

# Kanäle und Medien des digitalen Marketings

Thomas Schmid, Damian Krebs

12.6.2020

## Geschlecht Teilnehmende

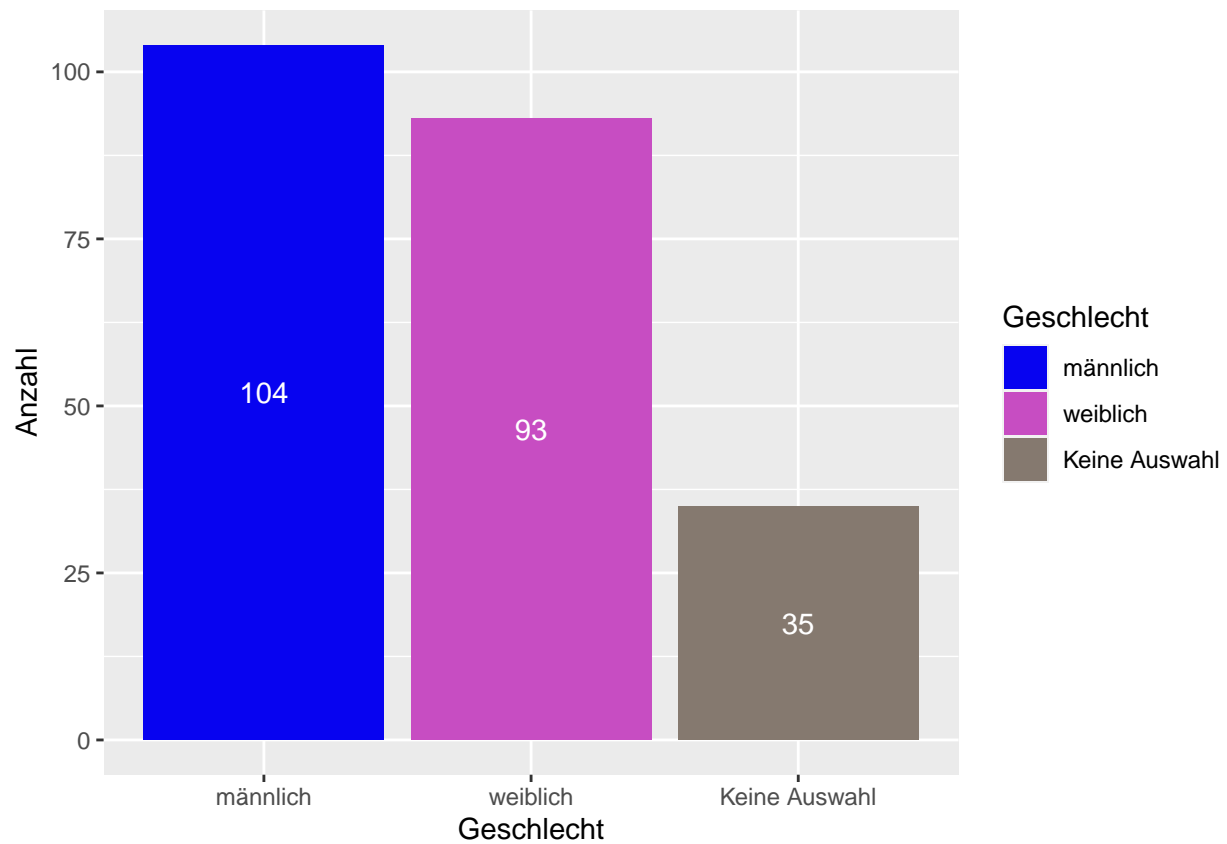


Table 1: Werte Geschlecht

Bezeichnung	Wert
Männlich	1
Weiblich	2
Standardabweichung	0.500492
Mittelwert	1.472081
Median	3
Modus	3

## Alter Teilnehmende

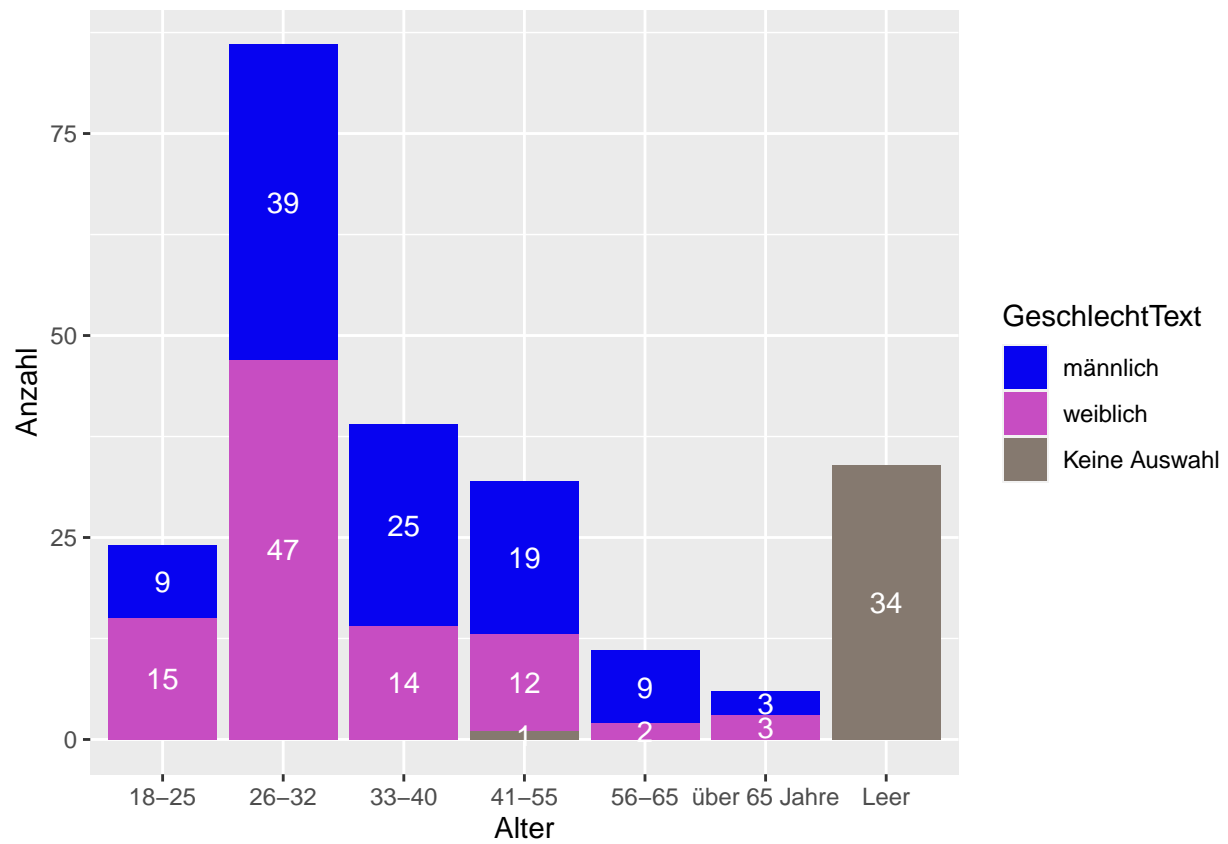
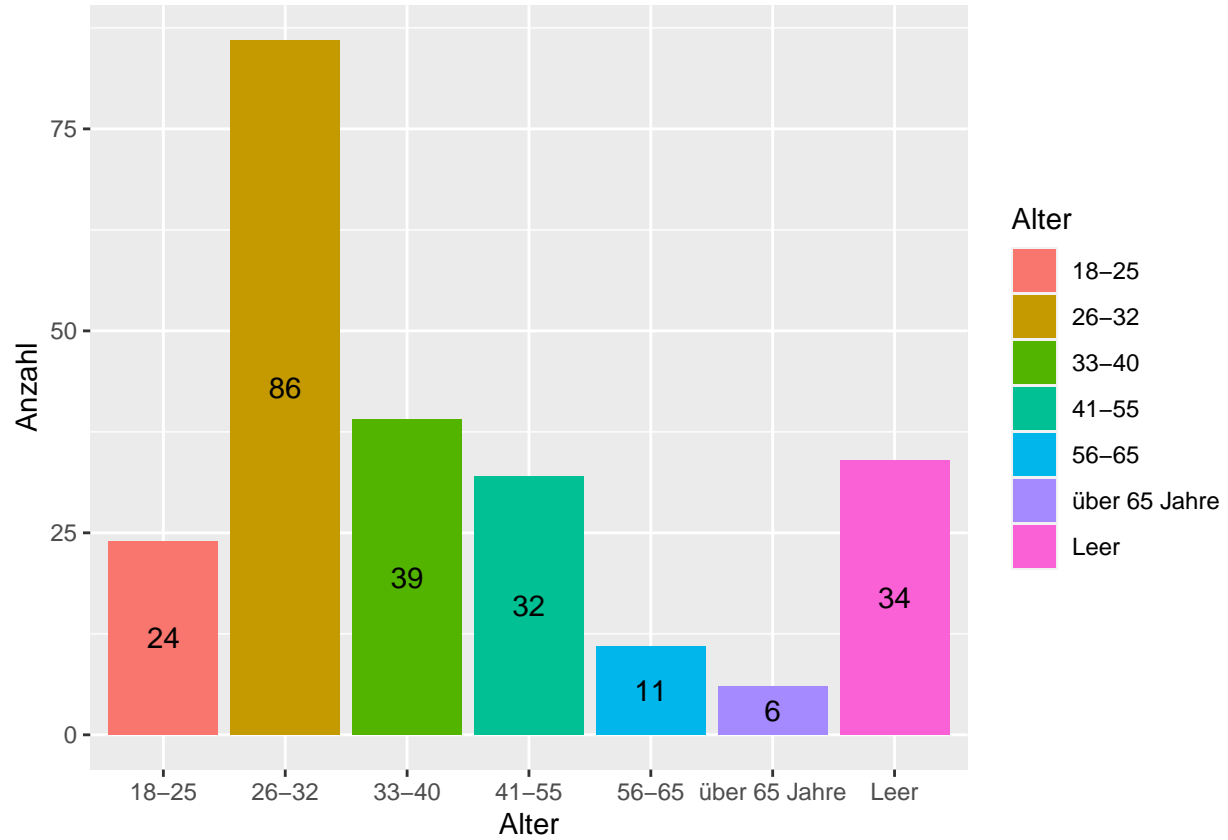
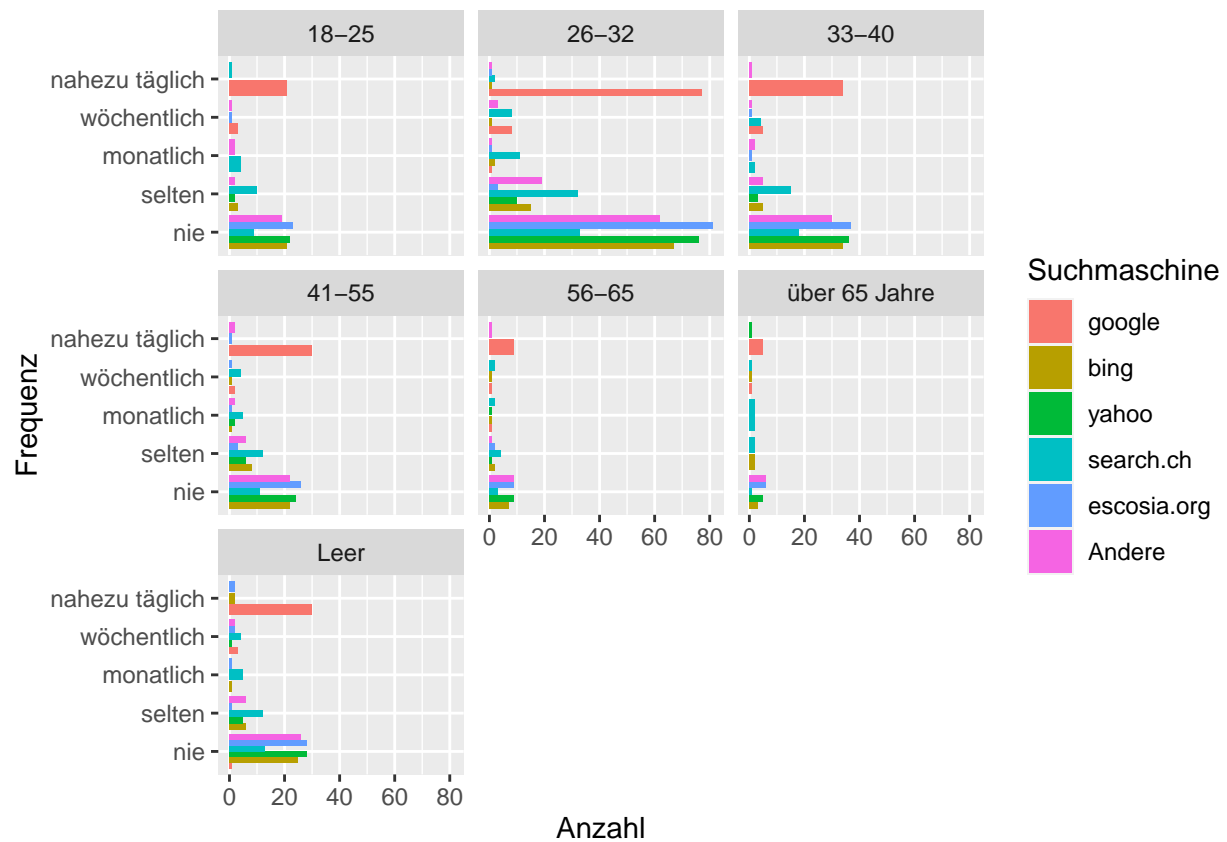
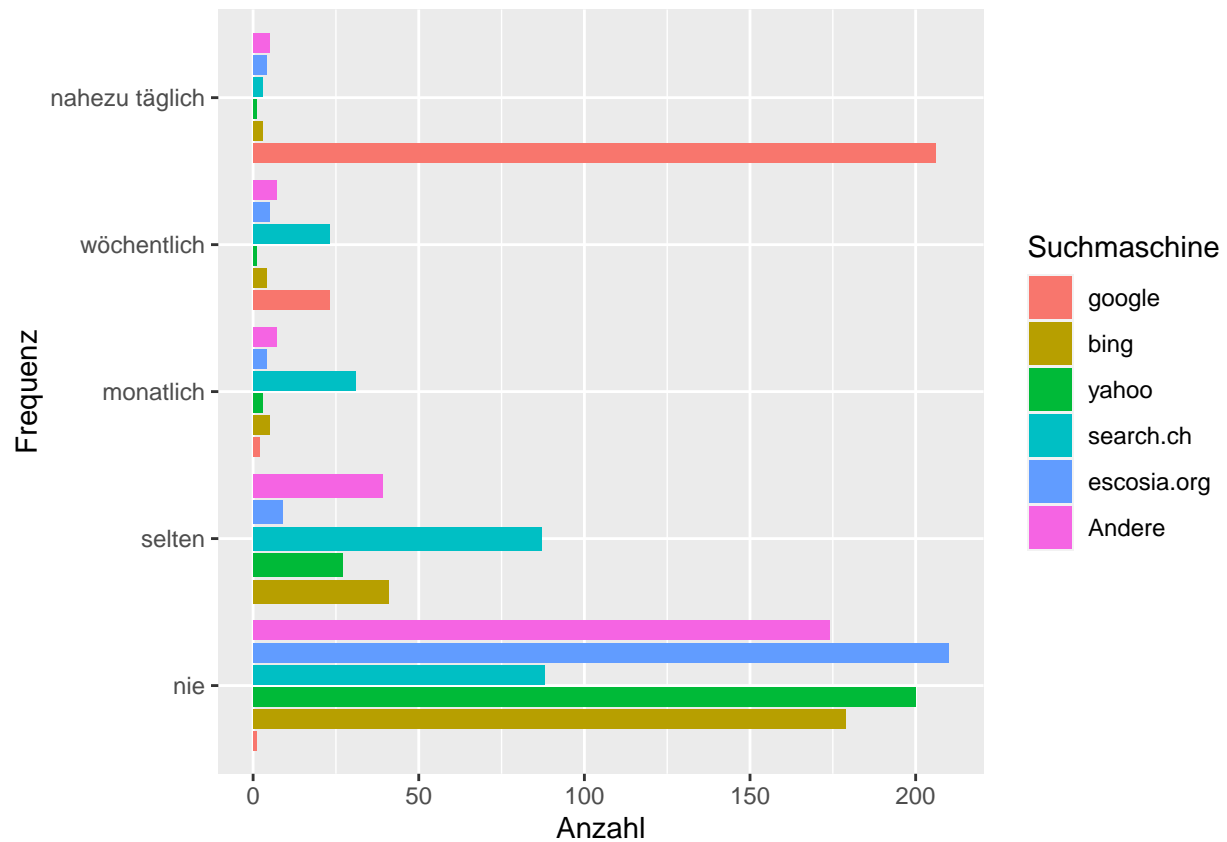


Table 2: Werte Alter

Bezeichnung	Wert
unter 18 Jahre	1
18-25	2
26-32	3
33-40	4
41-55	5
56-65	6
über 65 Jahre	7
Standardabweichung	1.218691
Mittelwert	3.686869
Median	3
Modus	3

## Suchmaschinenpräferenzen



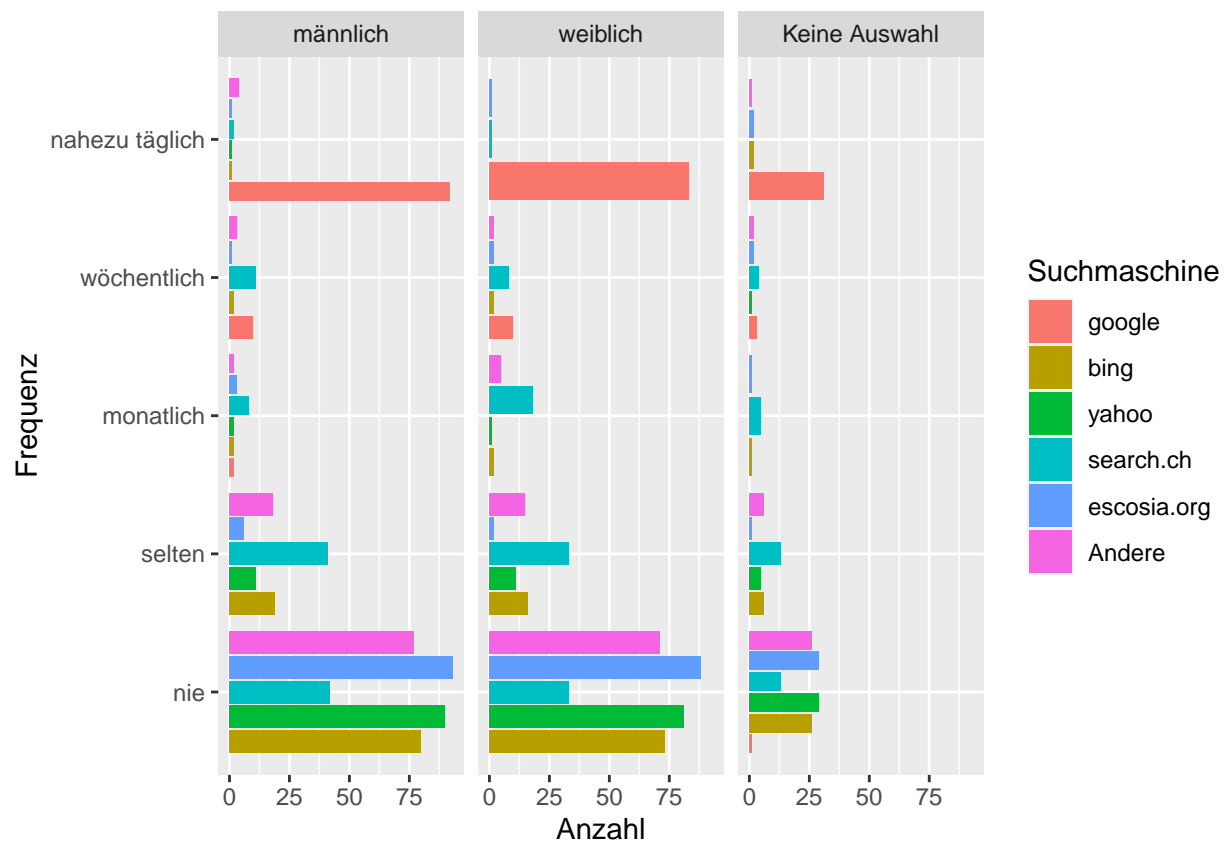


Table 3: Werte Frequeunz

Bezeichnung	Wert
nie	1
selten	2
monatlich	3
wöchentlich	4
nahezu täglich	5

Table 4: Werte Frequeunz

Feld	nie	selten	monatlich	wöchentlich	nahezu täglich
google	0.43% 1	0.00% 0	0.86%	2 9.91%	23 88.79% 206
bing	76.29%	177 17.67%	41 2	.16% 5	1.72% 4 1.29% 3
yahoo	85.34%	198 11.64%	27 1	.29% 3	0.43% 1 0.43% 1
search.ch	37.07%	86 37.5%	87 13.3	6% 31	9.91% 23 1.29% 3
escosia.org	89.66%	208 3.88%	9 1.72	% 4 2.	16% 5 1.72% 4
Andere	75% 174	16.81%	39 3.02%	7 3.	02% 7 2.16% 5