)	69.77% (60)	86
5	Facebook	33-40	28.21% (11)	71.79% (28)	39
5	Facebook	41-55	23.33% (7)	76.67% (23)	30
5	Facebook	56-65	27.27% (3)	72.73% (8)	11
5	Facebook	über 65	16.67% (1)	83.33% (5)	6
6	Instagram	18-25	41.67% (10)	58.33% (14)	24
6	Instagram	26-32	37.21% (32)	62.79% (54)	86
6	Instagram	33-40	23.08% (9)	76.92% (30)	39
6	Instagram	41-55	10% (3)	90% (27)	30
6	Instagram	56-65	9.09% (1)	90.91% (10)	11
6	Instagram	über 65	0% (0)	100% (6)	6
7	YouTube	18-25	29.17% (7)	70.83% (17)	24
7	YouTube	26-32	27.91% (24)	72.09% (62)	86
7	YouTube	33-40	30.77% (12)	69.23% (27)	39
7	YouTube	41-55	36.67% (11)	63.33% (19)	30
7	YouTube	56-65	36.36% (4)	63.64% (7)	11
7	YouTube	über 65	33.33% (2)	66.67% (4)	6
8	Twitter	18-25	4.17% (1)	95.83% (23)	24
8	Twitter	26-32	1.19% (1)	98.81% (83)	84
8	Twitter	33-40	0% (0)	100% (38)	38
8	Twitter	41-55	3.33% (1)	96.67% (29)	30
8	Twitter	56-65	0% (0)	100% (11)	11
8	Twitter	über 65	0% (0)	100% (6)	6
9	Linkedin	18-25	0% (0)	100% (24)	24
9	Linkedin	26-32	3.49% (3)	96.51% (83)	86
9	Linkedin	33-40	2.56% (1)	97.44% (38)	39
9	Linkedin	41-55	3.33% (1)	96.67% (29)	30

Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
9	Linkedin	56-65	0% (0)	100% (11)	11
9	Linkedin	über 65	0% (0)	100% (6)	6
10	TikTok	18-25	8.33% (2)	91.67% (22)	24
10	TikTok	26-32	1.16% (1)	98.84% (85)	86
10	TikTok	33-40	0% (0)	100% (39)	39
10	TikTok	41-55	0% (0)	100% (30)	30
10	TikTok	56-65	0% (0)	100% (11)	11
10	TikTok	über 65	0% (0)	100% (6)	6

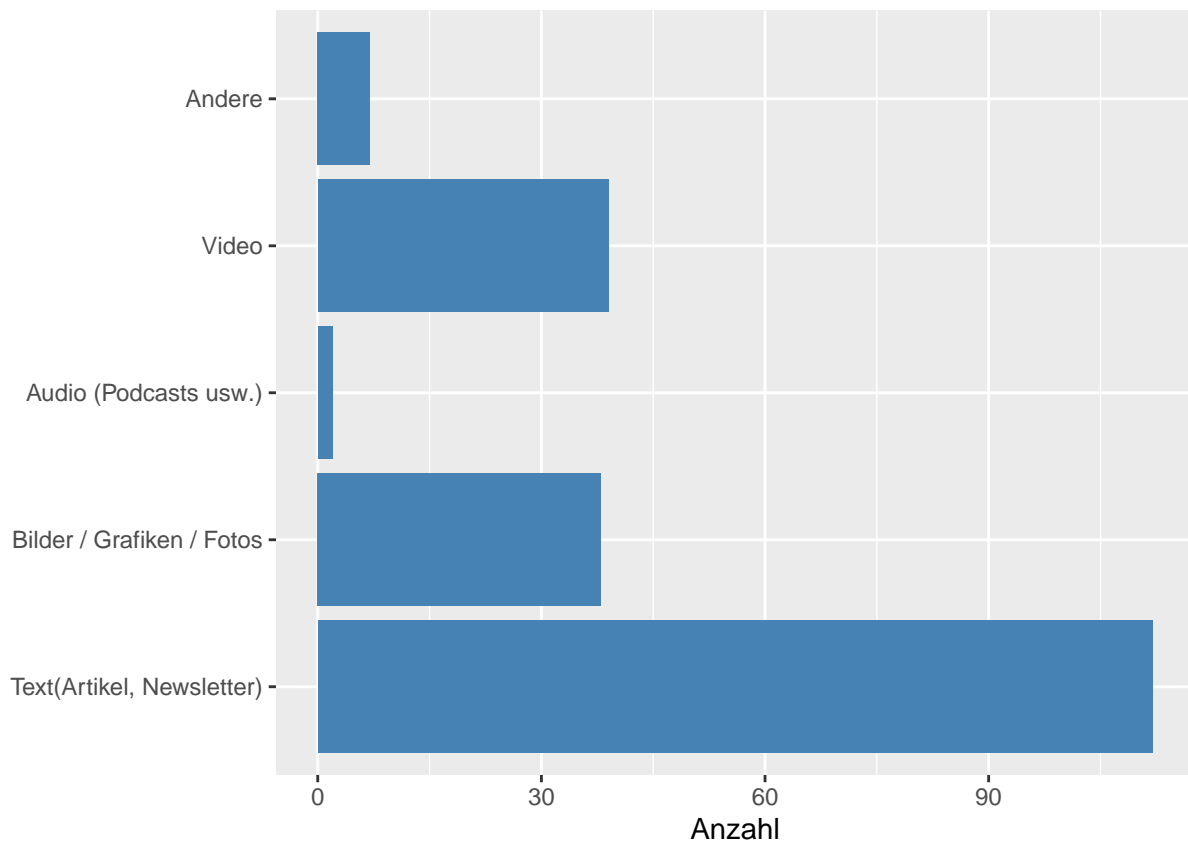


Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
1	Suchmaschine	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
1	Suchmaschine	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Vergleichsdienst	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
2	Vergleichsdienst	weiblich	93.55% (87)	0.00% (0)	87
3	Blogs	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
3	Blogs	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	87
4	Influencer	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	0
4	Influencer	weiblich	0.00% (0)	6.45% (6)	93
5	Facebook	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
5	Facebook	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
6	Instagram	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
6	Instagram	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
7	YouTube	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)

Nr	Feld	Auspraegung	Ja	Nein	Summe
7	YouTube	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
8	Twitter	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
8	Twitter	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
9	Linkedin	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
9	Linkedin	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
10	TikTok	männlich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)
10	TikTok	weiblich	0.00% (0)	0.00% (0)	(0)

## Medien

**20 - Welches Medium verwenden Sie aktuell, wenn Sie sich über neue Produkte oder Dienstleistungen informieren?**




---

AndereText

---

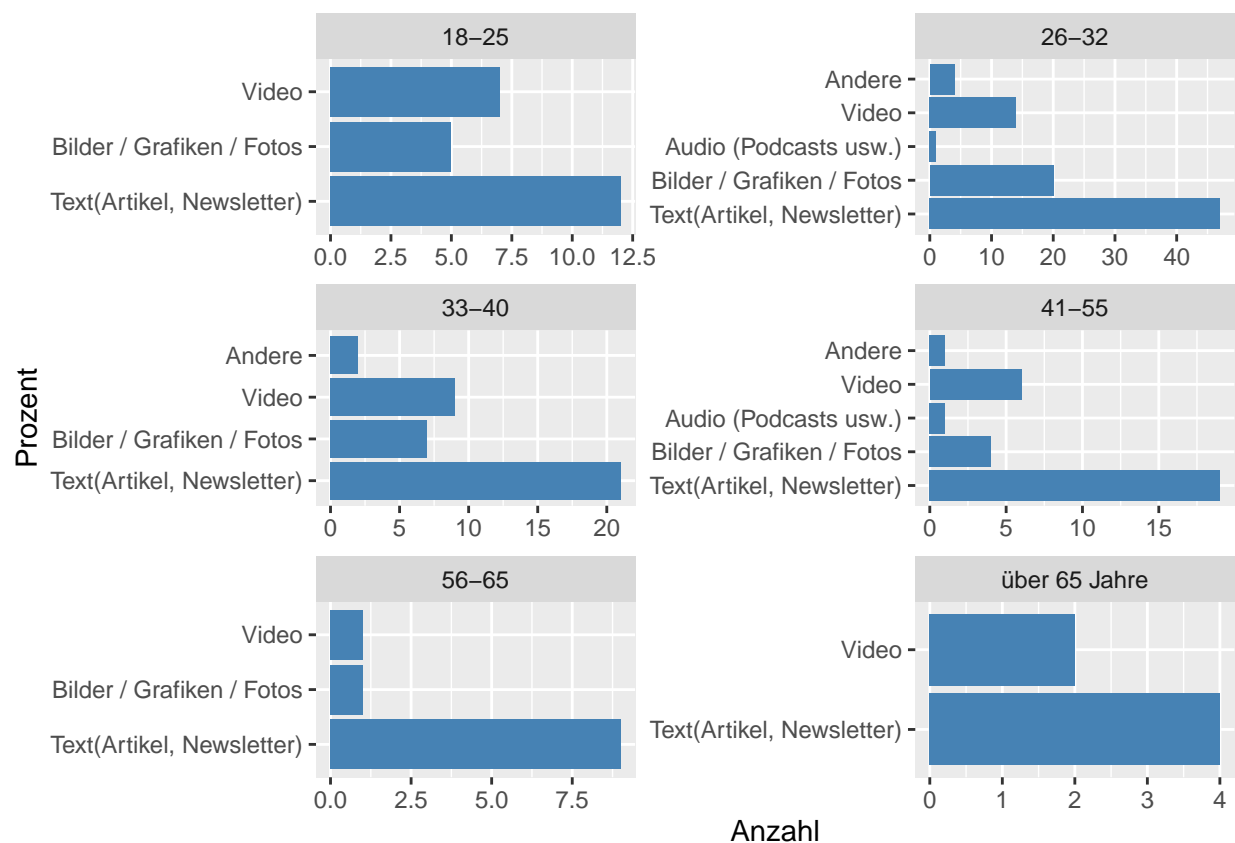
Video + Texte  
 Fachzeitschrift  
 Informiere mich sehr selten darueueber  
 Texte/Bilder und Videos  
 Webseite  
 Bewertungen  
 Mix aus den obigen

---



Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Medium	1	5	1	1.94	1.3	1

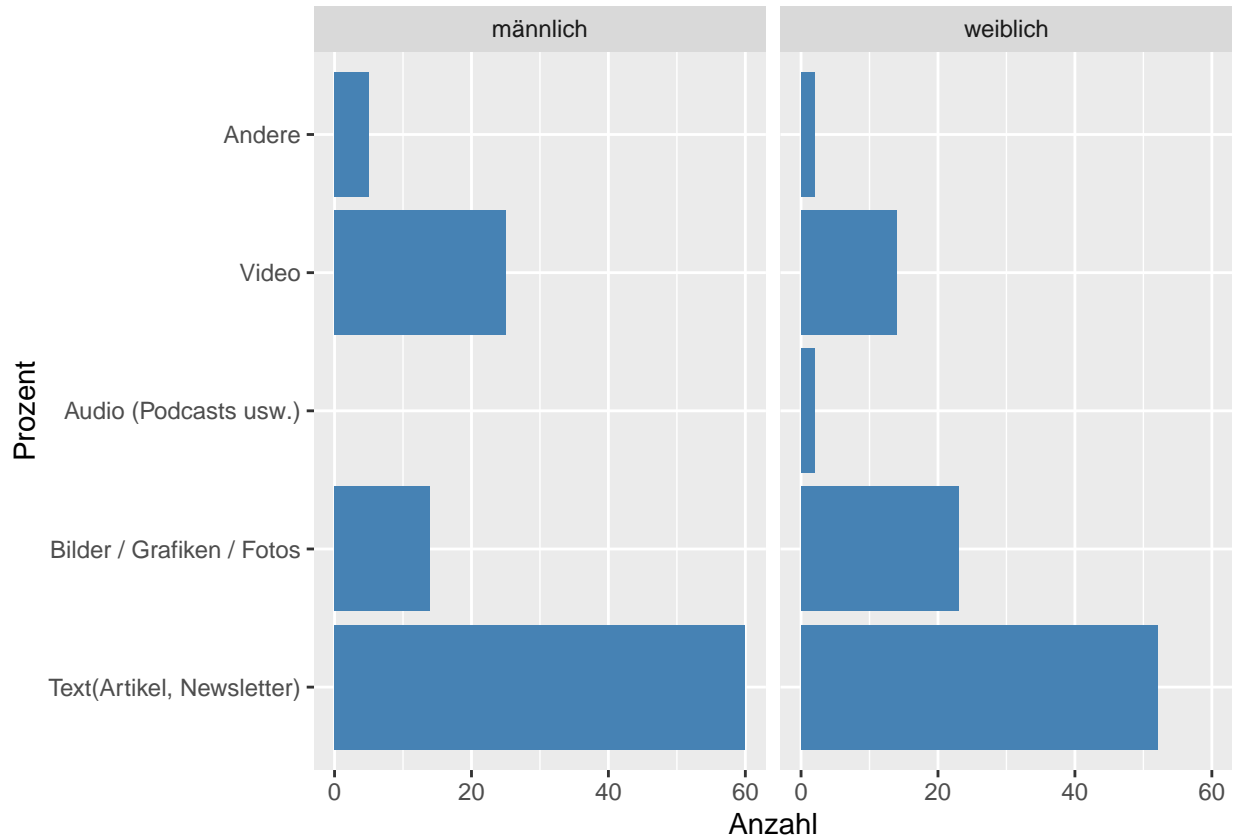
Nr	Feld	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	48.28% (112)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	16.38% (38)
3	Audio (Podcasts usw.)	0.86% (2)
4	Video	16.81% (39)
5	Andere	3.02% (7)
Total		100% (198)



```
## Warning in
## getfrequenz1DimensionGeschlecht(q20_MediumAktuellJoinedGeschlecht, : NAs
## durch Umwandlung erzeugt
```

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	männlich	60% (1)
1	Text(Artikel, Newsletter)	weiblich	50% (2)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	männlich	14% (1)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	weiblich	22.12% (2)
3	Audio (Podcasts usw.)	männlich	0% (1)

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
3	Audio (Podcasts usw.)	weiblich	1.92% (2)
4	Video	männlich	25% (1)
4	Video	weiblich	13.46% (2)
5	Andere	männlich	0% (1)
5	Andere	weiblich	0% (2)
Total			(5)
Total			(10)

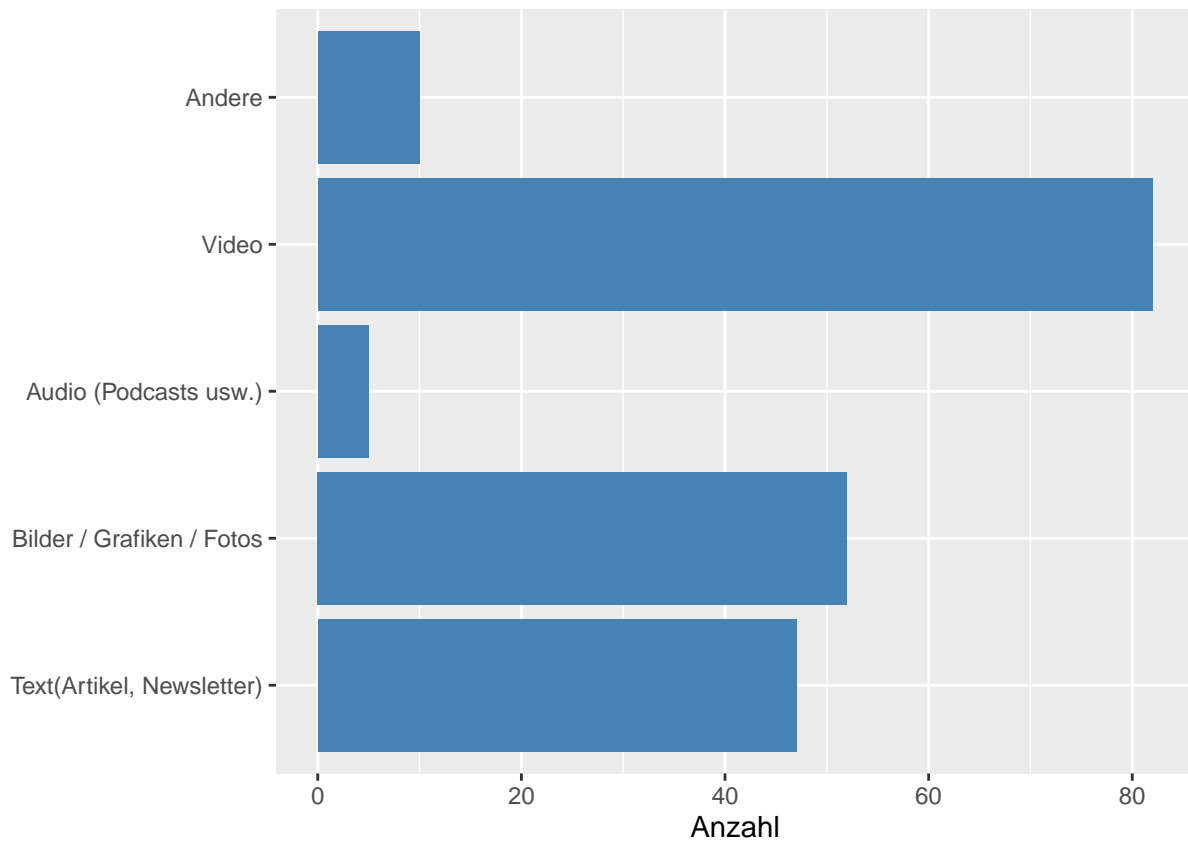


```
## Warning in getfrequenz1DimensionAlter(q20_MediumAktuellJoinedAlter,
## factor(levels2)): NAs durch Umwandlung erzeugt
```

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	18-25	12% (2)
1	Text(Artikel, Newsletter)	26-32	195.83% (3)
1	Text(Artikel, Newsletter)	33-40	24.42% (4)
1	Text(Artikel, Newsletter)	41-55	48.72% (5)
1	Text(Artikel, Newsletter)	56-65	28.12% (6)
1	Text(Artikel, Newsletter)	über 65	36.36% (7)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	18-25	5% (2)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	26-32	83.33% (3)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	33-40	8.14% (4)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	41-55	12.82% (5)

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
2	Bilder / Grafiken / Fotos	56-65	3.12% (6)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	über 65	0% (7)
3	Audio (Podcasts usw.)	18-25	0% (2)
3	Audio (Podcasts usw.)	26-32	4.17% (3)
3	Audio (Podcasts usw.)	33-40	0% (4)
3	Audio (Podcasts usw.)	41-55	2.56% (5)
3	Audio (Podcasts usw.)	56-65	0% (6)
3	Audio (Podcasts usw.)	über 65	0% (7)
4	Video	18-25	7% (2)
4	Video	26-32	58.33% (3)
4	Video	33-40	10.47% (4)
4	Video	41-55	15.38% (5)
4	Video	56-65	3.12% (6)
4	Video	über 65	18.18% (7)
5	Andere	18-25	0% (2)
5	Andere	26-32	0% (3)
5	Andere	33-40	0% (4)
5	Andere	41-55	0% (5)
5	Andere	56-65	0% (6)
5	Andere	über 65	0% (7)
Total			(5)
Total			(10)
Total			(15)
Total			(20)
Total			(25)
Total			(30)

## 21 - Welches Medium würden Sie sich in Zukunft vermehrt wünschen für Werbebotschaften?




---

AndereText

---

Brauche eigentlich nichts

Keine

Weniger Werbung

Videoanleitungen

Kein - werbeüberflut

Eigentlich keine

keines

Keine

Ich möchte keine Werbebotschaften, sondern unabhängige Tester konsumieren

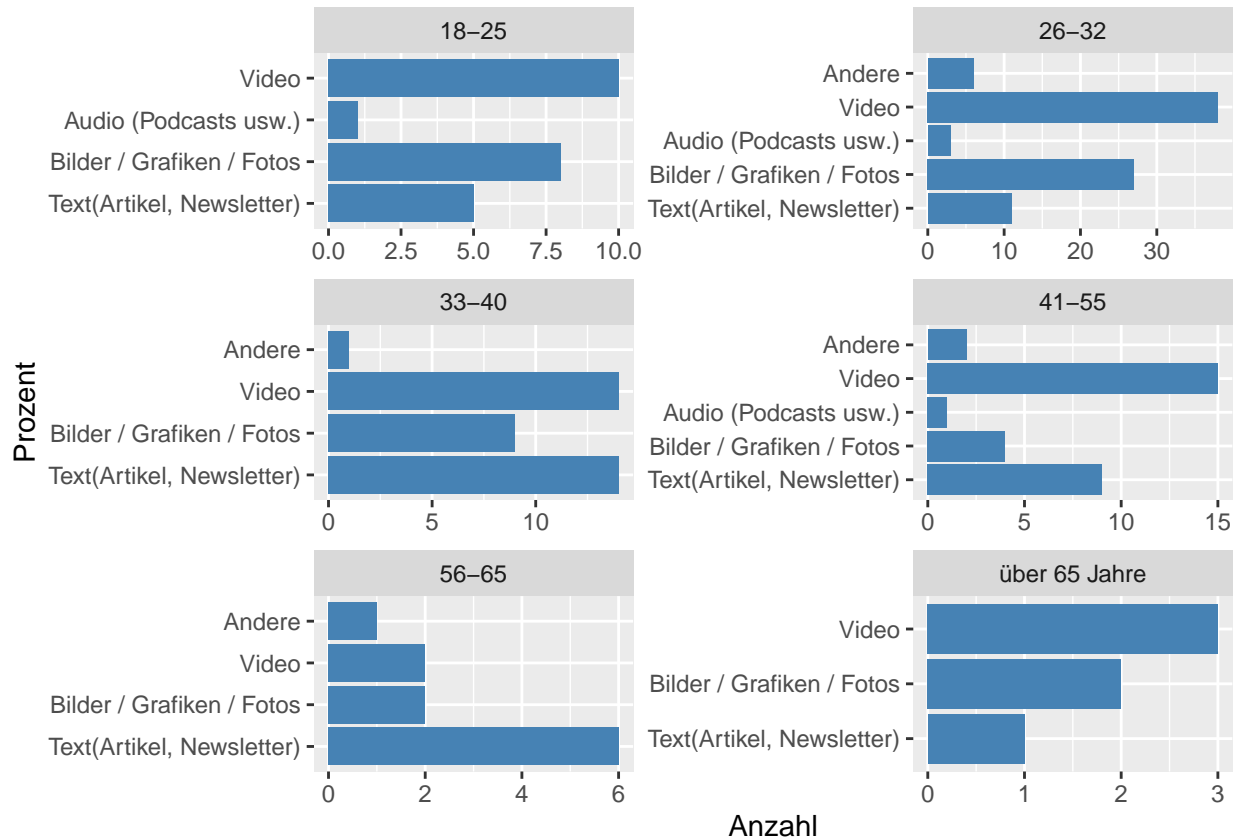
Keine

---

Nr	Feld	Minimum	Maximum	Modus	Mittelwert	Standardabweichung	Median
1	Medium	1	5	4	2.78	1.34	2

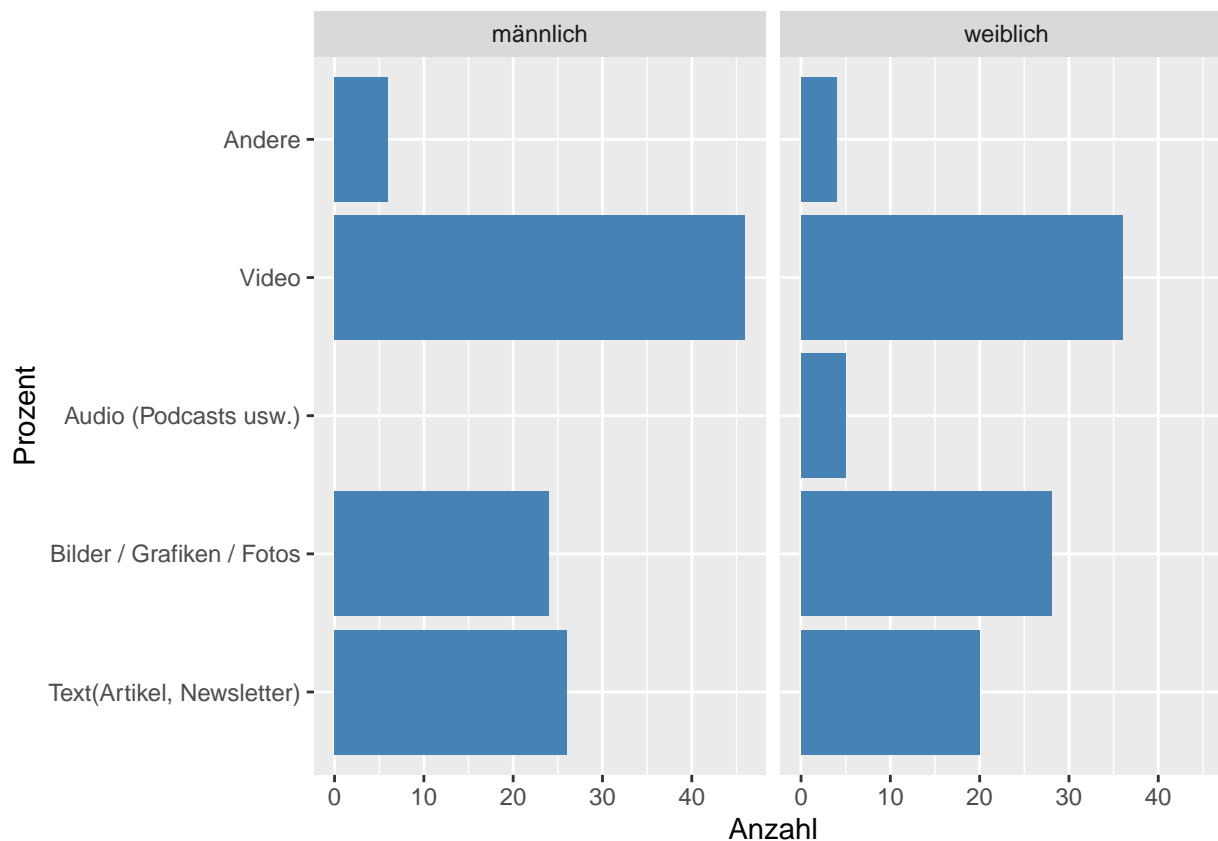
Nr	Feld	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	20.26% (47)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	22.41% (52)
3	Audio (Podcasts usw.)	2.16% (5)

Nr	Feld	Antwortanzahl
4	Video	35.34% (82)
5	Andere	4.31% (10)
Total		100% (196)



```
## Warning in
## getfrequenz1DimensionGeschlecht(q21_MediumZukunftJoinedGeschlecht, : NAs
## durch Umwandlung erzeugt
```

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	männlich	26% (1)
1	Text(Artikel, Newsletter)	weiblich	19.61% (2)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	männlich	24% (1)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	weiblich	27.45% (2)
3	Audio (Podcasts usw.)	männlich	0% (1)
3	Audio (Podcasts usw.)	weiblich	4.9% (2)
4	Video	männlich	46% (1)
4	Video	weiblich	35.29% (2)
5	Andere	männlich	0% (1)
5	Andere	weiblich	0% (2)
Total			(5)
Total			(10)



```
## Warning in getfrequenz1DimensionAlter(q21_MediumZukunftJoinedAlter,
## factor(levels2)): NAs durch Umwandlung erzeugt
```

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text(Artikel, Newsletter)	18-25	5% (2)
1	Text(Artikel, Newsletter)	26-32	45.83% (3)
1	Text(Artikel, Newsletter)	33-40	16.47% (4)
1	Text(Artikel, Newsletter)	41-55	26.32% (5)
1	Text(Artikel, Newsletter)	56-65	18.75% (6)
1	Text(Artikel, Newsletter)	über 65	9.09% (7)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	18-25	8% (2)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	26-32	112.5% (3)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	33-40	10.59% (4)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	41-55	10.53% (5)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	56-65	6.25% (6)
2	Bilder / Grafiken / Fotos	über 65	18.18% (7)
3	Audio (Podcasts usw.)	18-25	1% (2)
3	Audio (Podcasts usw.)	26-32	12.5% (3)
3	Audio (Podcasts usw.)	33-40	0% (4)
3	Audio (Podcasts usw.)	41-55	2.63% (5)
3	Audio (Podcasts usw.)	56-65	0% (6)
3	Audio (Podcasts usw.)	über 65	0% (7)
4	Video	18-25	10% (2)
4	Video	26-32	158.33% (3)

Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
4	Video	33-40	16.47% (4)
4	Video	41-55	39.47% (5)
4	Video	56-65	6.25% (6)
4	Video	über 65	27.27% (7)
5	Andere	18-25	0% (2)
5	Andere	26-32	0% (3)
5	Andere	33-40	0% (4)
5	Andere	41-55	0% (5)
5	Andere	56-65	0% (6)
5	Andere	über 65	0% (7)
Total			(5)
Total			(10)
Total			(15)
Total			(20)
Total			(25)
Total			(30)

**22 - Welches Medium vermittelt die Vorteile eines Produkts oder einer Dienstleistung aus Ihrer Sicht am besten?**

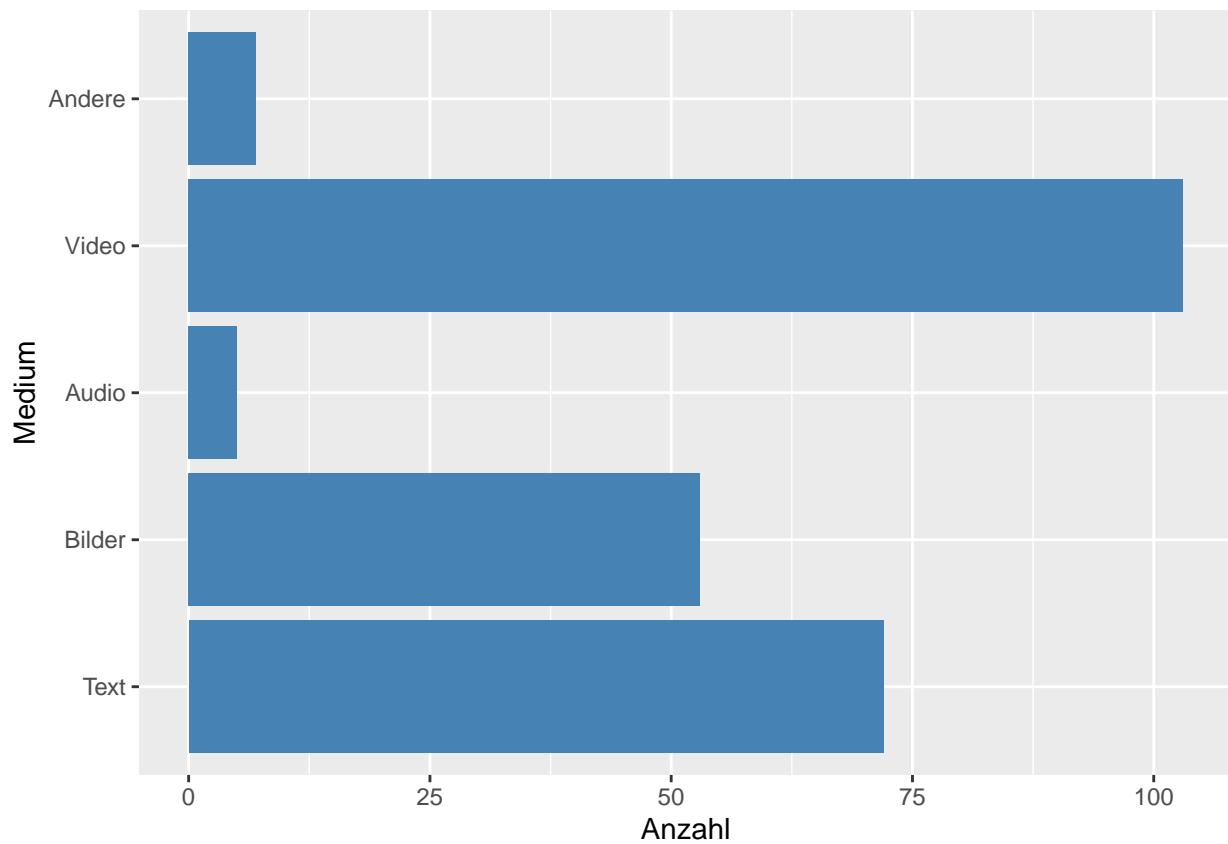
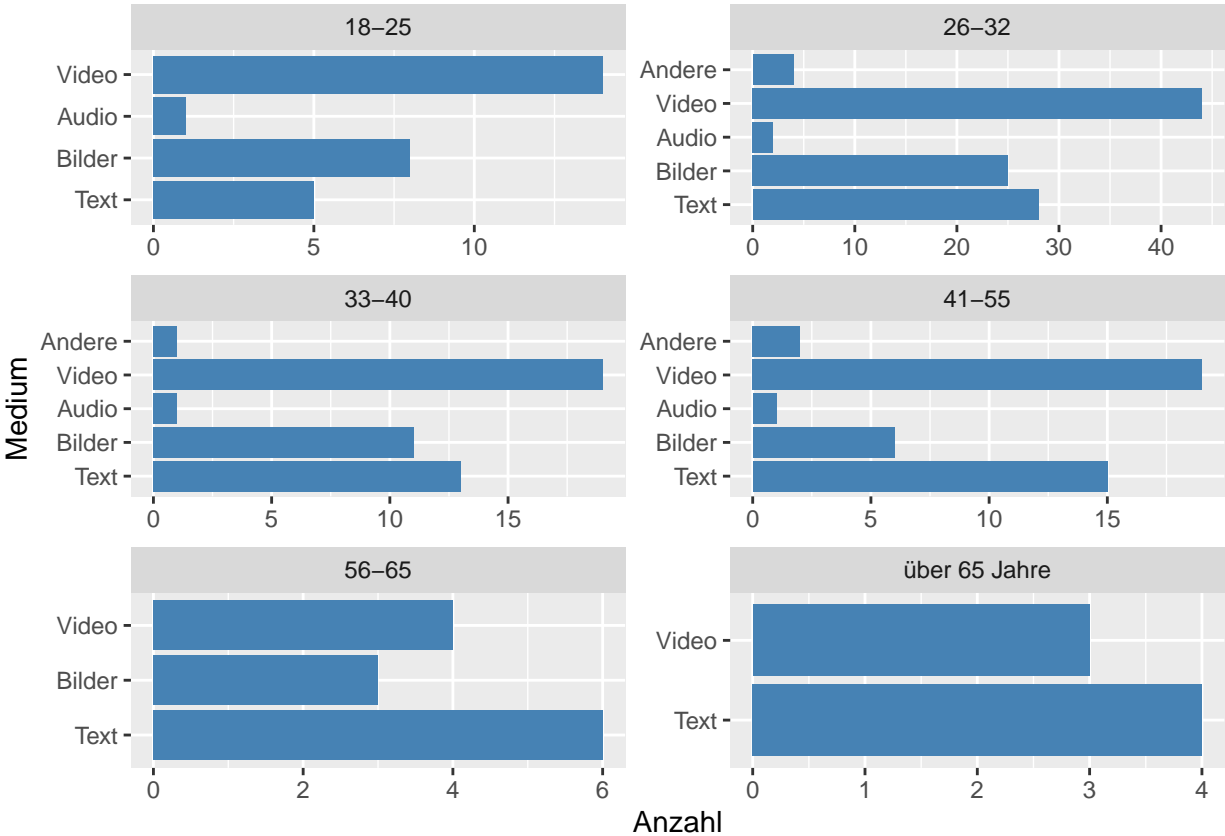


Table 96: privat

AndereText
Fachzeitschrift
Kombination aus Text und Bild
Die Wahrheit
Bewertungen
Das kommt ganz auf die Dienstleistung darauf an. Gewisse Dinge per Texte (Technische Details) andere (Erkl.,rungsbeduerftige Produkte) per Video
Mix: Specs in Text, Verwendung in Video
Abh.,ngig vom Produkt

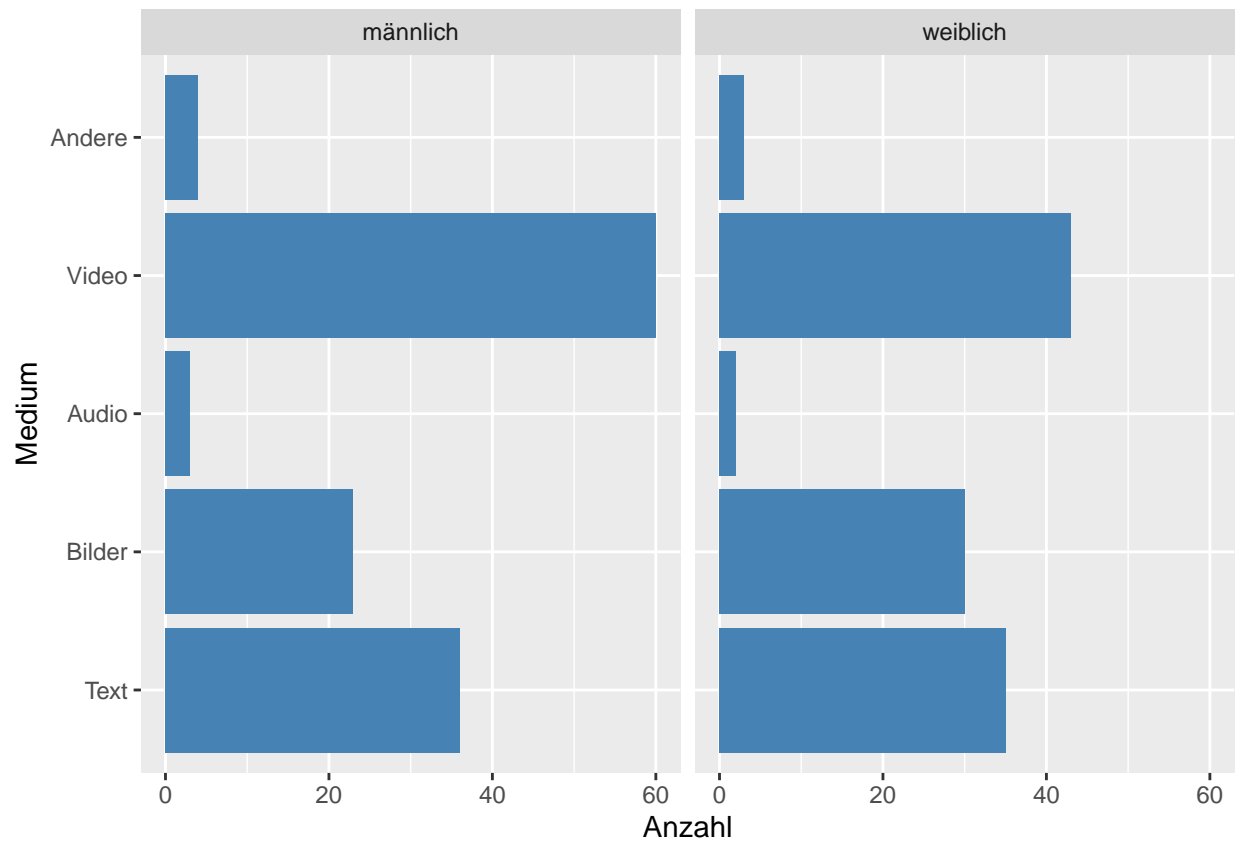
Nr	Feld	Antwortanzahl
1	Text	(72)
2	Bilder	(53)
3	Audio	(5)
4	Video	(103)
5	Andere	(7)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text	18-25	(5)
1	Text	26-32	(28)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text	33-40	(13)
1	Text	41-55	(16)
1	Text	56-65	(6)
1	Text	über 65	(4)
2	Bilder	18-25	(8)
2	Bilder	26-32	(25)
2	Bilder	33-40	(11)
2	Bilder	41-55	(6)
2	Bilder	56-65	(3)
2	Bilder	über 65	(0)
3	Audio	18-25	(1)
3	Audio	26-32	(2)
3	Audio	33-40	(1)
3	Audio	41-55	(1)
3	Audio	56-65	(0)
3	Audio	über 65	(0)
4	Video	18-25	(14)
4	Video	26-32	(44)
4	Video	33-40	(19)
4	Video	41-55	(19)
4	Video	56-65	(4)
4	Video	über 65	(3)
5	Andere	18-25	(0)
5	Andere	26-32	(4)
5	Andere	33-40	(1)
5	Andere	41-55	(2)
5	Andere	56-65	(0)
5	Andere	über 65	(0)



Nr	Feld	Auspraegung	Antwortanzahl
1	Text	männlich	(0)
1	Text	weiblich	(0)
2	Bilder	männlich	(35)
2	Bilder	weiblich	(0)
3	Audio	männlich	(0)
3	Audio	weiblich	(0)
4	Video	männlich	(0)
4	Video	weiblich	(0)
5	Andere	männlich	(0)
5	Andere	weiblich	(0)