

---

**MARKETAGENT.COM**

[...doing reSEARCH online]

**Wein  
in/aus  
Österreich**

Wr. Neudorf, im November 2003

Thomas Schwabl, Mag.

**MARKETAGENT.COM**



# ://Umfrage-Basics – Studiensteckbrief ...

- :: **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- :: **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- :: **Respondenten:** Mitglieder des Marketagent.com Online Access Panels
- :: **Sample-Größe:** n = 1889 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- :: **Stichprobe:** web-aktive Personen aus Österreich ab 20 Jahren
- :: **Screening:** nach Weinkonsum & Gastronomie-Besuch (n = 500; 26,5 Prozent)
- :: **Erhebungszeitraum:** 05.11.2003 – 19.11.2003
- :: **Grundgesamtheit:** web-aktive UserInnen ab 20 Jahren
- :: **Incentives:** Gewinnspiel-Teilnahme + geldwerte Bonuspunkte
- :: **Umfang:** 27 offene und geschlossene Fragen
- :: **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Thomas Schwabl
- :: **Kontakt:** t.schwabl@marketagent.com

## ://Methodik & Sample ...

Interviewt wurden die Mitglieder des rund 37.200 Personen umfassenden Marketagent.com Online Access Panels (+ 30 bis 40 neue Panelisten pro Tag) mittels Computer Assisted Web Interviews. Als Stichprobe wurden web-aktive Personen aus Österreich ab 20 Jahren aus den Datenbanken selektiert. 1.889 Internet-NutzerInnen (davon 500 in der Kern-Zielgruppe) haben einen vollständigen Datensatz abgegeben. Die Feldzeit betrug 14 Tage. Die Online-Befragung als Methode gewährleistet Anonymität und Objektivität und steht mit dem Befragungsthema im Einklang. Die Incentivierung der Respondenten erfolgte über die Verlosung von PrePaid-Wertkarten sowie geldwerten Bonuspunkten in der Höhe von 120 Euro-Cents.

## **://Zusammensetzung des Samples...**

<b>Angaben in Prozent</b>	<b>n = 1.889</b>
<b>Geschlecht</b>	
Männlich	50,1 %
Weiblich	49,9 %
<b>Alter</b>	
20 - 29 Jahre	39,8 %
30 - 39 Jahre	27,6 %
40 - 49 Jahre	20,4 %
50 - 69 Jahre	12,2 %
<b>Ausbildungsniveau</b>	
Allgemeine Pflichtschule	8,2 %
Lehre/Fachschule	33,5 %
Matura/Universität	58,3 %



## ://Original-Fragestellungen [1] ...

- Wie häufig gehen Sie abends zum Essen aus?
- Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Person und Ihren durchschnittlichen Weinkonsum (unabhängig ob zu Hause oder in der Gastronomie) am besten?
- Wie häufig trinken Sie ZU HAUSE durchschnittlich Wein pro Woche?
- Und wie häufig trinken Sie in GASTRONOMISCHEN LOKALEN durchschnittlich Wein pro Woche?
- Wie häufig kaufen Sie in der Regel bei den folgenden Bezugsquellen Wein ein?
- Wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie im HANDEL Wein kaufen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:
- Und wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie in einem gastronomischen LOKAL (z.B. einem Restaurant) Wein bestellen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:
- Wieviel geben Sie im Schnitt in einem Gasthaus/Restaurant für 1 Achtel Weißwein aus? Bitte geben Sie eine Preisspanne vom günstigsten zum teuersten Glas Weißwein an:
- Und in welchem Bereich liegen Ihre Ausgaben für ein Glas Rotwein?
- Welche Herkunftsländer bevorzugen Sie beim Wein?



## ://Original-Fragestellungen [2] ...

- Wenn Sie in ein gehobenes Lokal gehen, welche Elemente sind für Sie bei Weinen von besonders großer Wichtigkeit?
- Denken Sie nun bitte an die Entscheidung, in wie weit Sie in gastronomischen Lokalen Wein in der Flasche oder glasweise bestellen. Bitte bewerten Sie die einzelnen Kriterien von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":
- Wenn Sie in einem Restaurant zum Essen bestellen und dazu ein Glas oder eine Flasche Wein wünschen, welche Art der Beratung erwarten Sie von einem gastronomischen Mitarbeiter/in?
- Wann erscheint Ihnen eine Beratung für Ihre Wein-Auswahl besonders wichtig?
- Und über welches Wissen muss der gastronomische Mitarbeiter verfügen um sämtliche Fragen rund um Ihre Wein-Bestellung zufriedenstellend beantworten zu können?
- Wie wichtig ist für Sie persönlich das Wissen des Weinkellners/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie jeweils von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:
- Und wie wichtig ist für Sie persönlich ein umfassendes Wissen des Weinkellners/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":



## ://Original-Fragestellungen [3] ...

- Und wie wichtig ist das Wissen in den folgenden Themenbereichen hinsichtlich verschiedener Rebsorten? Bitte bewerten Sie von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":
- Und in Bezug auf die verschiedenen Anbauggebiete? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:
- Welche Eigenschaften verbinden Sie mit einem gastronomischen Lokal, welches einen diplomierten Sommlier/Weinkellner zur Weinberatung beschäftigt?
- Welches Bild haben Sie vom typischen diplomierten Sommelier, also einem gastronomischen Mitarbeiter, der auf die Beratung rund um das Thema Wein spezialisiert ist?
- Im nächsten Abschnitt möchten wir Sie nun über heimische Weine befragen. Wenn Sie "Weinviertel DAC" hören, was verbinden Sie mit diesem Begriff? Bitte tippen Sie alles, was Ihnen zu "Weinviertel DAC" einfällt, in das untenstehende Feld.
- Wenn Sie nun an den Ausschank von Weinen in Lokalen (Gasthäuser, Restaurants, usw.) denken. Welchen Stellenwert hat für Sie persönlich der glasweise Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie? Bitte markieren Sie das entsprechende Feld der 5-stufigen Skala. Der glasweise Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie ist mir persönlich...



## ://Original-Fragestellungen [4] ...

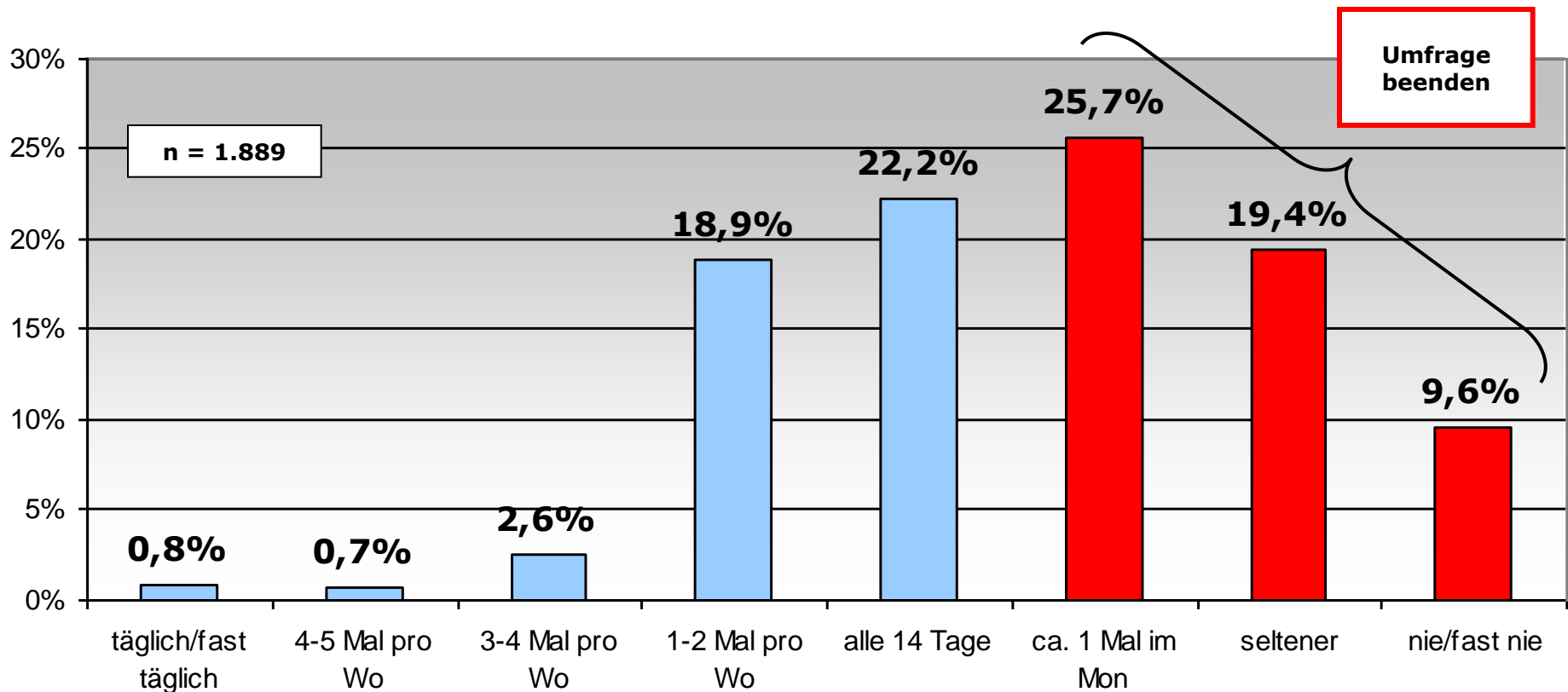
- Und wie zufrieden sind Sie mit dem glasweisen Ausschank österreichischer Qualitätsweine aus der Bouteille ganz allgemein? Bitte markieren Sie wieder das entsprechende Feld der 5-stufigen Skala.
- Im Anschluss sehen Sie eine Reihe von Kriterien. Bitte kreuzen Sie auf der untenstehenden Skala an, wie sehr Sie mit diesen Kriterien in Bezug auf den glasweisen Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie zufrieden sind. Bitte bewerten Sie jeweils von "sehr zufrieden" bis "überhaupt nicht zufrieden":
- Abschließend zwei letzte Fragen: Welche Aussage trifft für Sie persönlich am ehesten zu?
- Und wie würden Sie Ihre eigenen Kenntnisse rund um das Themengebiet "Wein" einstufen? Bitte selektieren Sie jene Personengruppe, der Sie sich am ehesten zugehörig fühlen:





# Wie häufig gehen Sie abends zum Essen aus?

## Screening: Abendessen in der Gastronomie

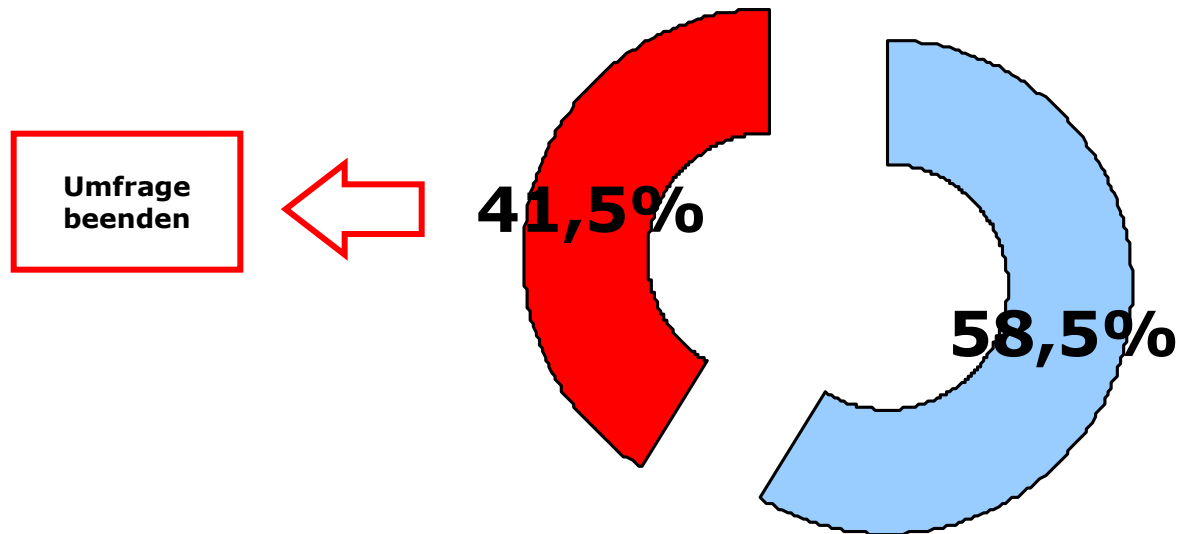


# Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Person und Ihren durchschnittlichen Weinkonsum (unabhängig ob zu Hause oder in der Gastronomie) am besten?

## Screening: Wein-Konsum

n = 855

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus)

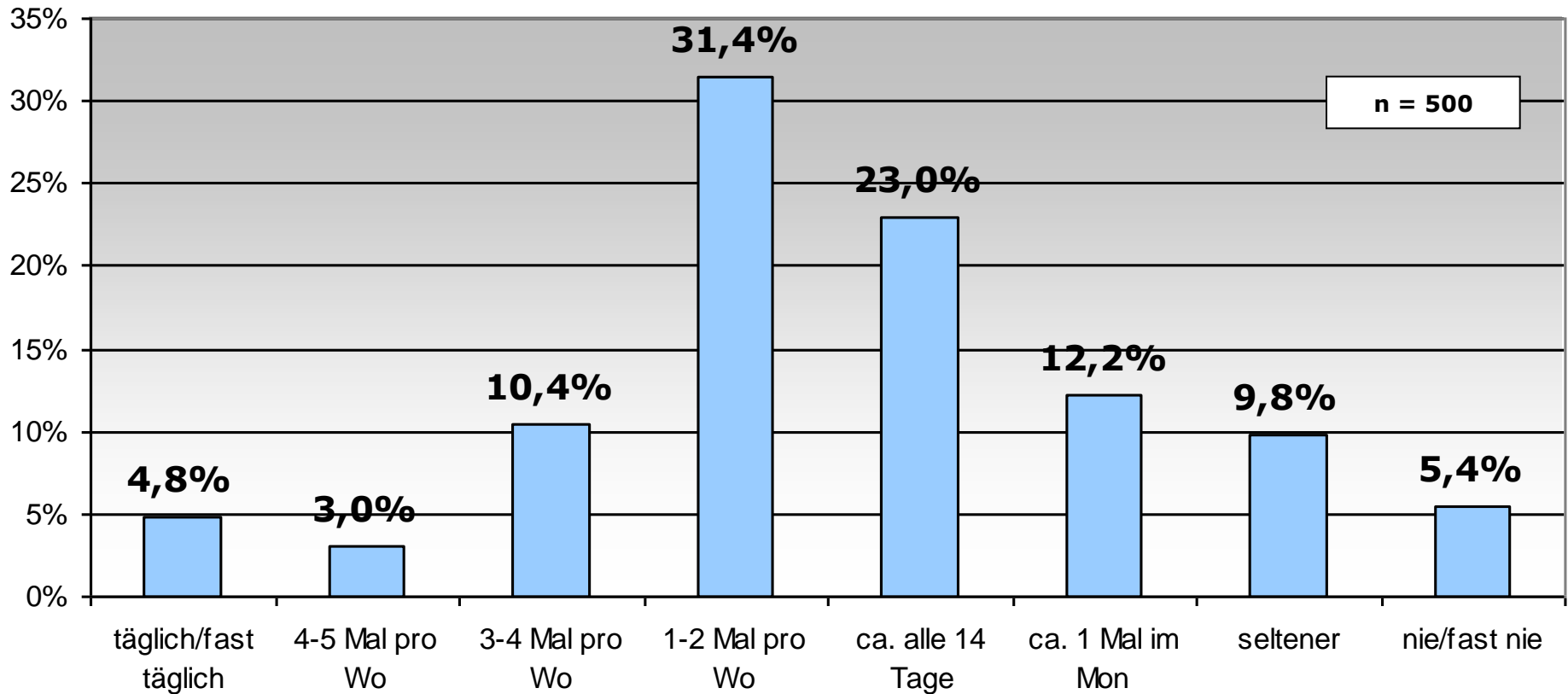


- Ich trinke zumindest einmal pro Woche Wein
- Ich trinke seltener als einmal pro Woche bzw. überhaupt keinen Wein

# Wie häufig trinken Sie ZU HAUSE durchschnittlich Wein pro Woche?

## Weinkonsum zu Hause

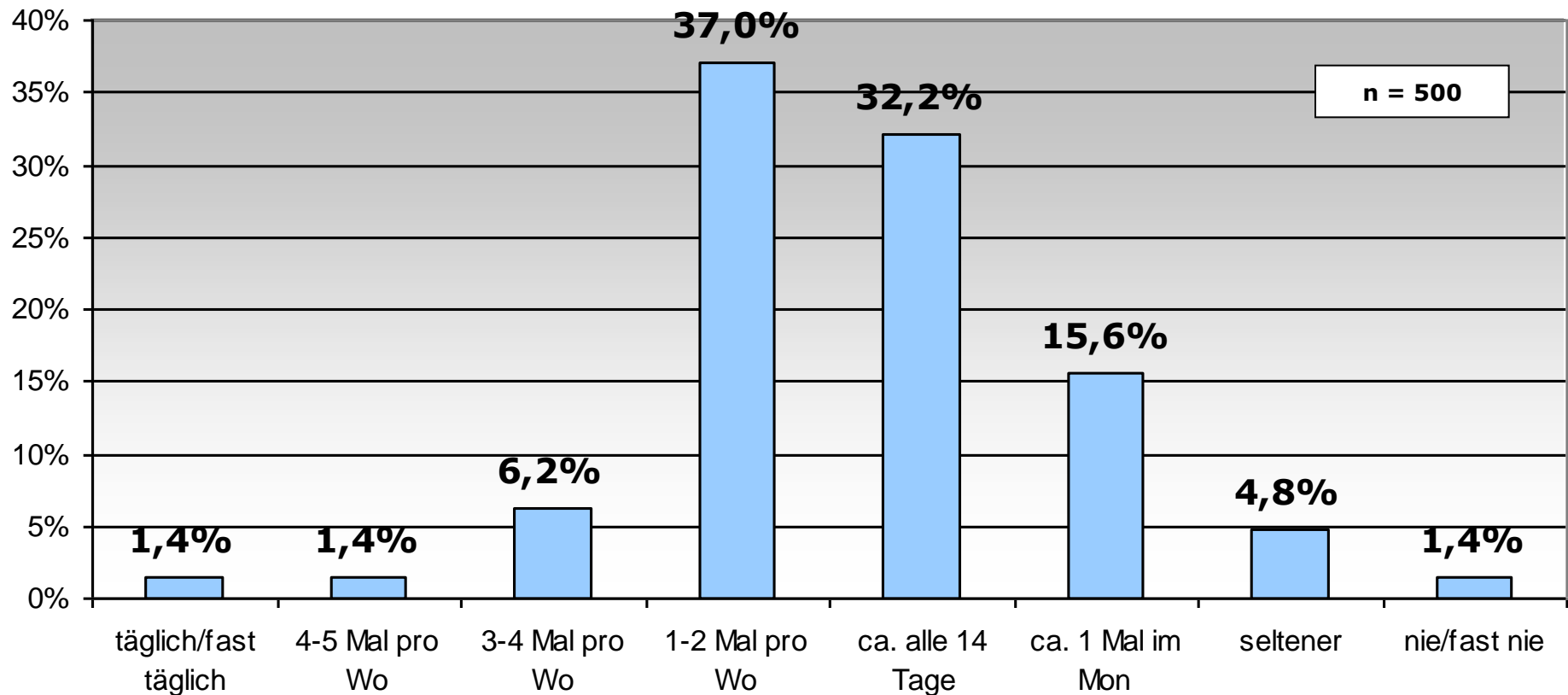
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie häufig trinken Sie in GASTRONOMISCHEN LOKALEN durchschnittlich Wein pro Woche?

## Weinkonsum in der Gastronomie

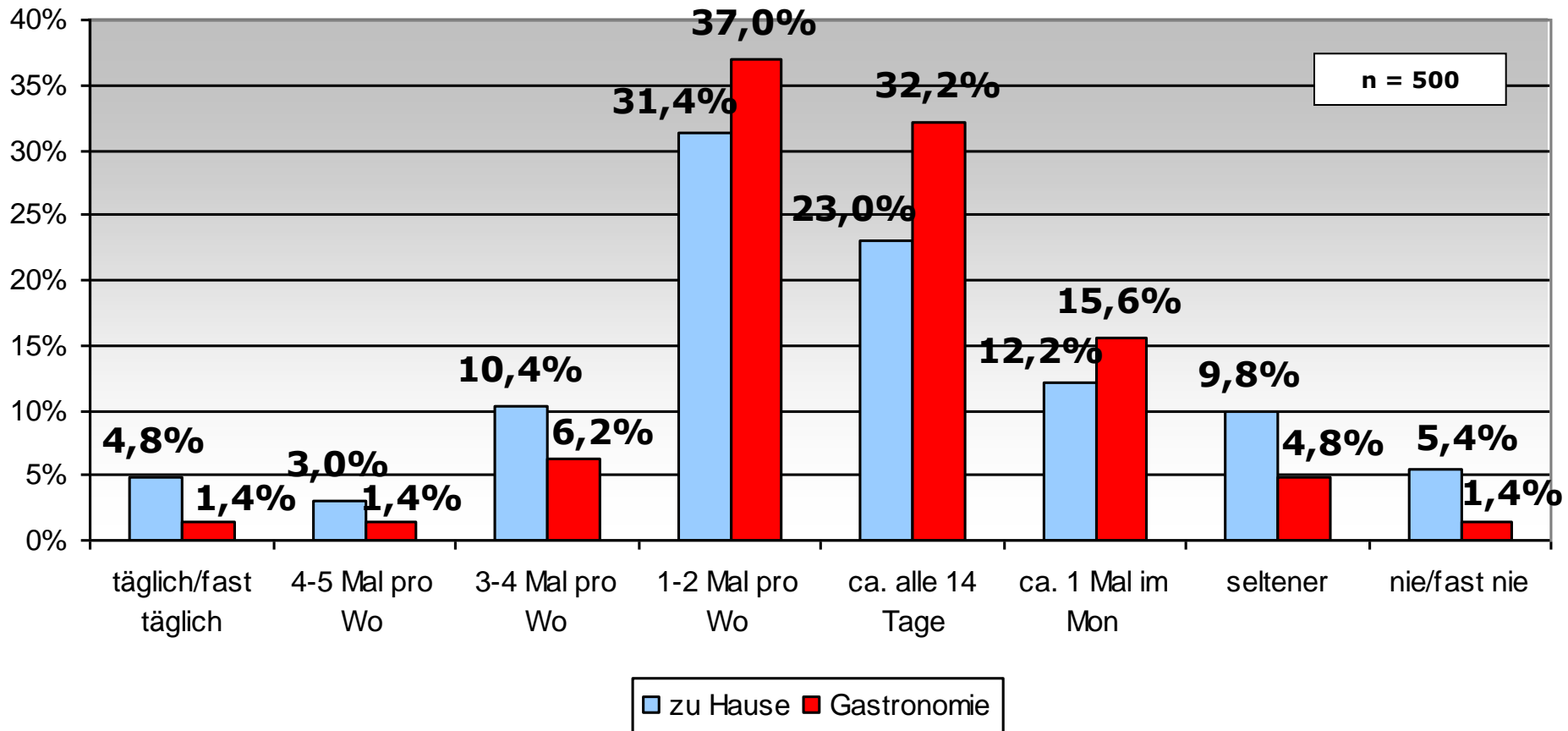
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Weinkonsum: Gastronomie vs. zu Hause:

## Wenkonsum: zu Hause vs. Gastronomie

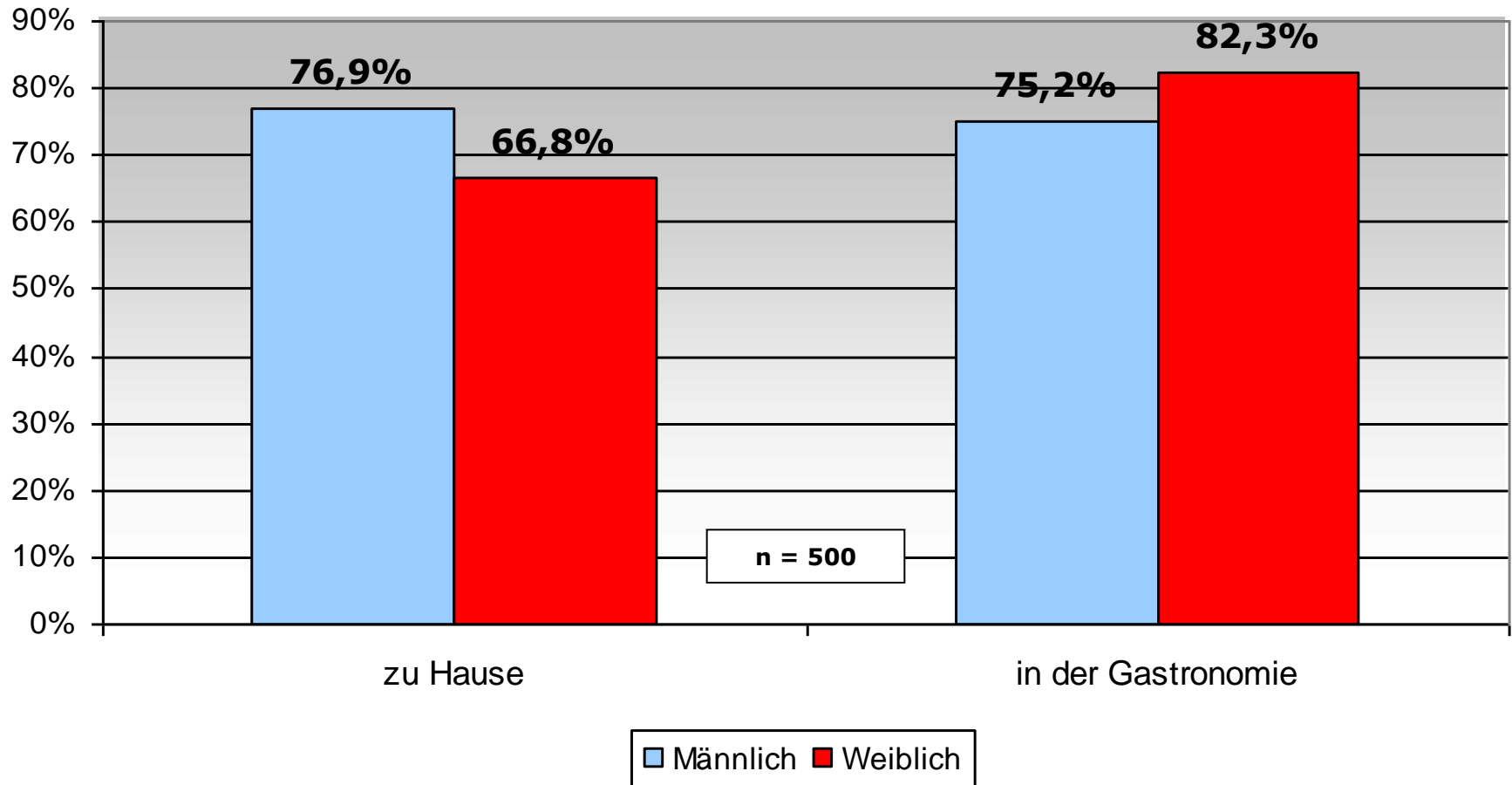
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Weinkonsum: Gastronomie vs. zu Hause:

## Weinkonsum zumindest alle 14 Tage (nach Geschlecht)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wie häufig kaufen Sie in der Regel bei den folgenden Bezugsquellen Wein ein?

n=500	mehrmals pro Woche	ca. einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	ca. einmal pro Monat	alle 2 - 3 Monate	seltener	nie
Lebensmittelhandel	1,2%	8,0%	15,1%	27,1%	19,5%	20,5%	8,6%
Vinothek	0,8%	1,0%	4,0%	8,6%	21,1%	35,9%	28,7%
Direkt beim Winzer / Weinhauer / Heurigen	1,0%	0,6%	3,0%	12,5%	30,1%	38,4%	14,3%
Im Internet/Online Shop/via eMail	0,4%	0,2%	0,6%	2,2%	6,0%	14,9%	75,7%
Beim Wirt "über die Gasse"	2,4%	2,6%	3,6%	4,4%	3,2%	14,7%	69,1%

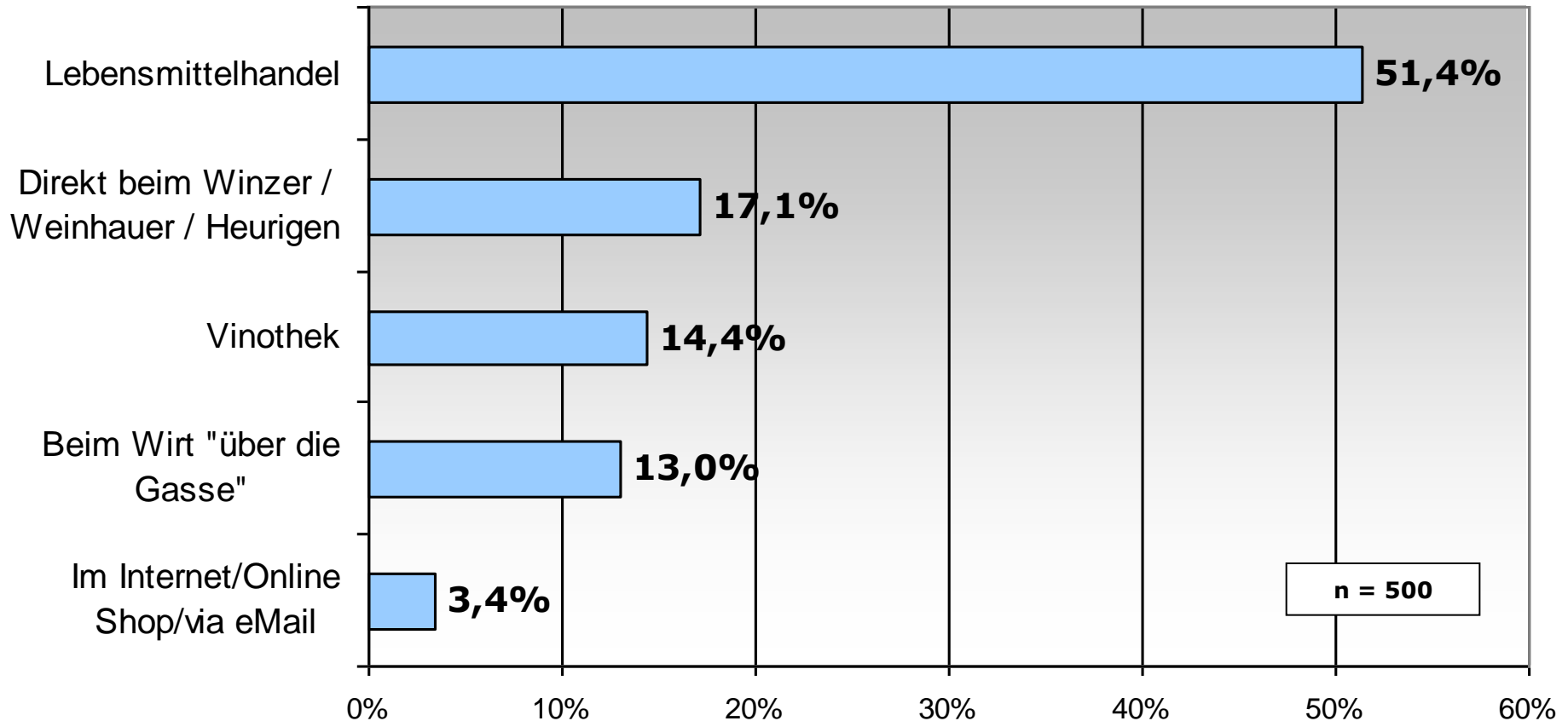
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wie häufig kaufen Sie in der Regel bei den folgenden Bezugsquellen Wein ein?

## Wein-Einkauf zumindest ein Mal pro Monat

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

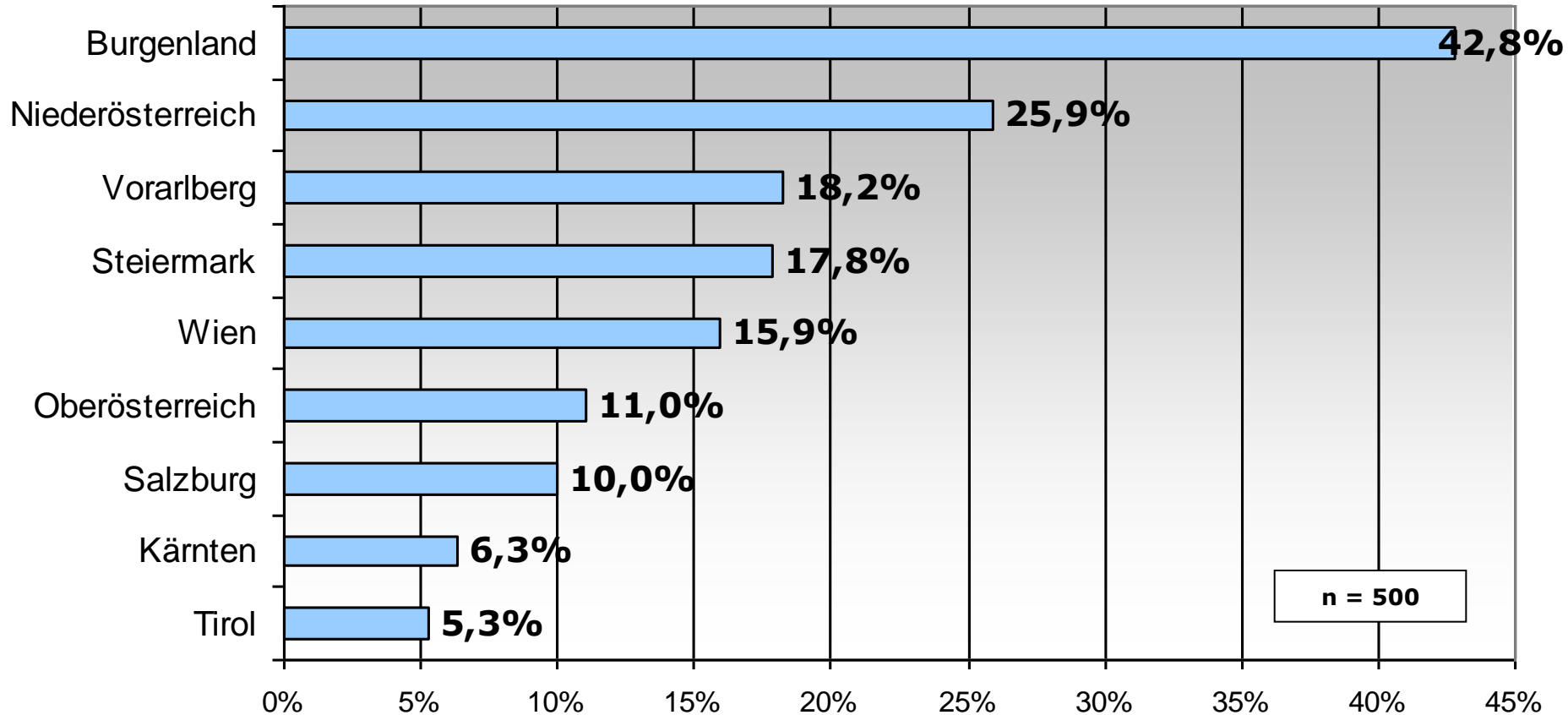




# Wie häufig kaufen Sie in der Regel bei den folgenden Bezugsquellen Wein ein?

## Weinverkauf ab Winzer: zumindest einmal pro Monat

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



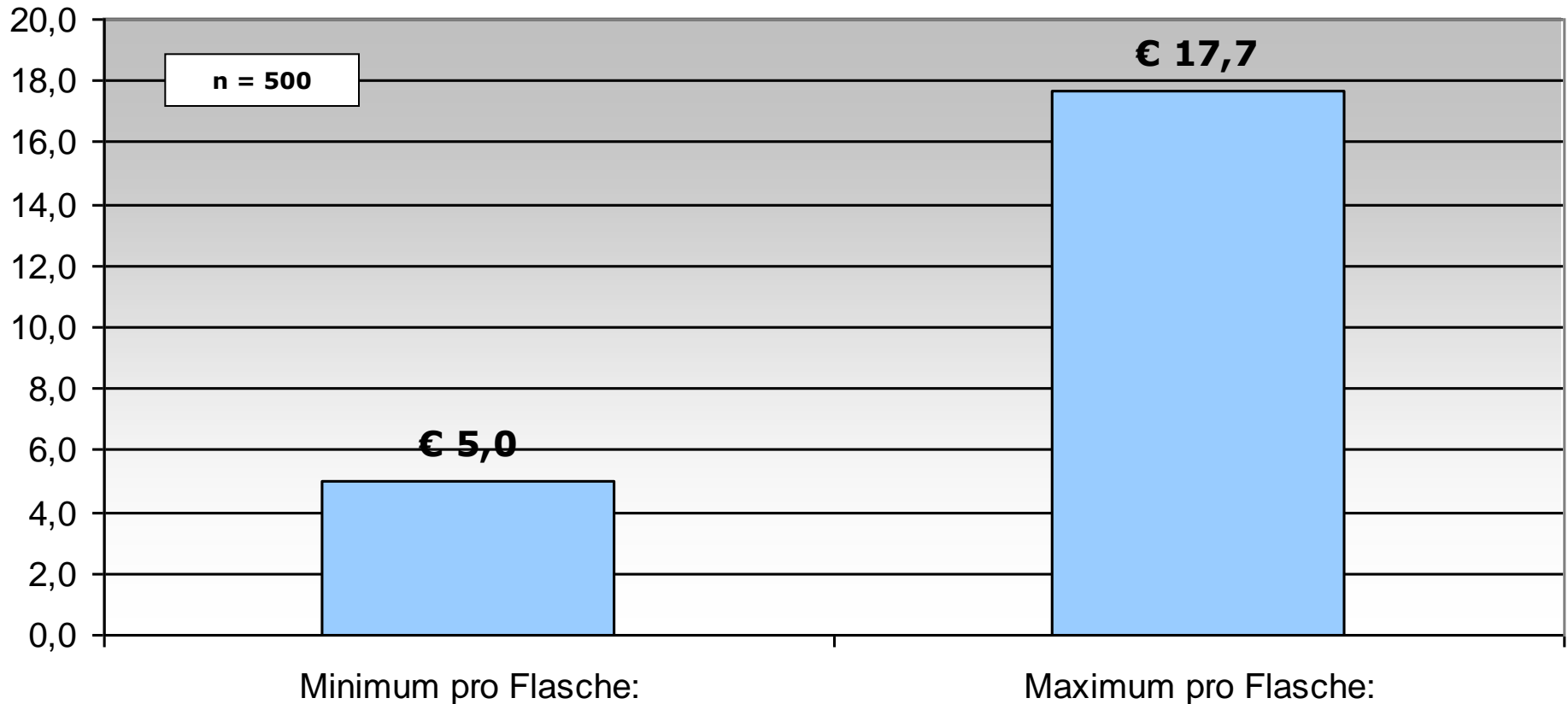
n = 500



# Wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie im **HANDEL** Wein kaufen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## durchschnittlicher Preis pro Flasche im Handel in Euro

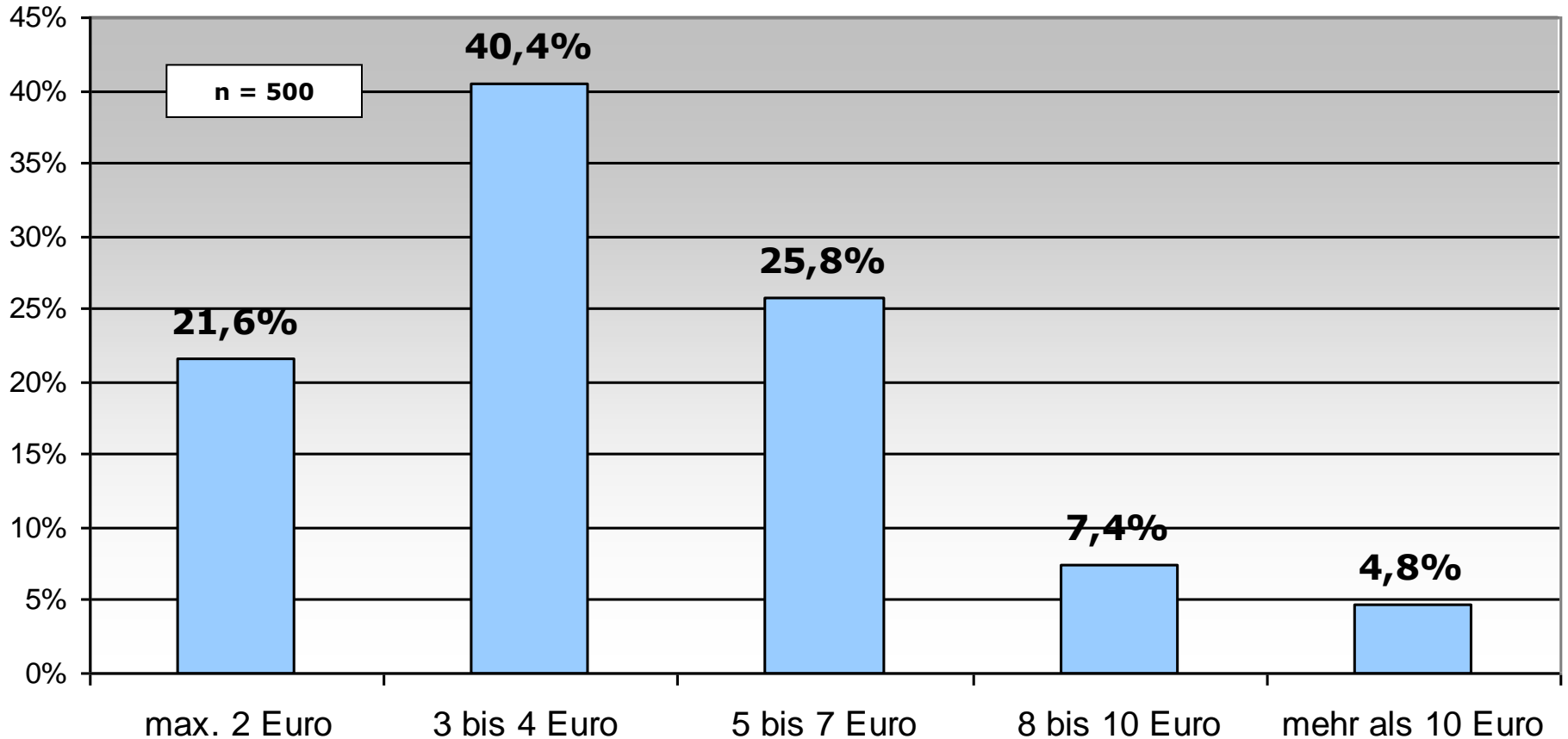
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie im **HANDEL** Wein kaufen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## Minimal-Preis pro Flasche Wein im Handel

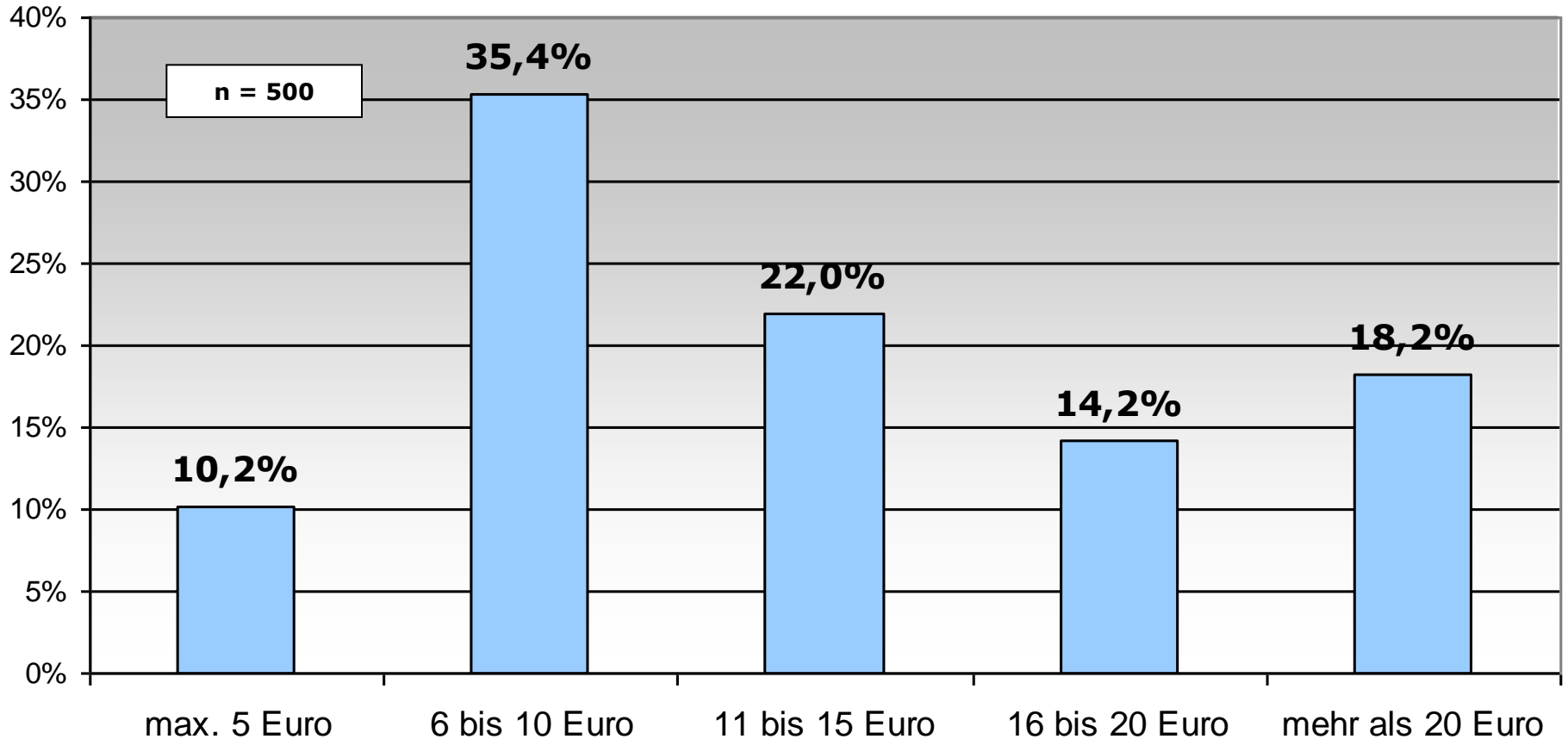
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie im **HANDEL** Wein kaufen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## Maximal-Preis pro Flasche Wein im Handel

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

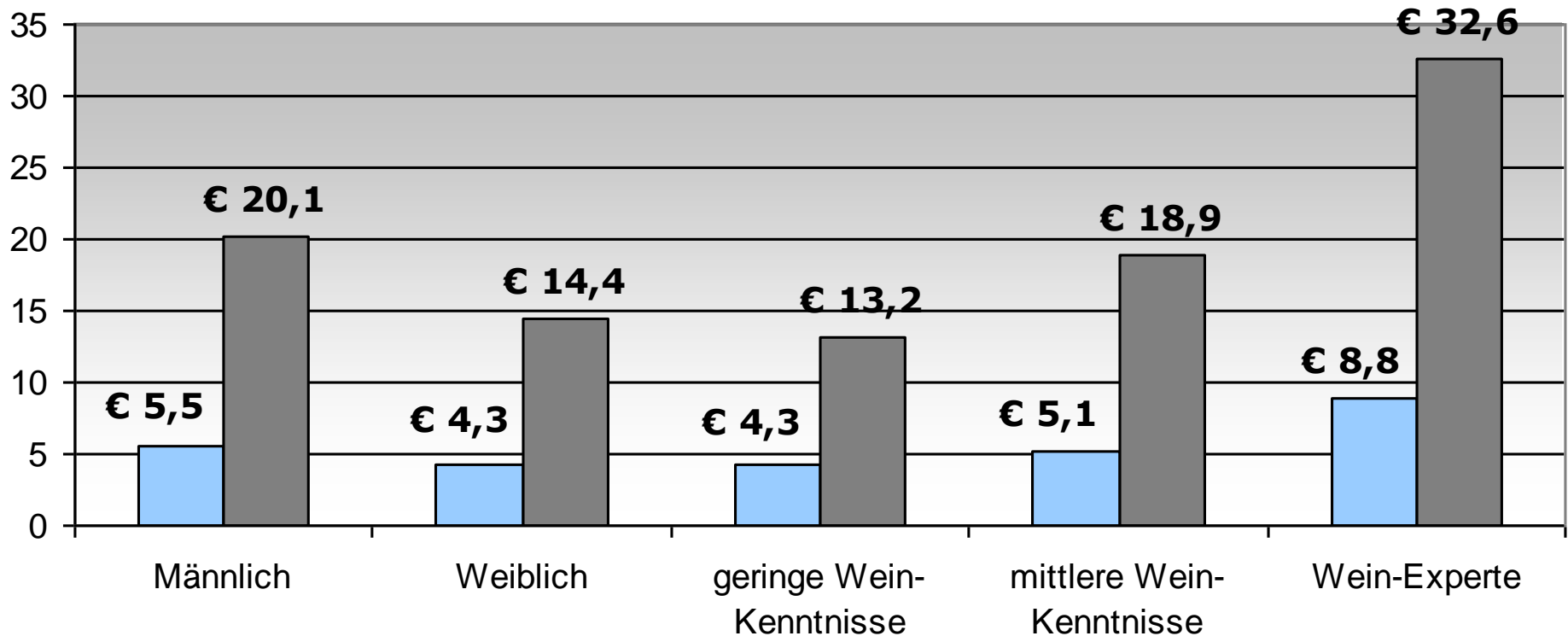


# Wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie im **HANDEL** Wein kaufen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

n = 500

## Durchschnittspreise im Handel in Euro

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



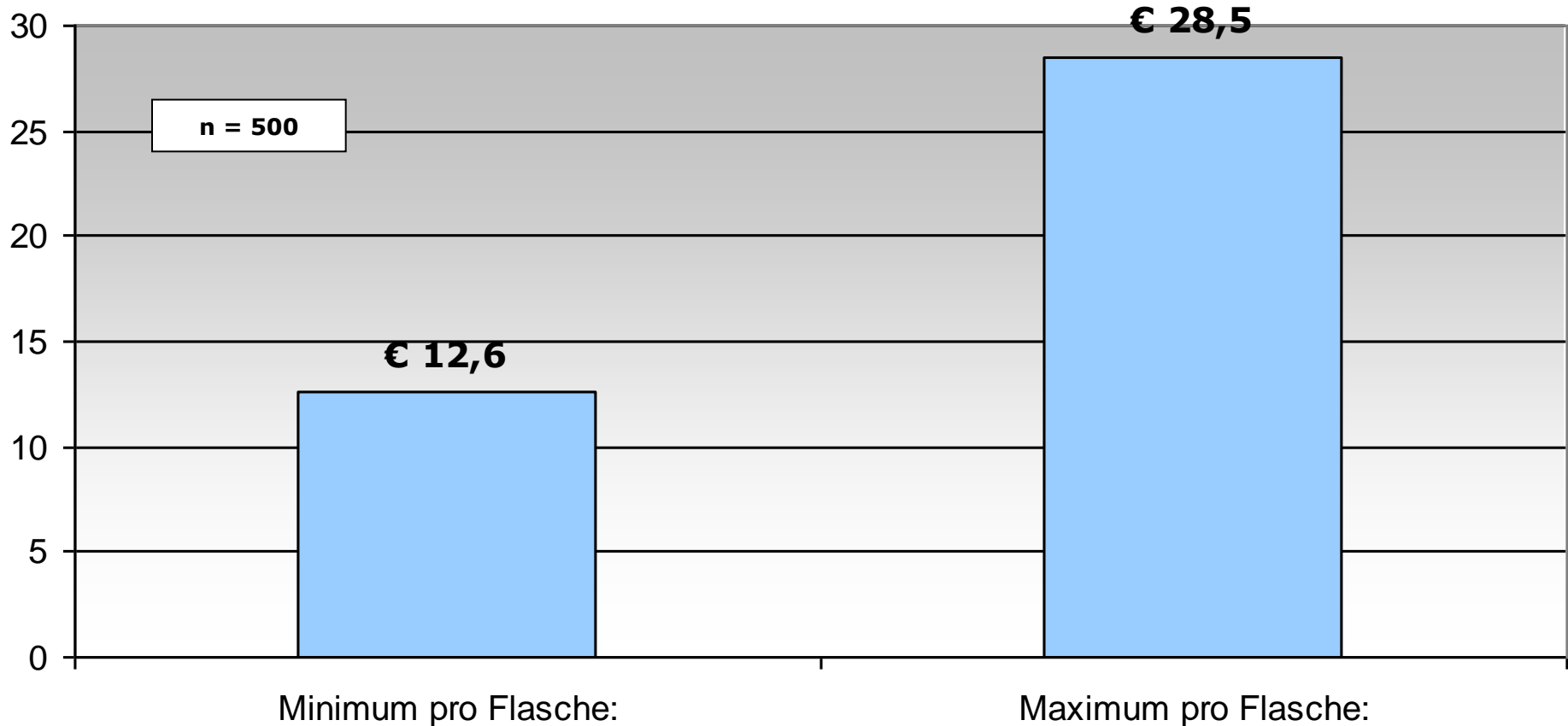
■ Minimum pro Flasche: ■ Maximum pro Flasche:



# Und wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie in einem gastronomischen LOKAL (z.B. einem Restaurant) Wein bestellen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## durchschnittlicher Preis pro Flasche in der Gastronomie in Euro

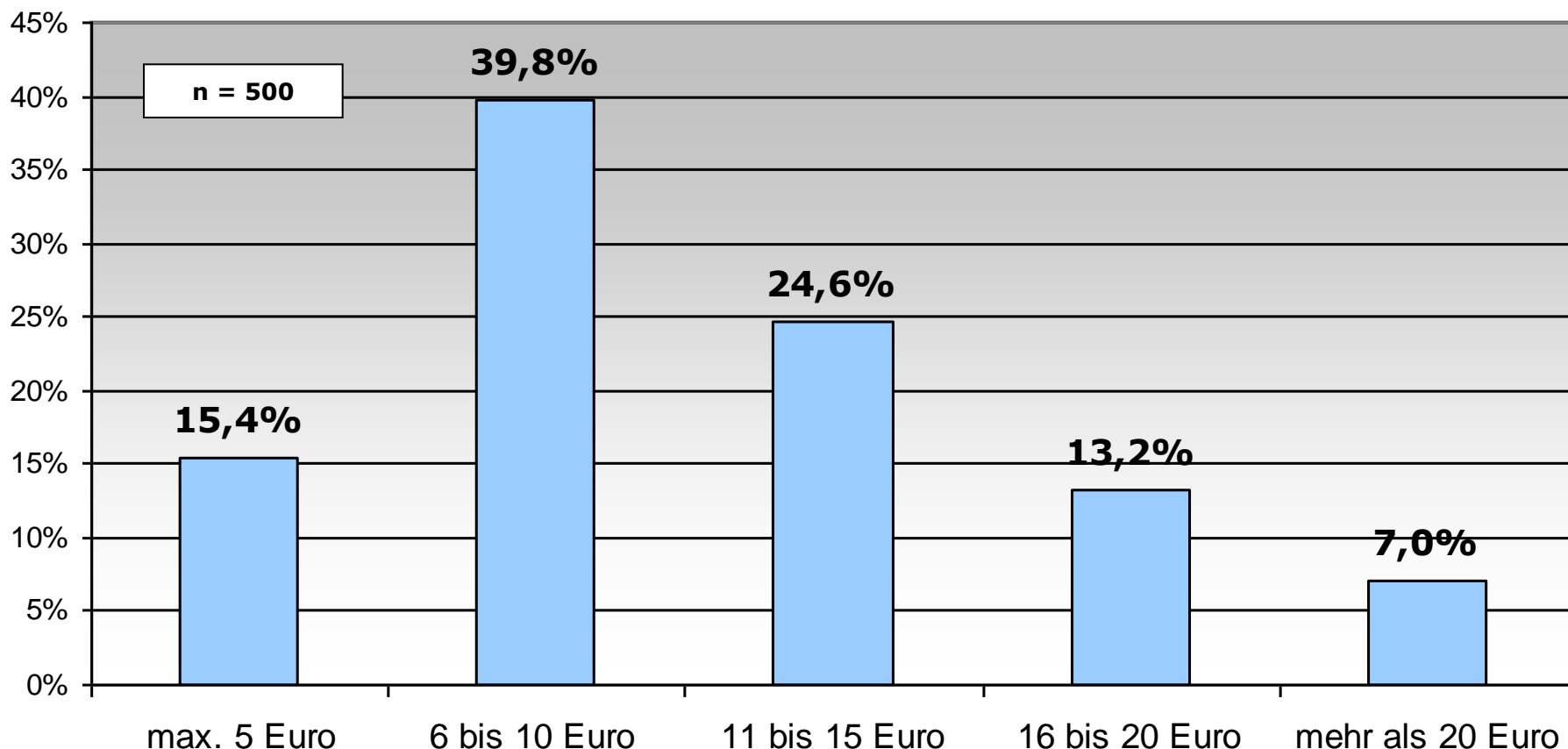
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie in einem gastronomischen LOKAL (z.B. einem Restaurant) Wein bestellen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## Minimal-Betrag pro Flasche Wein in der Gastronomie

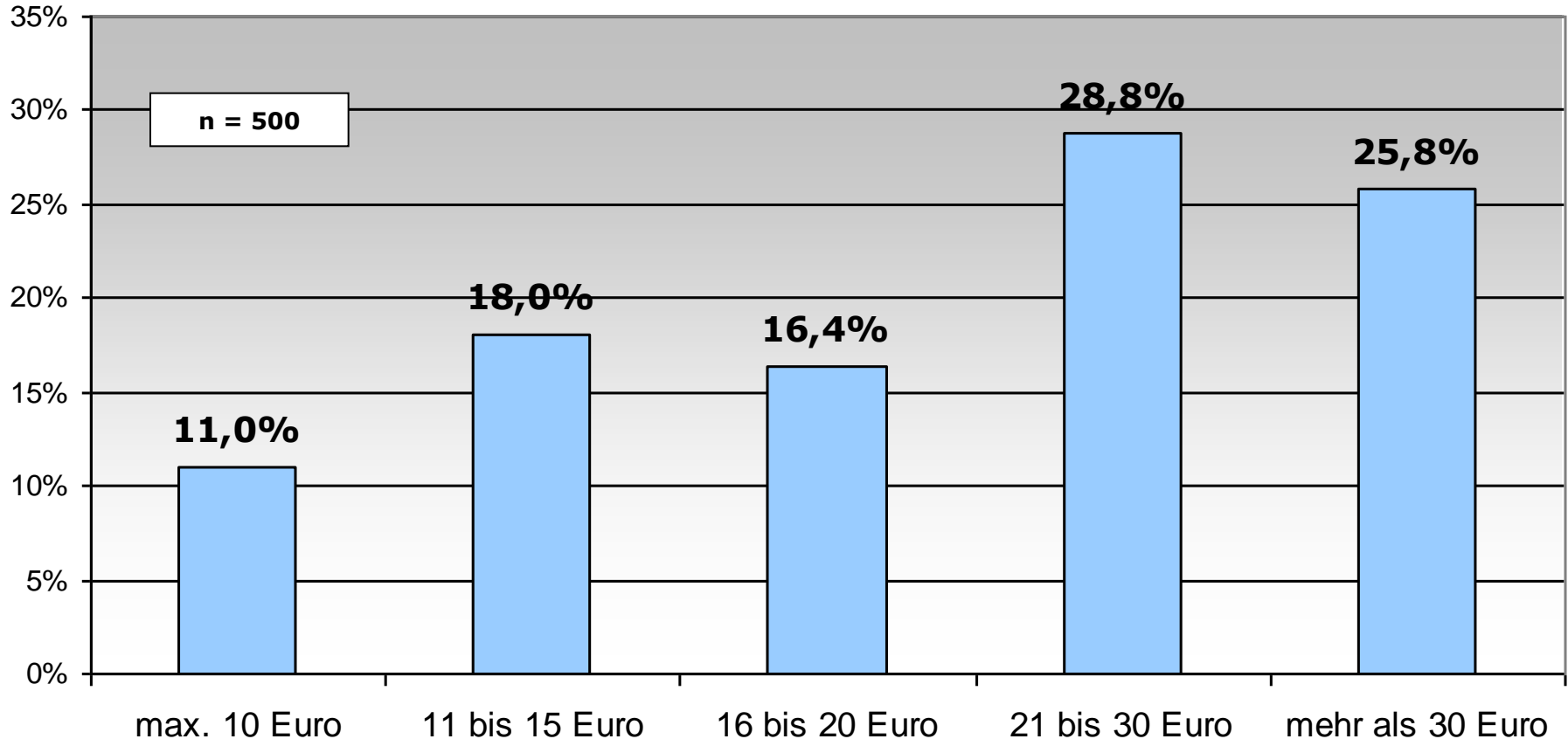
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie in einem gastronomischen LOKAL (z.B. einem Restaurant) Wein bestellen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## Maximal-Betrag pro Flasche Wein in der Gastronomie

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

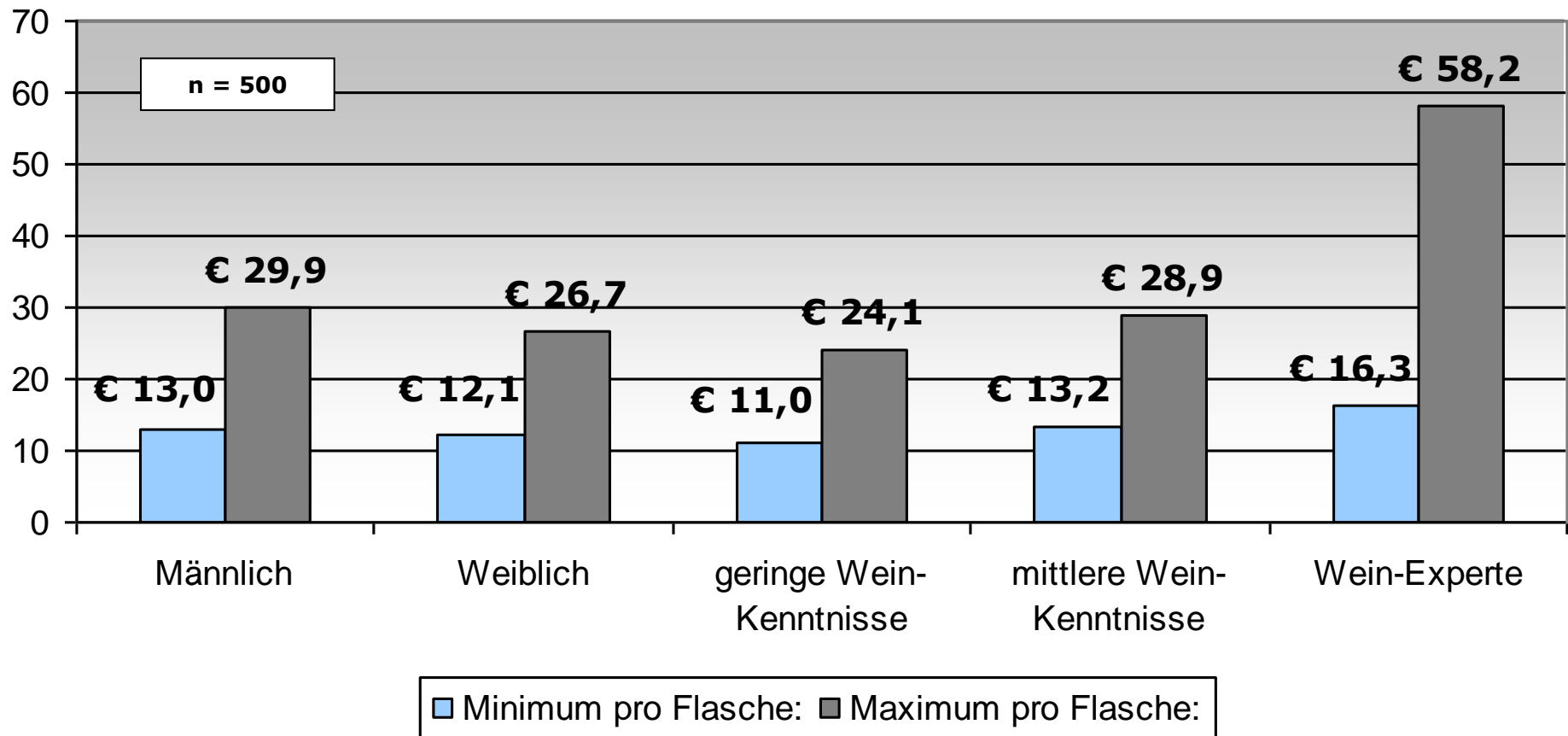




# Und wie viel Euro pro Flasche geben Sie im Durchschnitt aus, wenn Sie in einem gastronomischen LOKAL (z.B. einem Restaurant) Wein bestellen? Ihre beste Schätzung genügt uns dabei:

## Durchschnittspreise in der Gastronomie in Euro

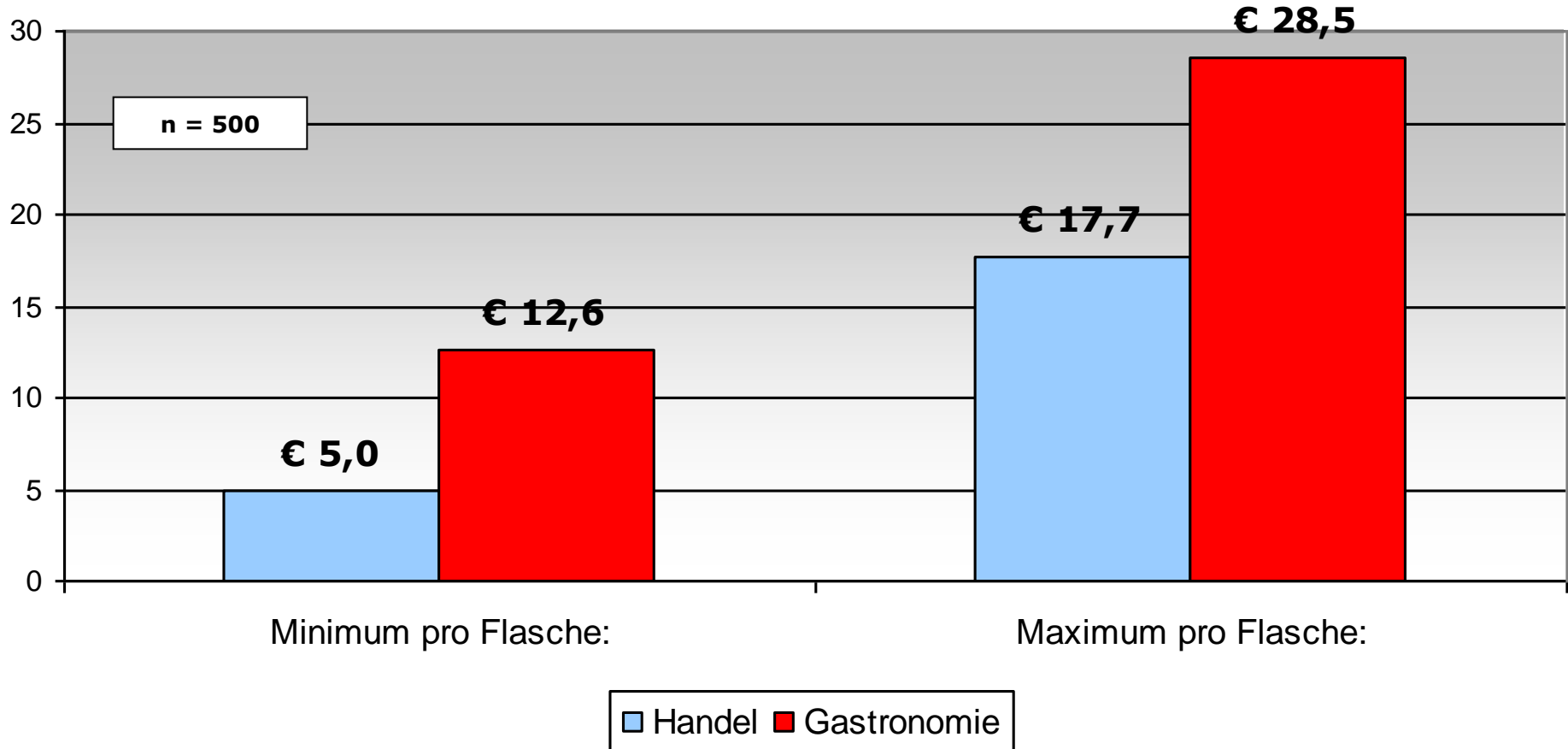
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Durchschnittspreis in Euro pro Flasche Wein: Handel vs. Gastronomie

## Handel vs. Gastronomie

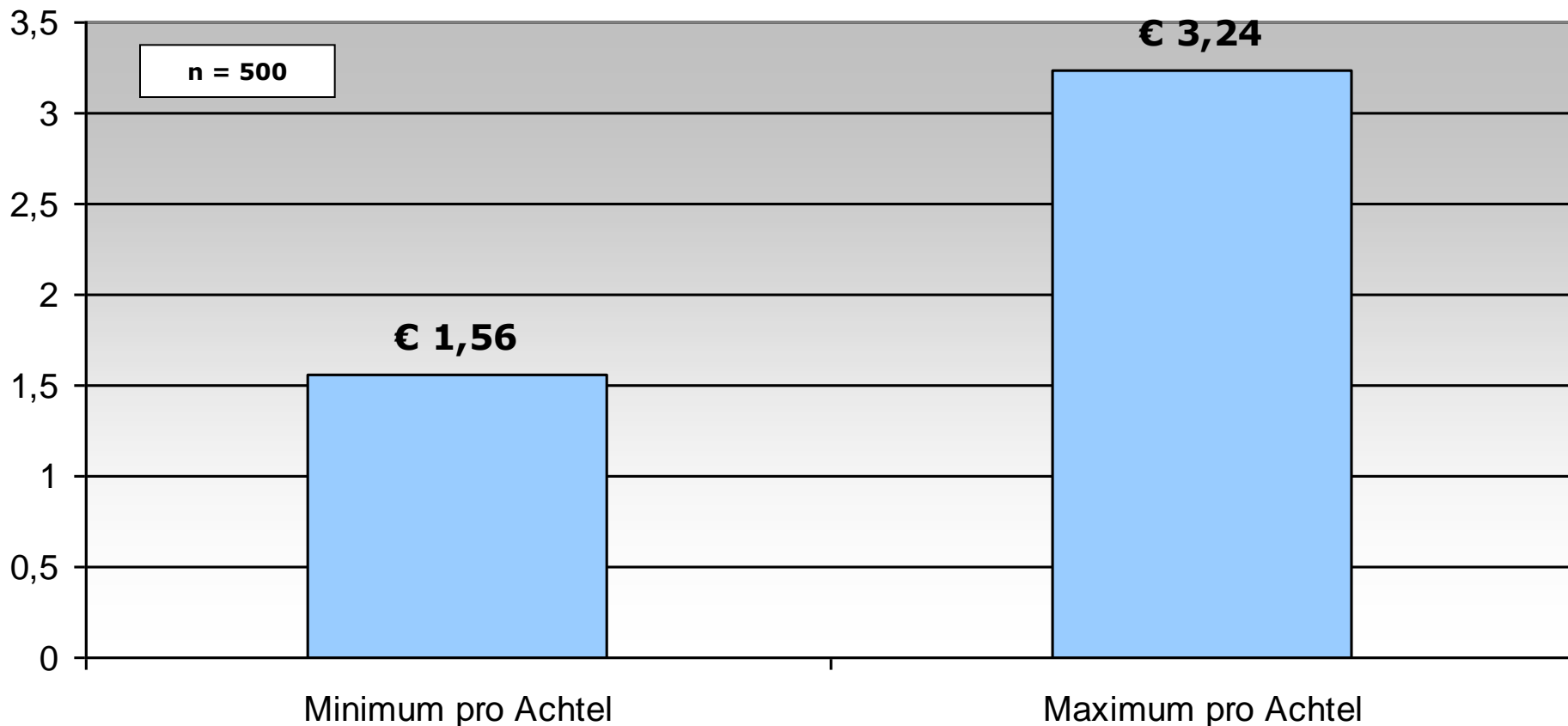
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wieviel geben Sie im Schnitt in einem Gasthaus/Restaurant für 1 Achtel Weißwein aus? Bitte geben Sie eine Preisspanne vom günstigsten zum teuersten Glas Weißwein an:

## durchschnittlicher Preis pro Achtel Weißwein in Euro

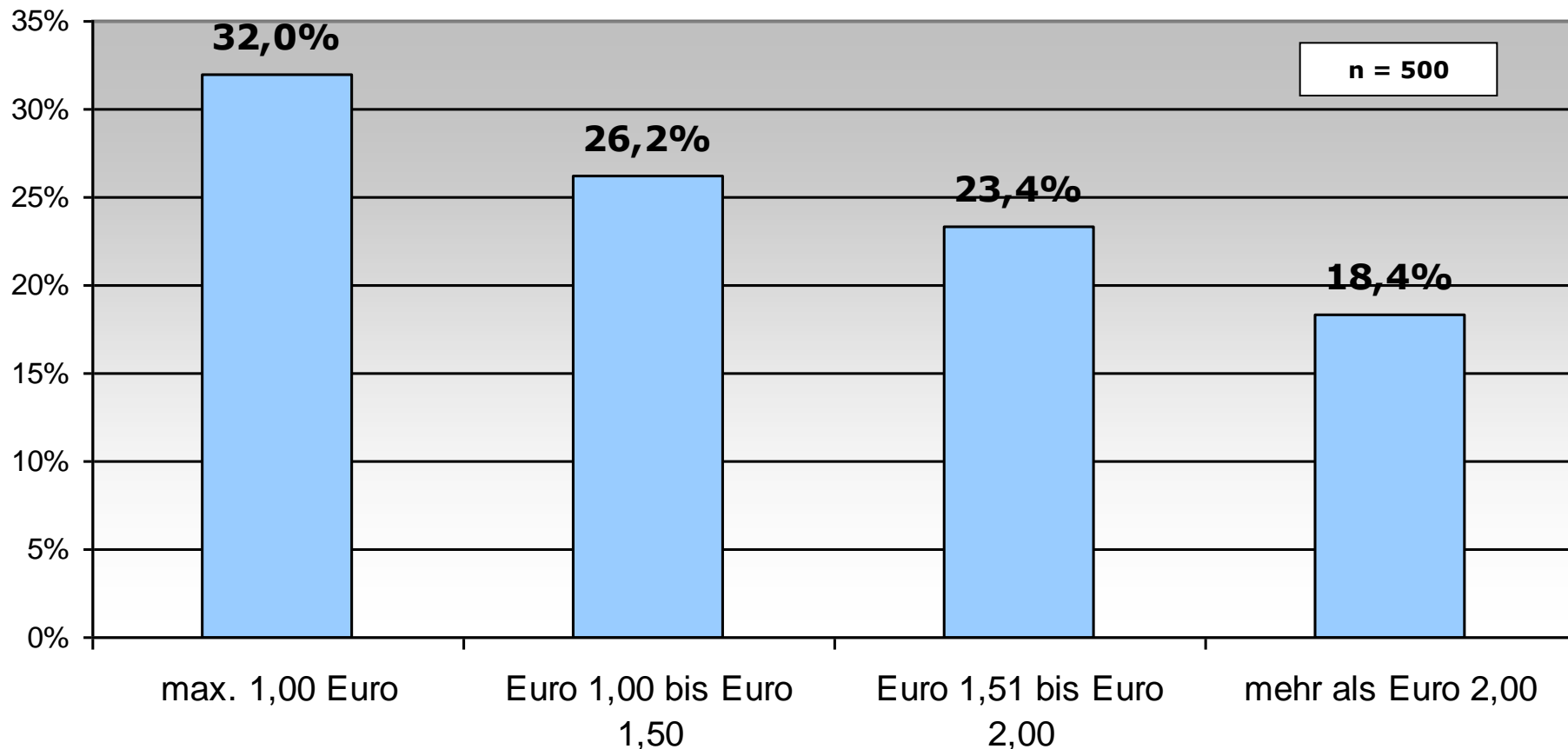
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wieviel geben Sie im Schnitt in einem Gasthaus/Restaurant für 1 Achtel Weißwein aus? Bitte geben Sie eine Preisspanne vom günstigsten zum teuersten Glas Weißwein an:

## Minimal-Preis pro Achtel Weißwein

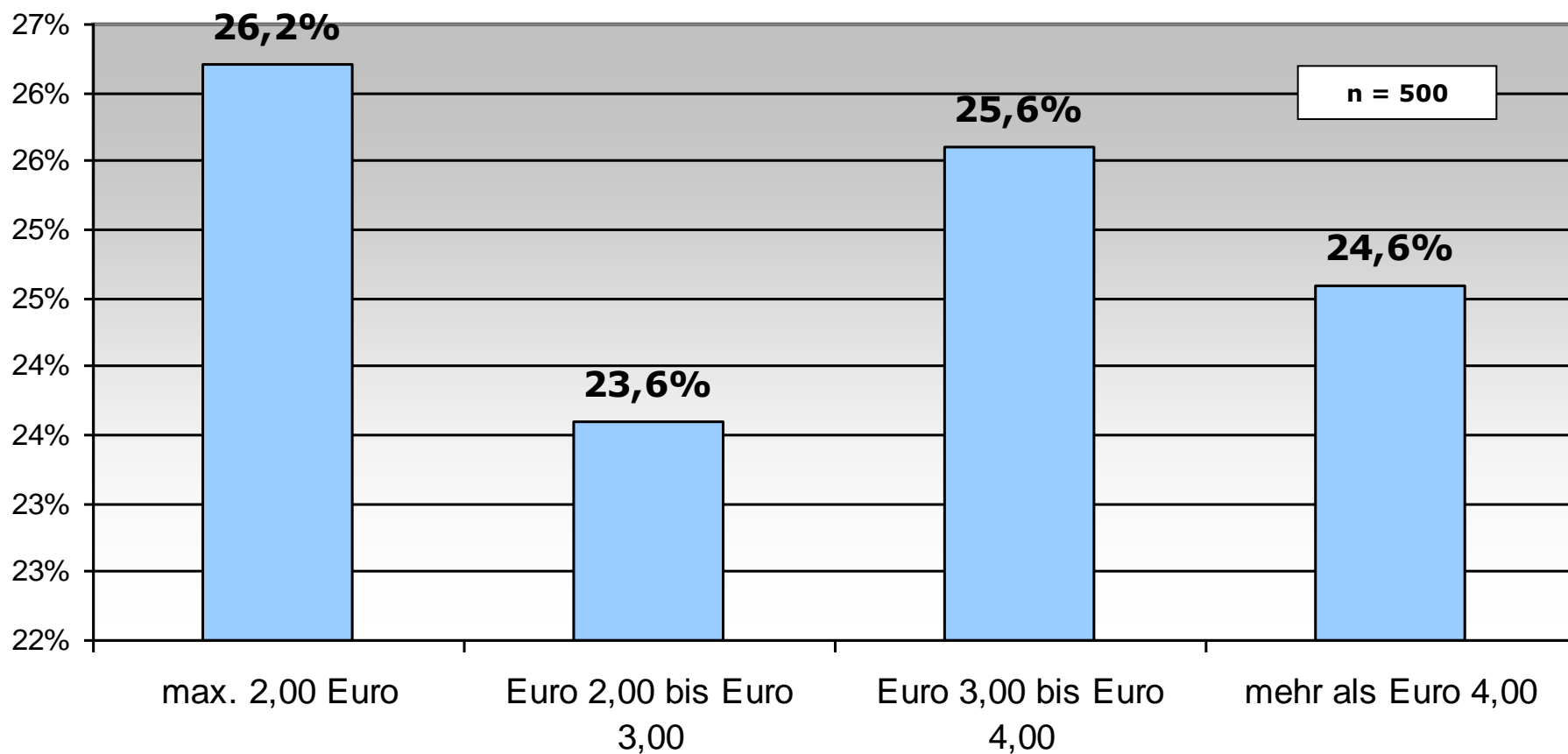
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wieviel geben Sie im Schnitt in einem Gasthaus/Restaurant für 1 Achtel Weißwein aus? Bitte geben Sie eine Preisspanne vom günstigsten zum teuersten Glas Weißwein an:

## Maximal-Preis pro Achtel Weißwein

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

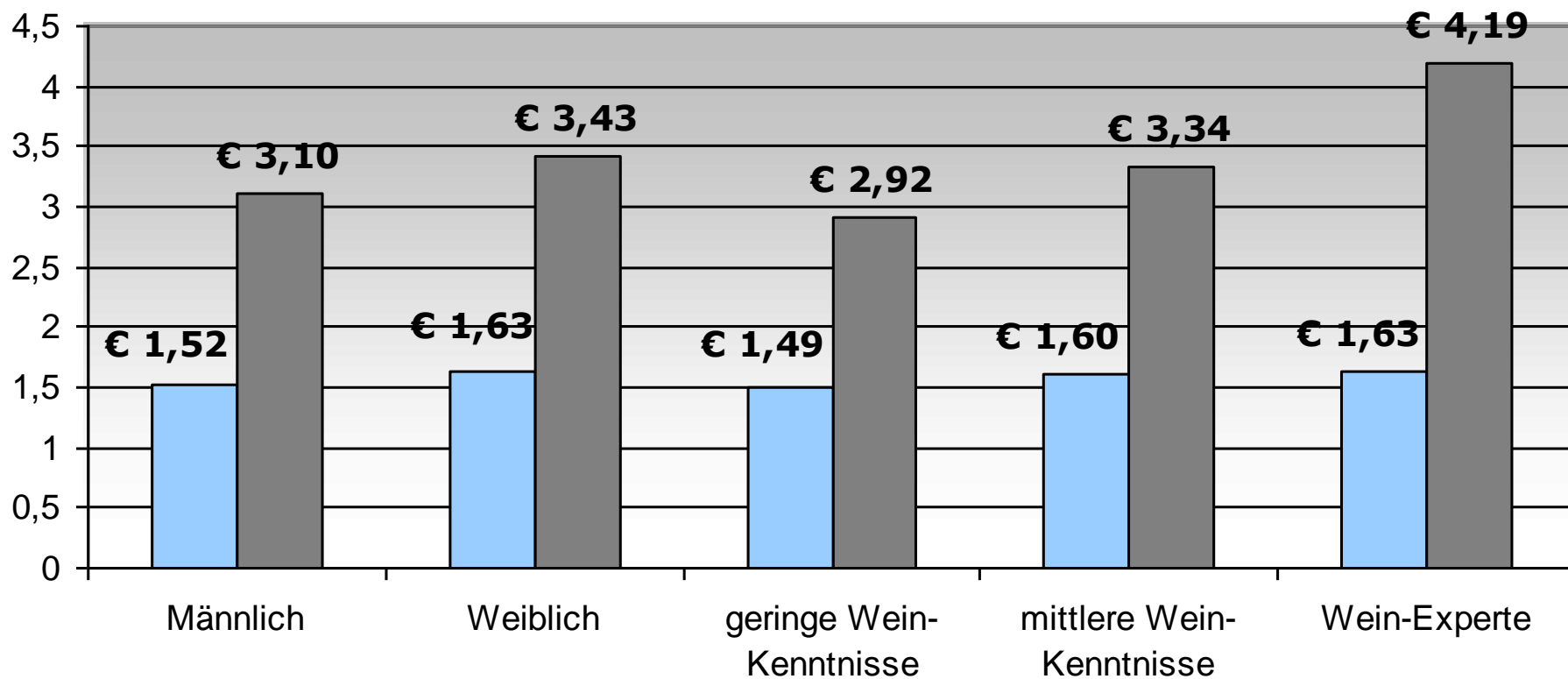


# Wieviel geben Sie im Schnitt in einem Gasthaus/Restaurant für 1 Achtel Weißwein aus? Bitte geben Sie eine Preisspanne vom günstigsten zum teuersten Glas Weißwein an:

n = 500

## Achtel Weißwein in der Gastronomie

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

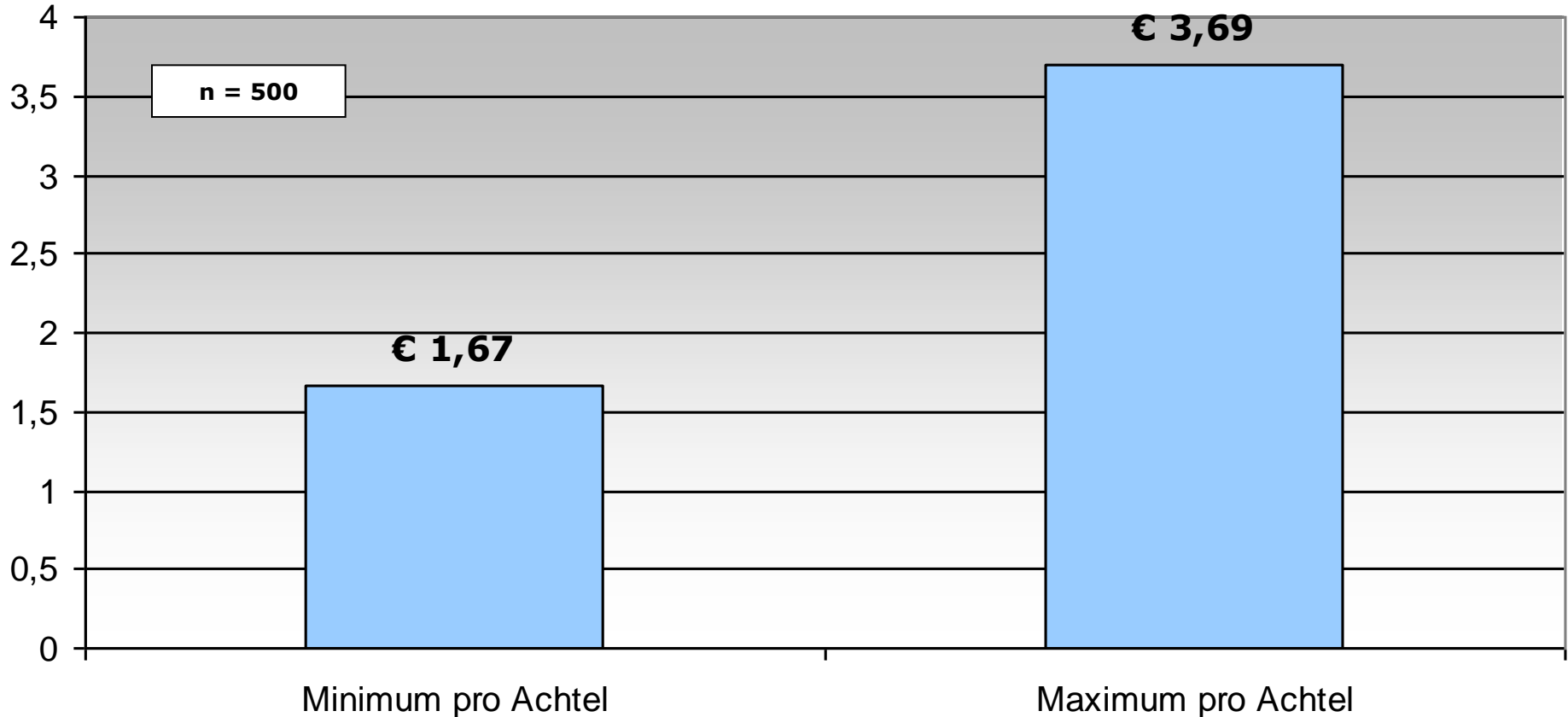


■ Minimum pro Achtel ■ Maximum pro Achtel

# Und in welchem Bereich liegen Ihre Ausgaben für ein Glas Rotwein?

## durchschnittlicher Preis pro Achtel Rotwein in Euro

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

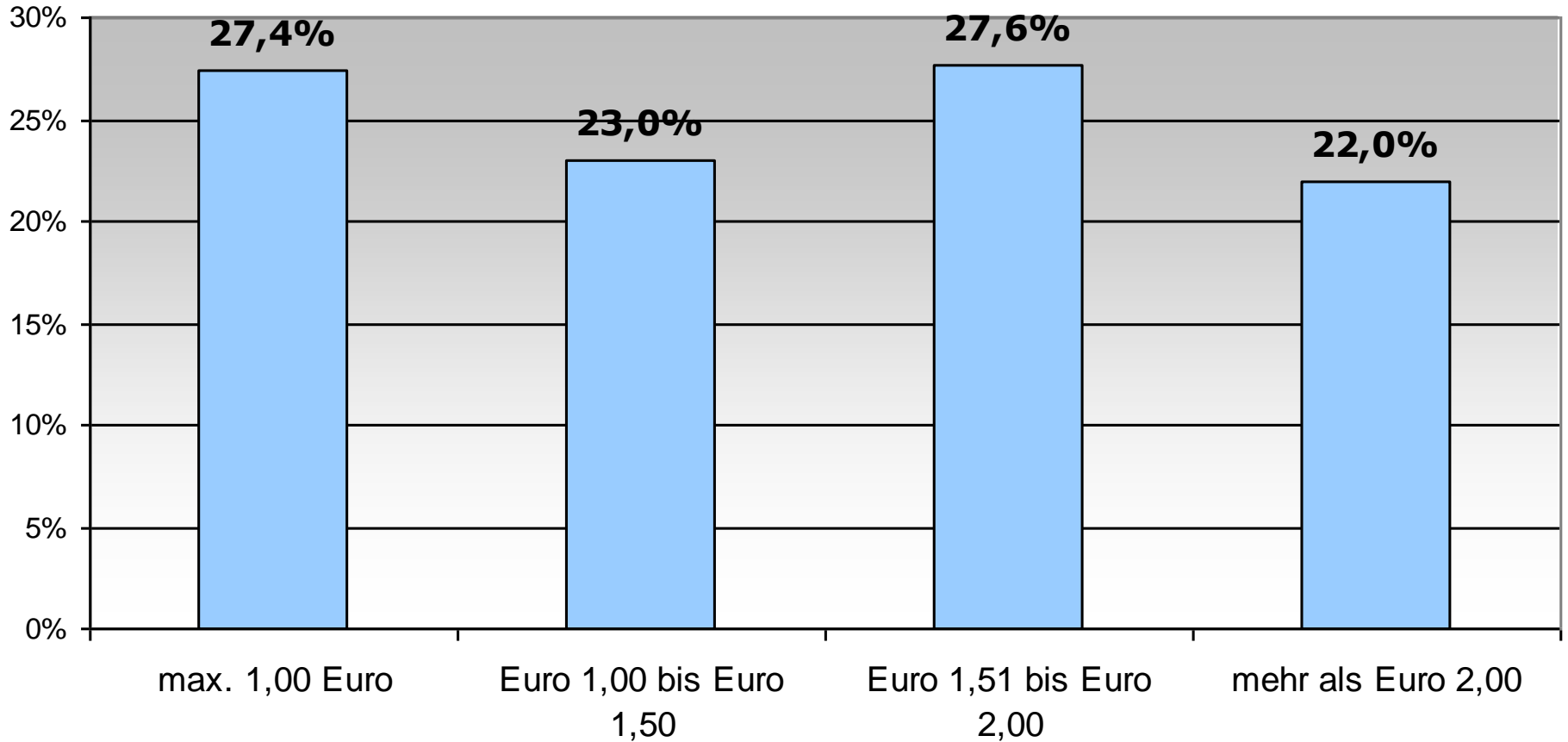


# Und in welchem Bereich liegen Ihre Ausgaben für ein Glas Rotwein?

## Minimal-Preis pro Achtel Rotwein

n = 500

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

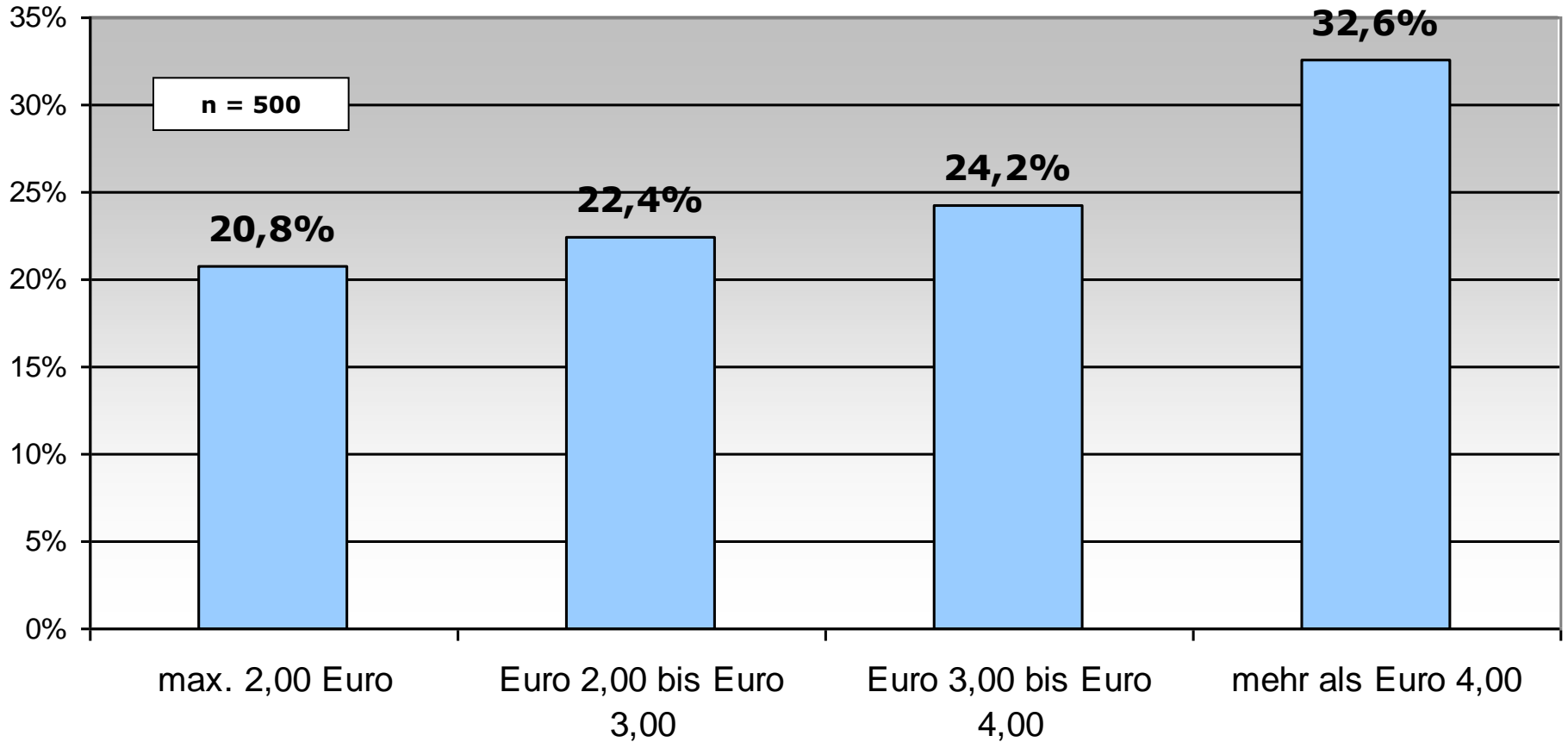




# Und in welchem Bereich liegen Ihre Ausgaben für ein Glas Rotwein?

## Maximal-Preis pro Achtel Rotwein

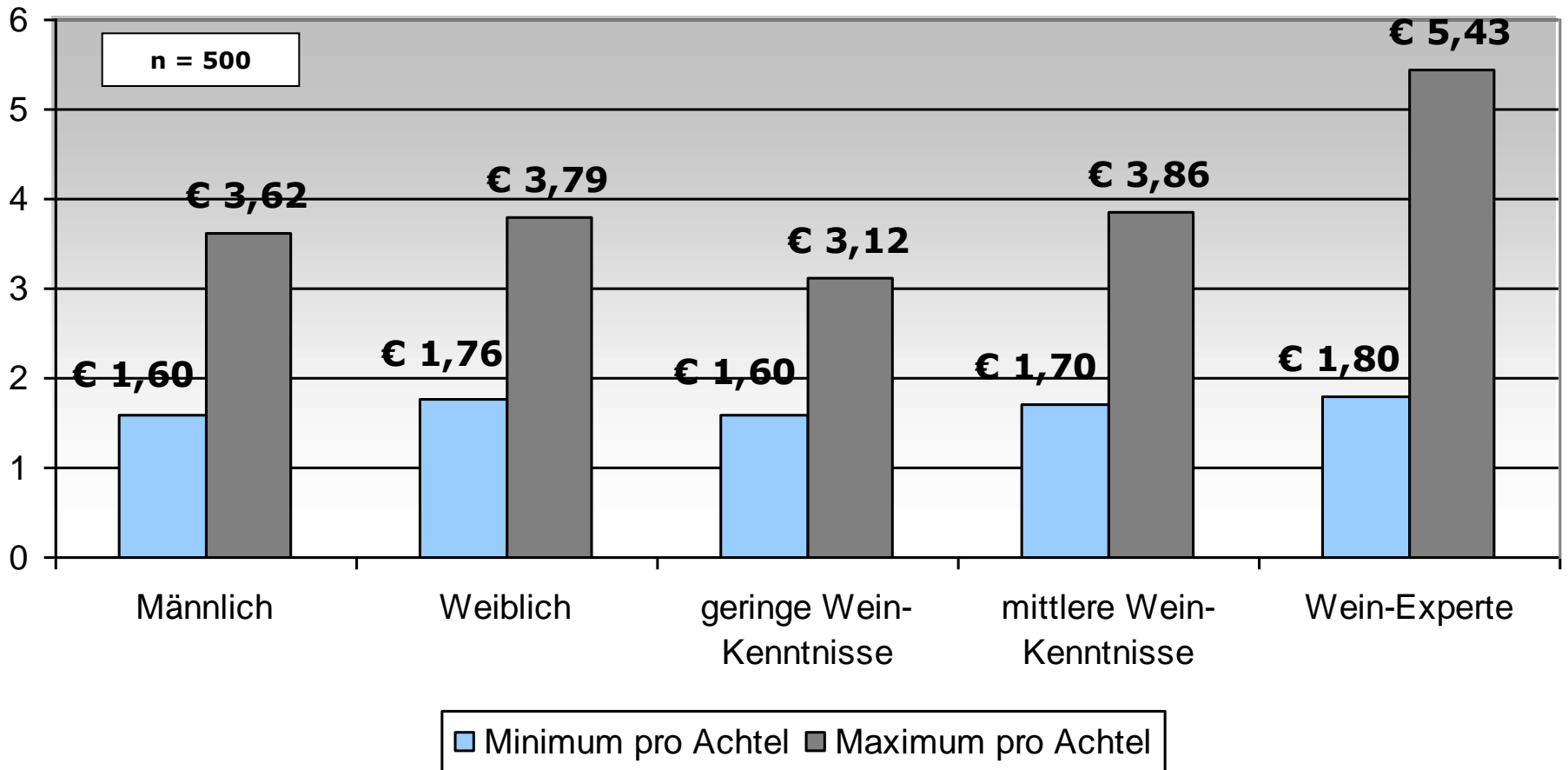
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und in welchem Bereich liegen Ihre Ausgaben für ein Glas Rotwein?

## Achtel Rotwein in der Gastronomie

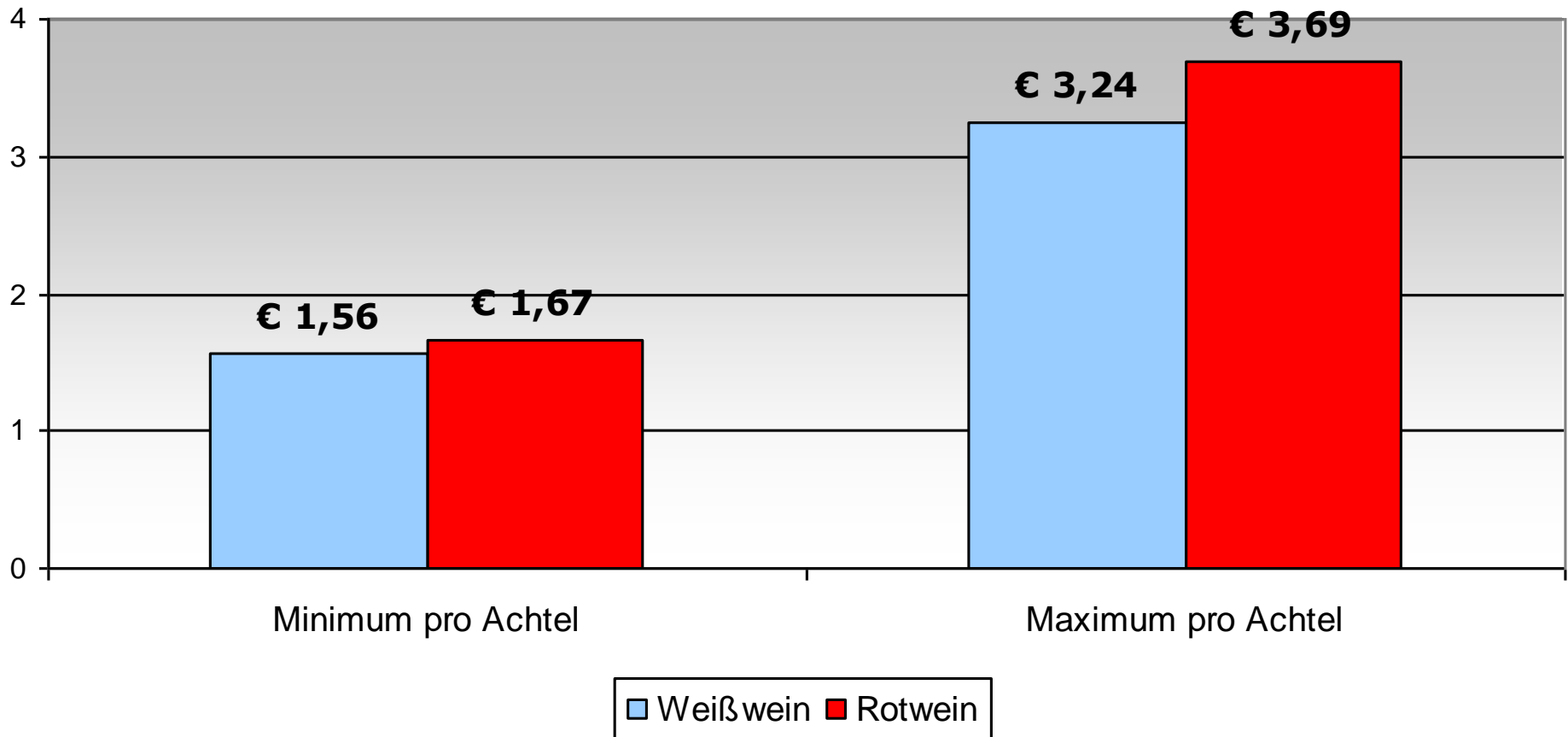
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Rotwein vs. Weißwein: Preis pro Achtel in der Gastronomie

## Achtel Wein in der Gastronomie: "weiß" vs. "rot"

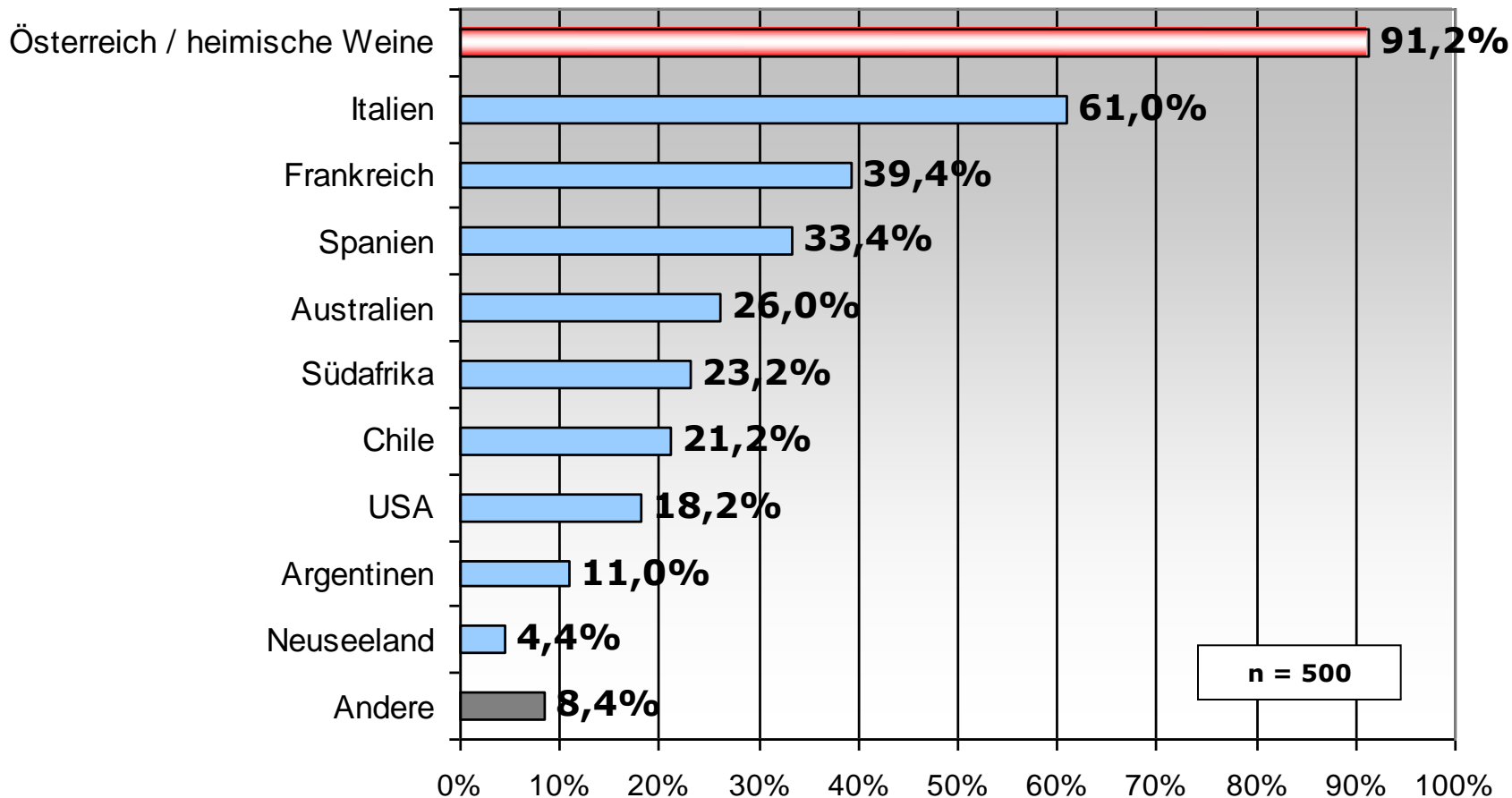
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Welche Herkunftsländer bevorzugen Sie beim Wein?

## bevorzugte Herkunftsländer

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



## Welche Herkunftsländer bevorzugen Sie beim Wein?

	Männlich	Weiblich
<b>absolut</b>	<b>n=286</b>	<b>n=214</b>
<b>Österreich / heimische Weine</b>	<b>92,7%</b>	<b>89,3%</b>
<b>Italien</b>	<b>56,3%</b>	<b>67,3%</b>
<b>Frankreich</b>	<b>40,6%</b>	<b>37,9%</b>
<b>Spanien</b>	<b>33,2%</b>	<b>33,6%</b>
<b>Australien</b>	<b>25,5%</b>	<b>26,6%</b>
<b>Chile</b>	<b>22,4%</b>	<b>19,6%</b>
<b>Südafrika</b>	<b>21,0%</b>	<b>26,2%</b>
<b>USA</b>	<b>19,2%</b>	<b>16,8%</b>
<b>Argentinien</b>	<b>11,2%</b>	<b>10,7%</b>
<b>Neuseeland</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,2%</b>
<b>Andere</b>	<b>8,4%</b>	<b>8,4%</b>

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

## Welche Herkunftsländer bevorzugen Sie beim Wein?

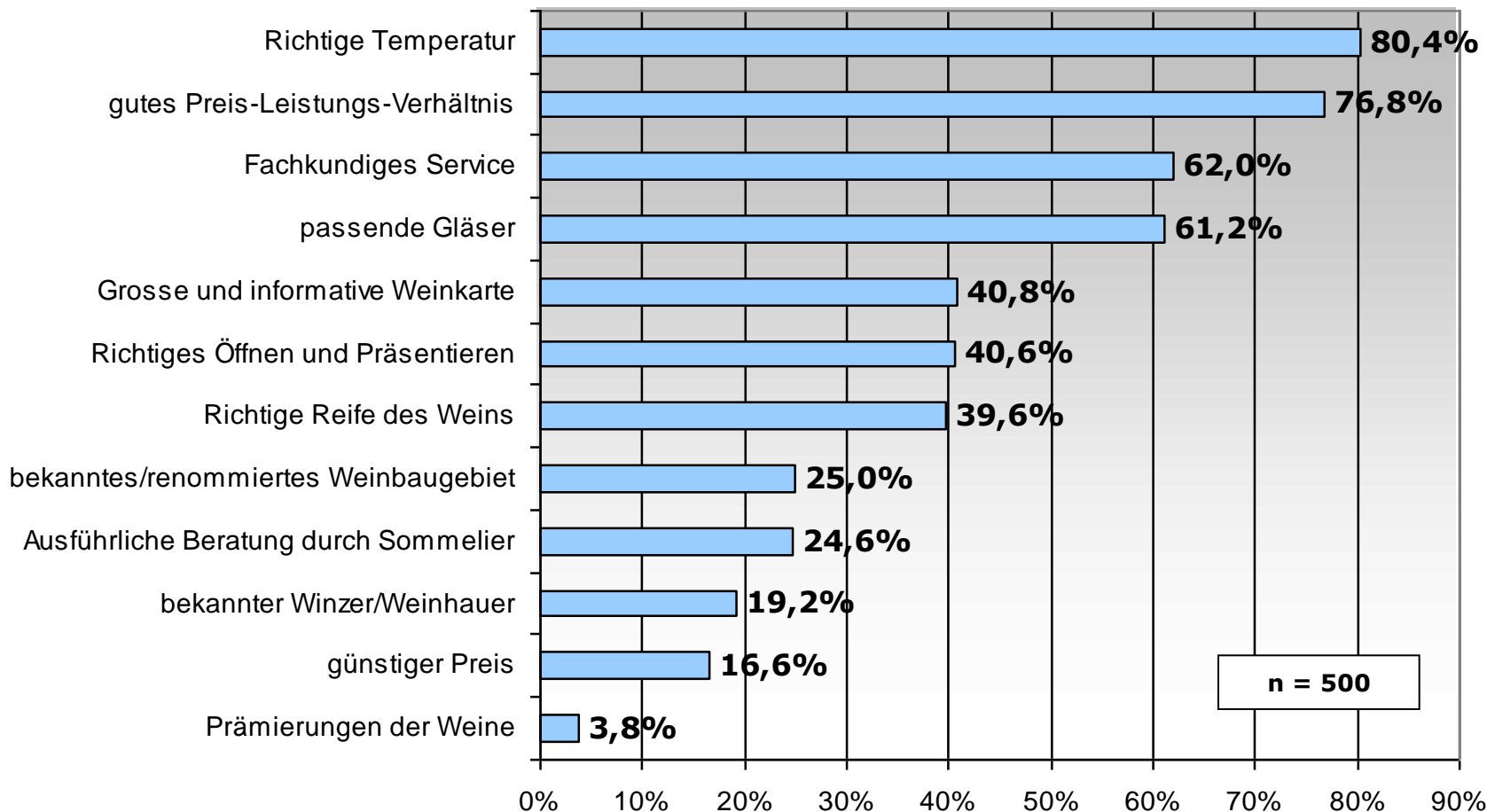
	geringe Wein-Kenntnisse	mittlere Wein-Kenntnisse	Wein-Experte
<b>Österreich / heimische Weine</b>	<b>91,1%</b>	<b>92,0%</b>	<b>78,9%</b>
<b>Italien</b>	<b>56,1%</b>	<b>62,7%</b>	<b>73,7%</b>
<b>Spanien</b>	<b>25,5%</b>	<b>36,1%</b>	<b>52,6%</b>
<b>Frankreich</b>	<b>38,2%</b>	<b>39,5%</b>	<b>47,4%</b>
<b>USA</b>	<b>14,6%</b>	<b>18,5%</b>	<b>42,1%</b>
<b>Australien</b>	<b>19,1%</b>	<b>28,4%</b>	<b>42,1%</b>
<b>Chile</b>	<b>11,5%</b>	<b>25,3%</b>	<b>31,6%</b>
<b>Südafrika</b>	<b>17,2%</b>	<b>25,9%</b>	<b>26,3%</b>
<b>Argentinien</b>	<b>8,3%</b>	<b>11,7%</b>	<b>21,1%</b>
<b>Neuseeland</b>	<b>2,5%</b>	<b>4,9%</b>	<b>10,5%</b>
<b>Andere</b>	<b>8,3%</b>	<b>8,0%</b>	<b>15,8%</b>

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

# Wenn Sie in ein gehobenes Lokal gehen, welche Elemente sind für Sie bei Weinen von besonders großer Wichtigkeit?

## wichtige Aspekte beim Wein-Konsum in der Gastronomie

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



## Wenn Sie in ein gehobenes Lokal gehen, welche Elemente sind für Sie bei Weinen von besonders großer Wichtigkeit?

	geringe Wein-Kenntnisse	mittlere Wein-Kenntnisse	Wein-Experte
Richtige Temperatur	71,3%	84,0%	94,7%
gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	77,7%	75,3%	94,7%
Fachkundiges Service	57,3%	63,3%	78,9%
passende Gläser	44,6%	68,2%	78,9%
Richtiges Öffnen und Präsentieren	28,0%	45,4%	63,2%
Richtige Reife des Weins	26,1%	45,1%	57,9%
Grosse und informative Weinkarte	35,0%	43,2%	47,4%
Ausführliche Beratung durch Sommelier	19,1%	26,5%	36,8%
bekannter Winzer/Weinhauer	10,2%	23,1%	26,3%
günstiger Preis	24,2%	12,7%	21,1%
bekanntes/renommiertes Weinbaugebiet	21,0%	27,2%	21,1%
Prämierungen der Weine	3,8%	3,4%	10,5%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)





**Denken Sie nun bitte an die Entscheidung, in wie weit Sie in gastronomischen Lokalen Wein in der Flasche oder glasweise bestellen. Bitte bewerten Sie die einzelnen Kriterien von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":**

<b>n = 500</b>	<b>sehr wichtig</b>	<b>eher wichtig</b>	<b>weder noch</b>	<b>eher weniger wichtig</b>	<b>überhaupt nicht wichtig</b>
<b>Anlass für den Lokal-Besuch</b>	<b>22,2%</b>	<b>37,0%</b>	<b>23,8%</b>	<b>10,2%</b>	<b>6,8%</b>
<b>Anzahl der Personen am Tisch, die Wein trinken</b>	<b>24,8%</b>	<b>28,2%</b>	<b>17,4%</b>	<b>16,6%</b>	<b>13,0%</b>
<b>Fachliche Beratung des gastronomischen Mitarbeiters</b>	<b>16,0%</b>	<b>39,4%</b>	<b>27,6%</b>	<b>11,4%</b>	<b>5,6%</b>
<b>Sortiment an Weinen die glasweise ausgeschenkt werden</b>	<b>33,0%</b>	<b>42,8%</b>	<b>14,4%</b>	<b>7,6%</b>	<b>2,2%</b>
<b>Sortiment an Weinen die flaschenweise ausgeschenkt werden</b>	<b>16,2%</b>	<b>40,2%</b>	<b>24,8%</b>	<b>14,0%</b>	<b>4,8%</b>
<b>Lokal-Typ</b>	<b>19,0%</b>	<b>42,8%</b>	<b>25,4%</b>	<b>7,6%</b>	<b>5,2%</b>
<b>Preise</b>	<b>18,2%</b>	<b>49,0%</b>	<b>23,0%</b>	<b>7,8%</b>	<b>2,0%</b>
<b>gewählte Speise(n)</b>	<b>27,6%</b>	<b>44,0%</b>	<b>17,4%</b>	<b>7,8%</b>	<b>3,2%</b>

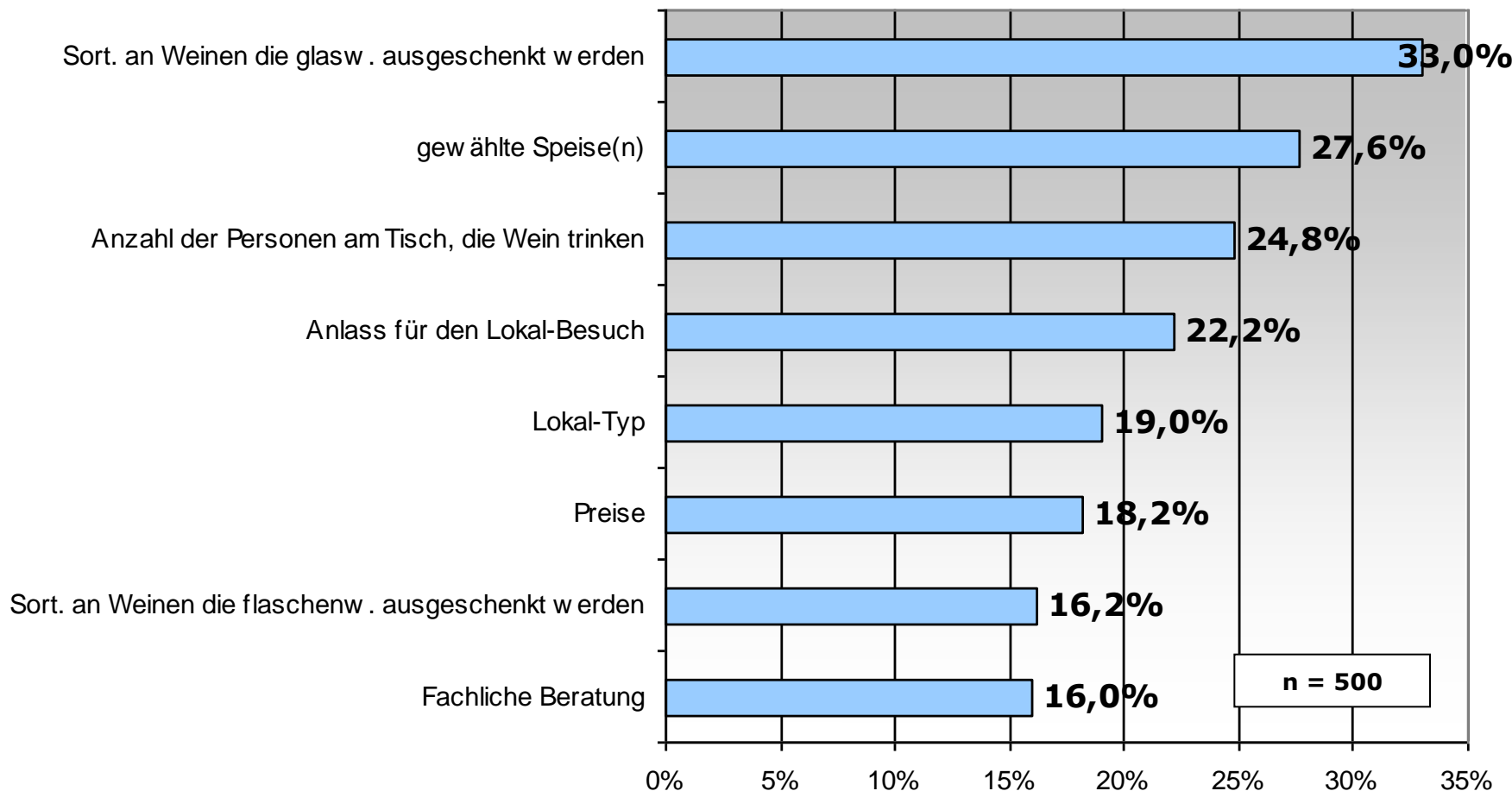
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Denken Sie nun bitte an die Entscheidung, in wie weit Sie in gastronomischen Lokalen Wein in der Flasche oder glasweise bestellen. Bitte bewerten Sie die einzelnen Kriterien von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

## Glas vs. Flasche: wichtige Aspekte für die Bestell-Entscheidung (Top-Box)

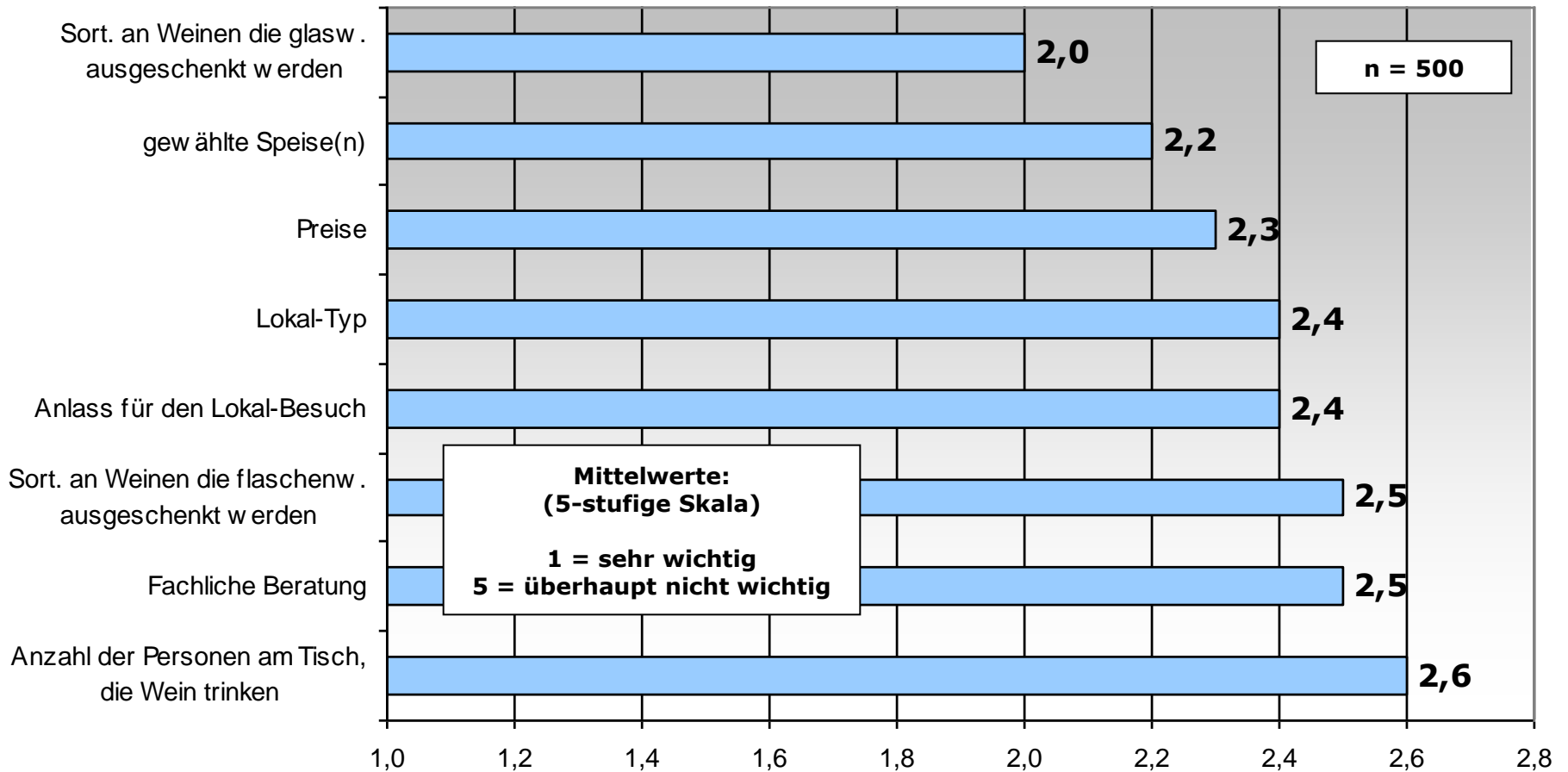
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Denken Sie nun bitte an die Entscheidung, in wie weit Sie in gastronomischen Lokalen Wein in der Flasche oder glasweise bestellen. Bitte bewerten Sie die einzelnen Kriterien von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

## Glas vs. Flasche: wichtige Aspekte bei der Bestellung (Mittelwerte)

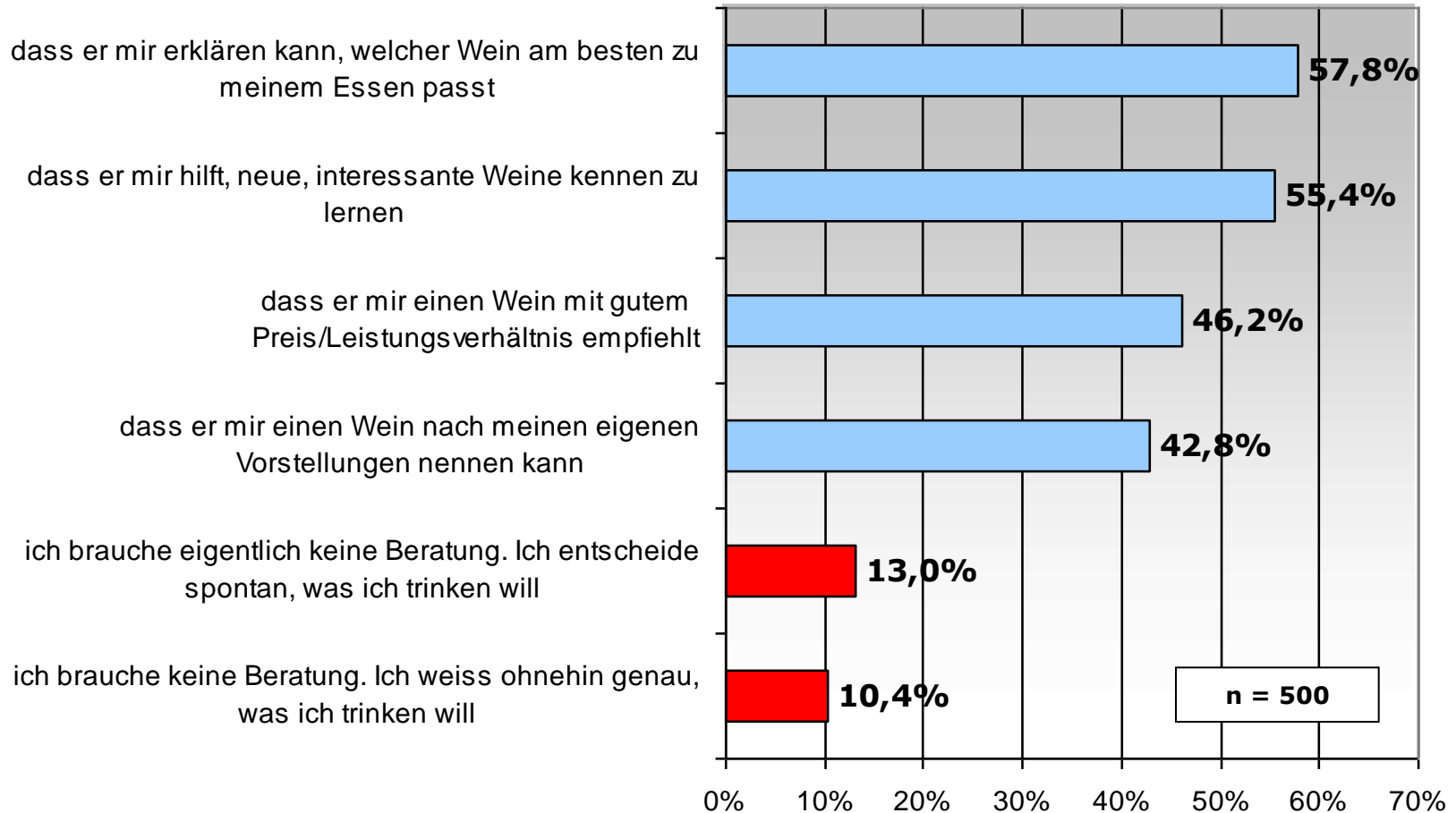
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wenn Sie in einem Restaurant zum Essen bestellen und dazu ein Glas oder eine Flasche Wein wünschen, welche Art der Beratung erwarten Sie von einem gastronomischen Mitarbeiter/in?

## bevorzugte Beratung

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Wenn Sie in einem Restaurant zum Essen bestellen und dazu ein Glas oder eine Flasche Wein wünschen, welche Art der Beratung erwarten Sie von einem gastronomischen Mitarbeiter/in?

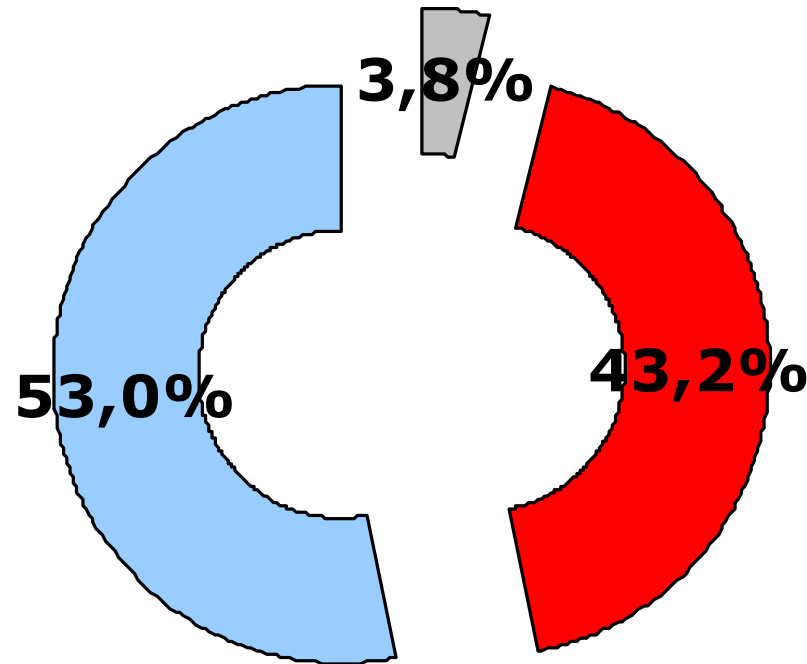
n=500	geringe Wein-Kenntnisse	mittlere Wein-Kenntnisse	Wein-Experte
dass er mir erklären kann, welcher Wein am besten zu meinem Essen passt	59,2%	58,3%	36,8%
dass er mir einen Wein mit gutem Preis/Leistungsverhältnis empfiehlt	49,0%	44,4%	52,6%
dass er mir hilft, neue, interessante Weine kennen zu lernen	45,2%	58,6%	84,2%
dass er mir einen Wein nach meinen eigenen Vorstellungen nennen kann	41,4%	44,1%	31,6%
ich brauche eigentlich keine Beratung. Ich entscheide spontan, was ich trinken will	11,5%	12,7%	31,6%
ich brauche keine Beratung. Ich weiss ohnehin genau, was ich trinken will	9,6%	10,2%	21,1%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

# Wann erscheint Ihnen eine Beratung für Ihre Wein-Auswahl besonders wichtig?

## fachliche Beratung erscheint besonders wichtig ...

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



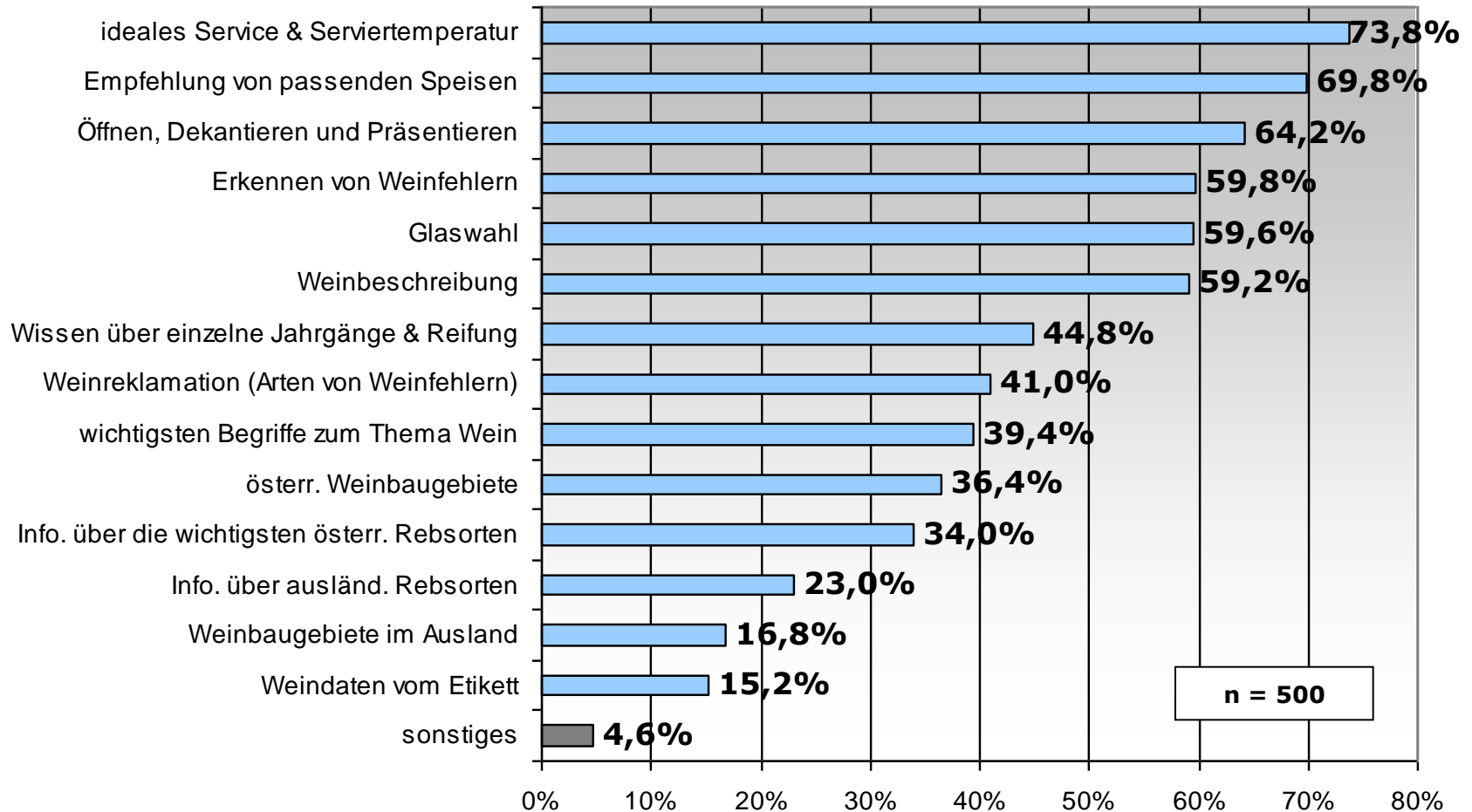
n = 500

■ bei glasweiser Bestellung ■ bei flaschenweiser Bestellung ■ sowohl als auch

# Und über welches Wissen muss der gastronomische Mitarbeiter verfügen um sämtliche Fragen rund um Ihre Wein-Bestellung zufriedenstellend beantworten zu können?

## erforderliches Wissen des Weinkellers

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und über welches Wissen muss der gastronomische Mitarbeiter verfügen um sämtliche Fragen rund um Ihre Wein-Bestellung zufriedenstellend beantworten zu können?

n = 500	geringe Wein-Kenntnisse	mittlere Wein-Kenntnisse	Wein-Experte
ideales Service und Serviertemperatur der Weine	65,6%	77,8%	73,7%
Empfehlung von passenden Speisen zum Wein	65,6%	73,1%	47,4%
Weinbeschreibung	56,1%	60,5%	63,2%
Öffnen, Dekantieren und Präsentieren von Weinen	52,2%	69,4%	73,7%
Glaswahl	47,8%	64,8%	68,4%
Erkennen von Weinfehlern	46,5%	65,4%	73,7%
Wissen über einzelne Jahrgänge und Reifung	35,7%	48,8%	52,6%
wichtigsten Begriffe zum Thema Wein	32,5%	42,6%	42,1%
Weinreklamation (Arten von Weinfehlern)	30,6%	44,8%	63,2%
österreichische Weinbaugebiete	28,0%	39,5%	52,6%
Informationen über die wichtigsten österr. Rebsorten	22,3%	38,3%	57,9%
Informationen über ausländ. Rebsorten	15,9%	25,6%	36,8%
Weinbaugebiete im Ausland	14,0%	17,3%	31,6%
Weindaten vom Etikett	10,8%	16,4%	31,6%
sonstiges	4,5%	4,3%	10,5%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)





**Wie wichtig ist für Sie persönlich das Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie jeweils von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:**

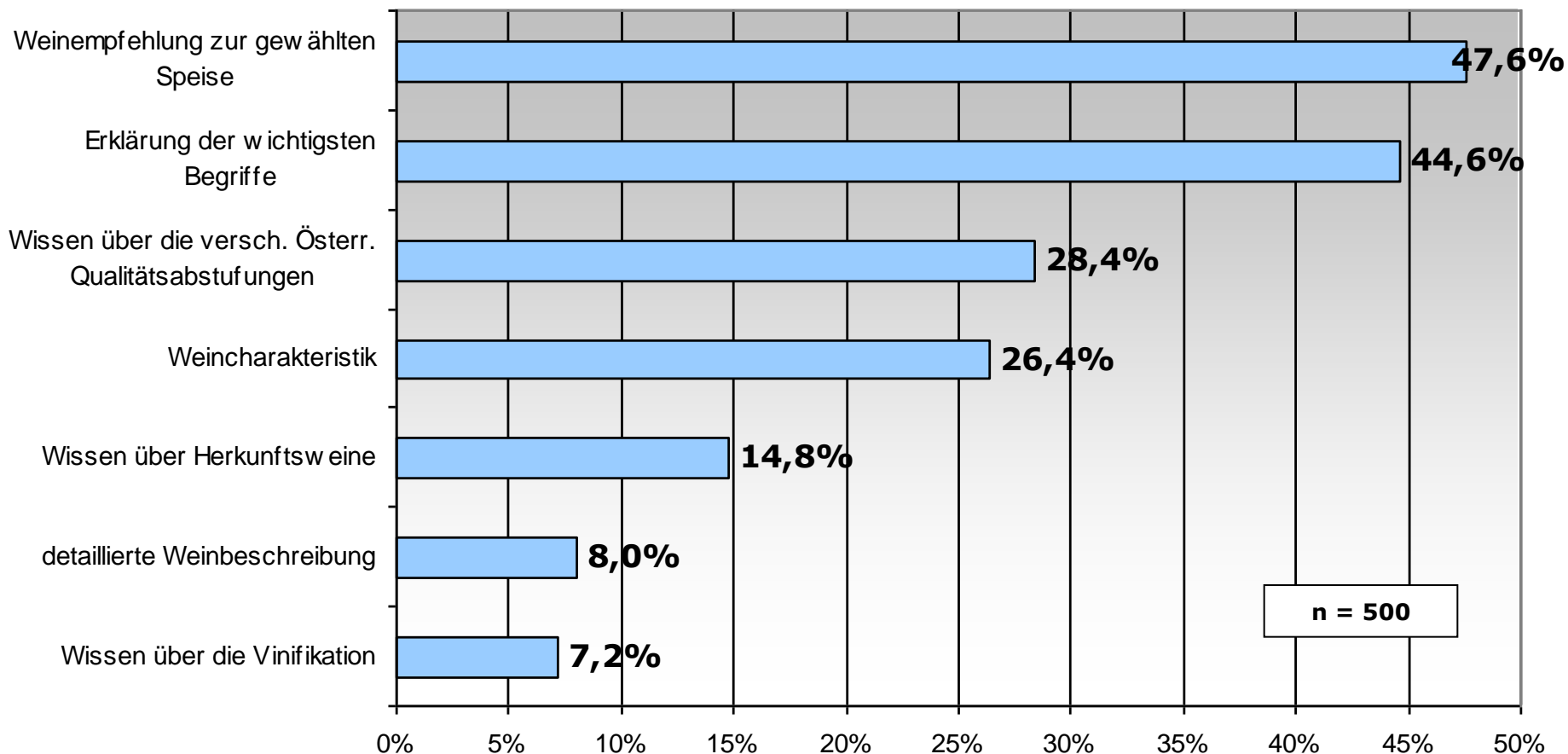
n = 500	sehr wichtig	eher wichtig	weder noch	eher weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig
Erklärung der wichtigsten Begriffe wie z.B.: trocken versus süß, leicht oder substanzreich, Barriqueausbau, ...	44,6%	37,8%	11,2%	5,0%	1,4%
detaillierte Weinbeschreibung, wie z.B: Angaben über Restzucker und Säure, Alkoholgehalt,...	8,0%	30,0%	30,6%	24,6%	6,8%
Weinempfehlung zur gewählten Speise	47,6%	35,4%	11,2%	3,2%	2,6%
Wissen über die Vinifikation, also die Produktion der angebotenen Weine	7,2%	27,6%	36,0%	22,6%	6,6%
Wissen über Herkunftsweine wie DAC, DOC, ...	14,8%	34,2%	27,8%	15,6%	7,6%
Wissen über die verschiedenen österreichischen Qualitätsabstufungen bei Weinen: Tafelwein, Landwein, Qualitätswein	28,4%	42,8%	16,4%	9,6%	2,8%
Weincharakteristik, also die Beschreibung eines Weines von der Nase bis zum Abgang	26,4%	42,0%	19,2%	8,8%	3,6%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

# Wie wichtig ist für Sie persönlich das Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie jeweils von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:

## Top-Box (bewertet mit "sehr wichtig")

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

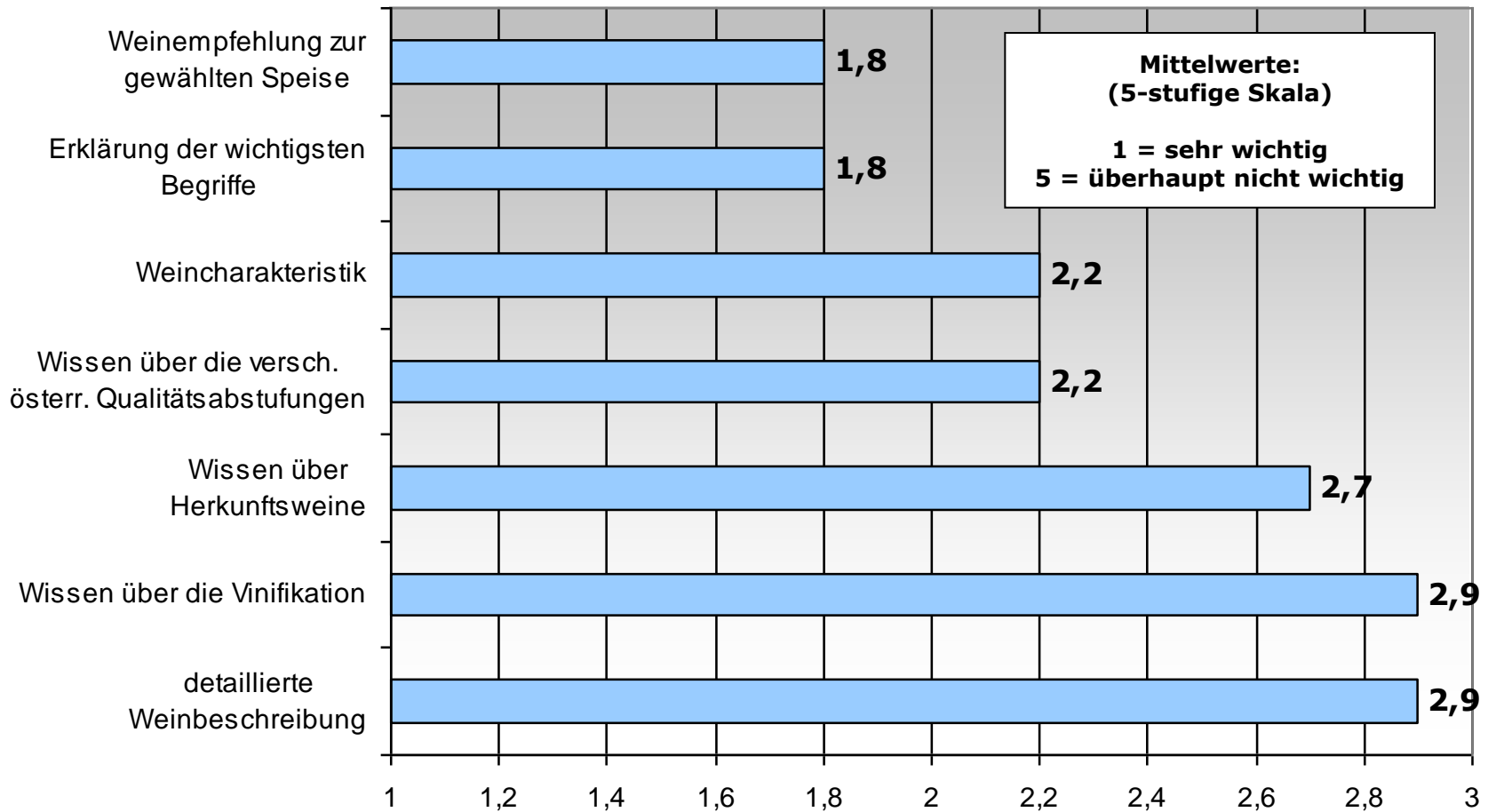


# Wie wichtig ist für Sie persönlich das Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie jeweils von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:

## Mittelwerte (5-stufige Skala)

n = 500

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



**Und wie wichtig ist für Sie persönlich ein umfassendes Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":**

<b>n = 500</b>	<b>sehr wichtig</b>	<b>eher wichtig</b>	<b>weder noch</b>	<b>eher weniger wichtig</b>	<b>überhaupt nicht wichtig</b>
<b>Wissen über Kaffee und Tee</b>	<b>6,0%</b>	<b>20,6%</b>	<b>35,6%</b>	<b>21,2%</b>	<b>16,6%</b>
<b>Wissen über Bier</b>	<b>6,8%</b>	<b>20,4%</b>	<b>30,8%</b>	<b>22,4%</b>	<b>19,6%</b>
<b>Wissen über alkoholfreie Getränke</b>	<b>5,6%</b>	<b>17,8%</b>	<b>32,8%</b>	<b>24,2%</b>	<b>19,6%</b>
<b>Wissen über Zigarren</b>	<b>5,6%</b>	<b>21,2%</b>	<b>24,6%</b>	<b>16,2%</b>	<b>32,4%</b>
<b>Wissen über Aperitif und Digestif</b>	<b>18,0%</b>	<b>51,2%</b>	<b>18,0%</b>	<b>7,8%</b>	<b>5,0%</b>
<b>Wissen über Schnäpse</b>	<b>10,4%</b>	<b>42,8%</b>	<b>23,6%</b>	<b>13,8%</b>	<b>9,4%</b>
<b>Wissen über Käse</b>	<b>21,6%</b>	<b>51,0%</b>	<b>17,4%</b>	<b>5,0%</b>	<b>5,0%</b>

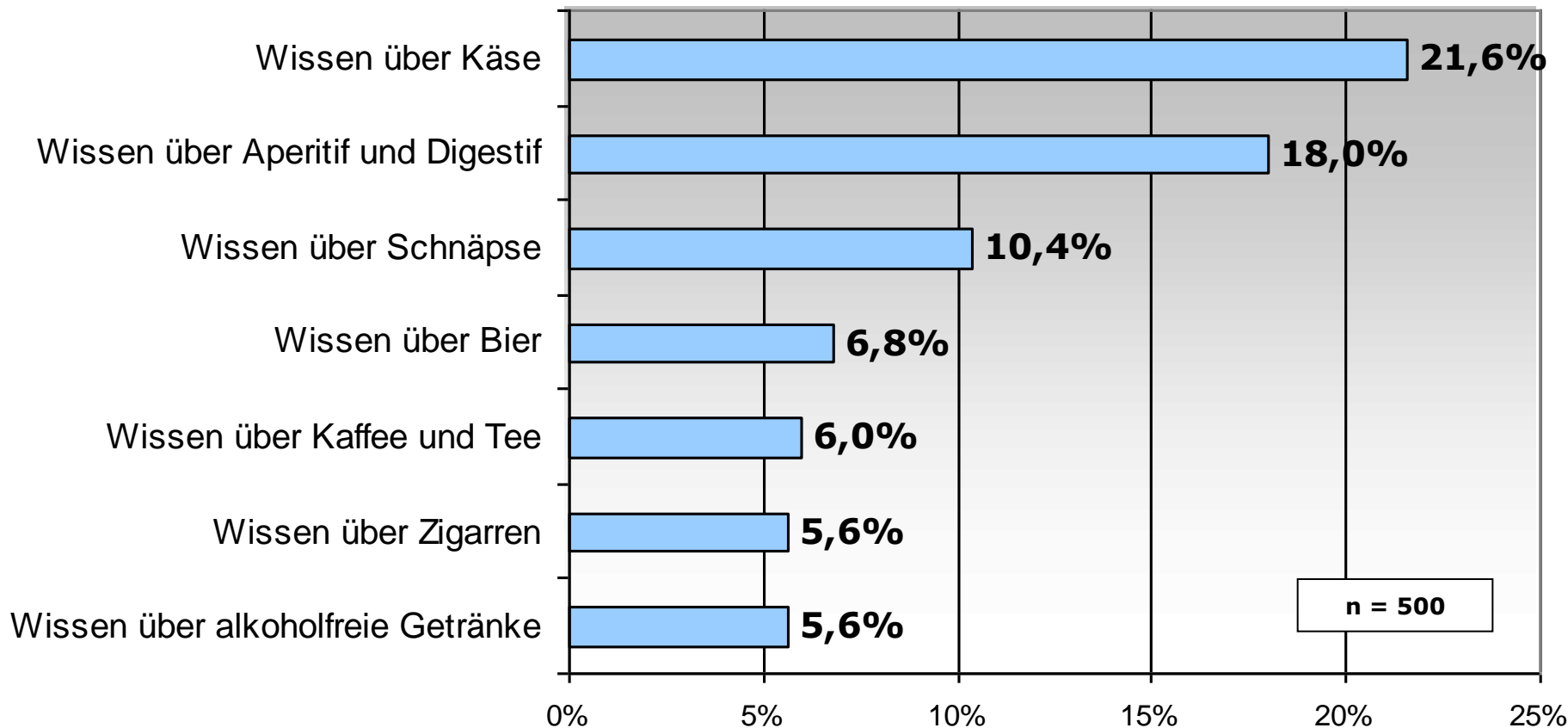
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie wichtig ist für Sie persönlich ein umfassendes Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

## besonders wichtige zusätzliche Themenbereiche (Top-Box)

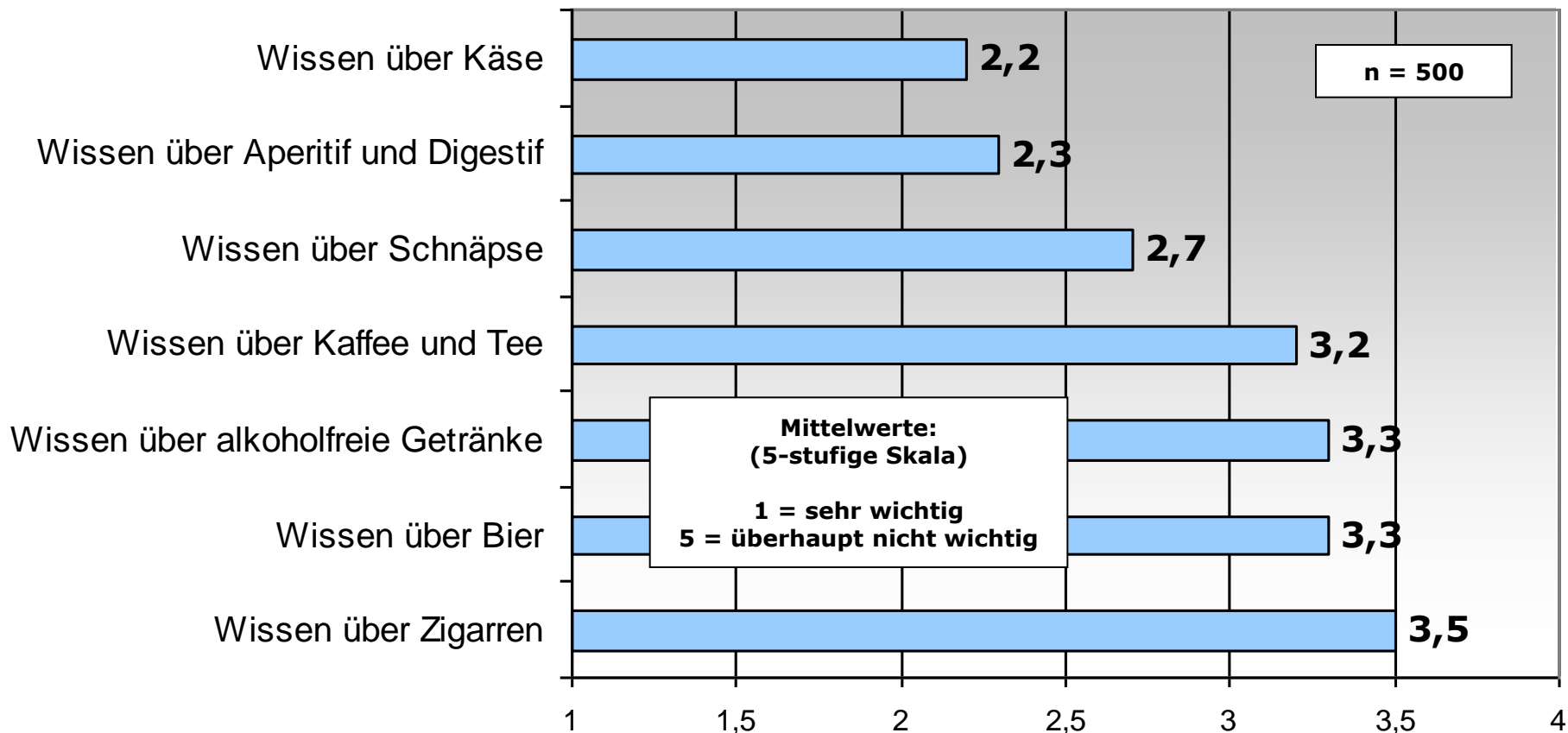
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie wichtig ist für Sie persönlich ein umfassendes Wissen des Weinkellers/Sommeliers in Bezug auf die folgenden Themen? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

## besonders wichtige zusätzliche Themenbereiche (Mittelwerte)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



**Und wie wichtig ist das Wissen in den folgenden Themenbereichen hinsichtlich verschiedener Rebsorten? Bitte bewerten Sie von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":**

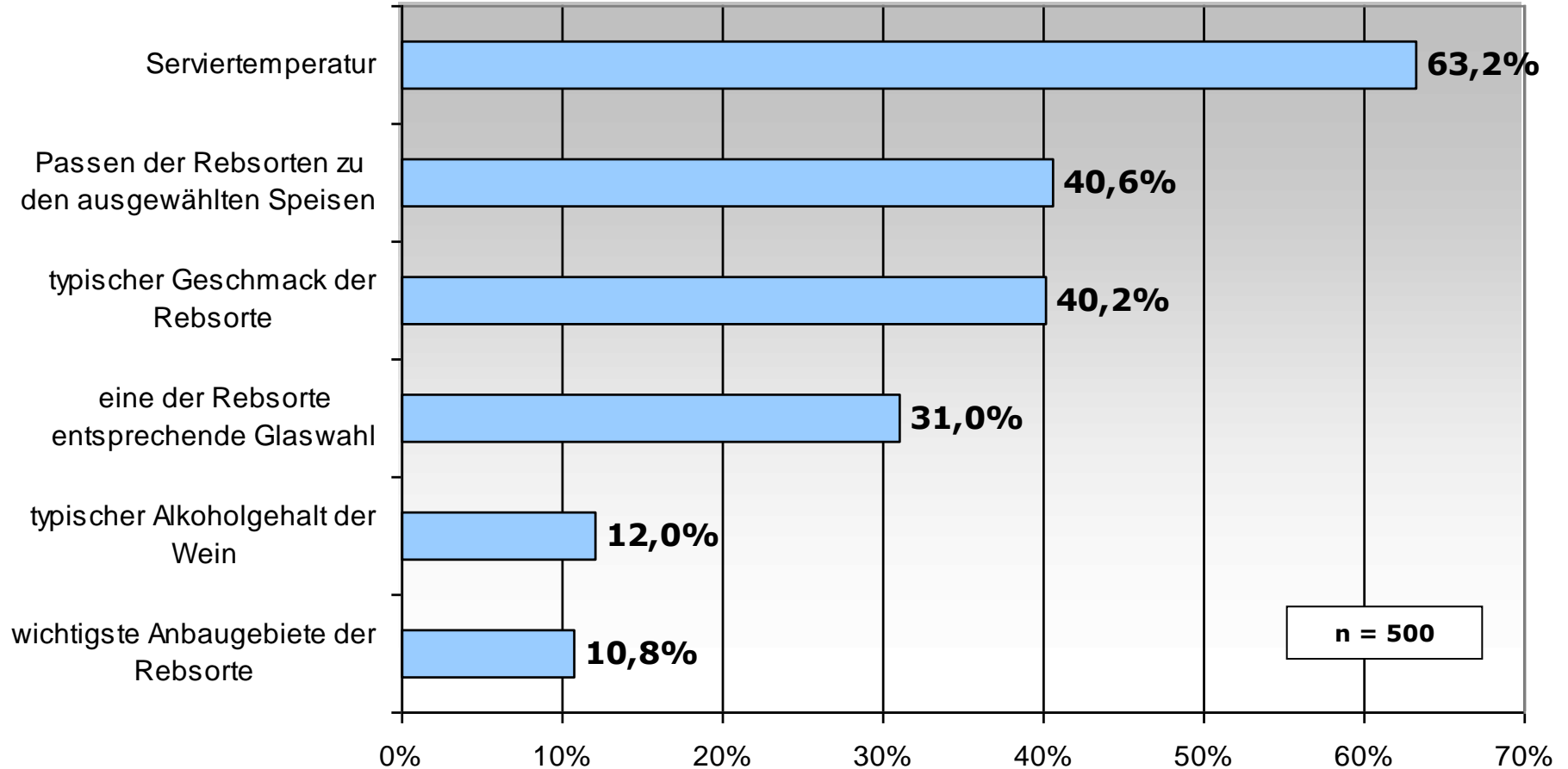
<b>n=500</b>	<b>sehr wichtig</b>	<b>eher wichtig</b>	<b>weder noch</b>	<b>eher weniger wichtig</b>	<b>überhaupt nicht wichtig</b>
<b>typischer Geschmack der Rebsorte</b>	<b>40,2%</b>	<b>45,2%</b>	<b>10,8%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,0%</b>
<b>wichtigste Anbauggebiete der Rebsorte</b>	<b>10,8%</b>	<b>37,6%</b>	<b>32,0%</b>	<b>15,2%</b>	<b>4,4%</b>
<b>typischer Alkoholgehalt der Wein</b>	<b>12,0%</b>	<b>38,8%</b>	<b>31,2%</b>	<b>14,0%</b>	<b>4,0%</b>
<b>Passen der Rebsorten zu den ausgewählten Speisen</b>	<b>40,6%</b>	<b>40,8%</b>	<b>11,4%</b>	<b>4,8%</b>	<b>2,4%</b>
<b>Serviertemperatur</b>	<b>63,2%</b>	<b>32,0%</b>	<b>3,2%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,8%</b>
<b>eine der Rebsorte entsprechende Glaswahl</b>	<b>31,0%</b>	<b>41,6%</b>	<b>19,0%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,8%</b>

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

# Und wie wichtig ist das Wissen in den folgenden Themenbereichen hinsichtlich verschiedener Rebsorten? Bitte bewerten Sie von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

## wichtige Themen (Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig")

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



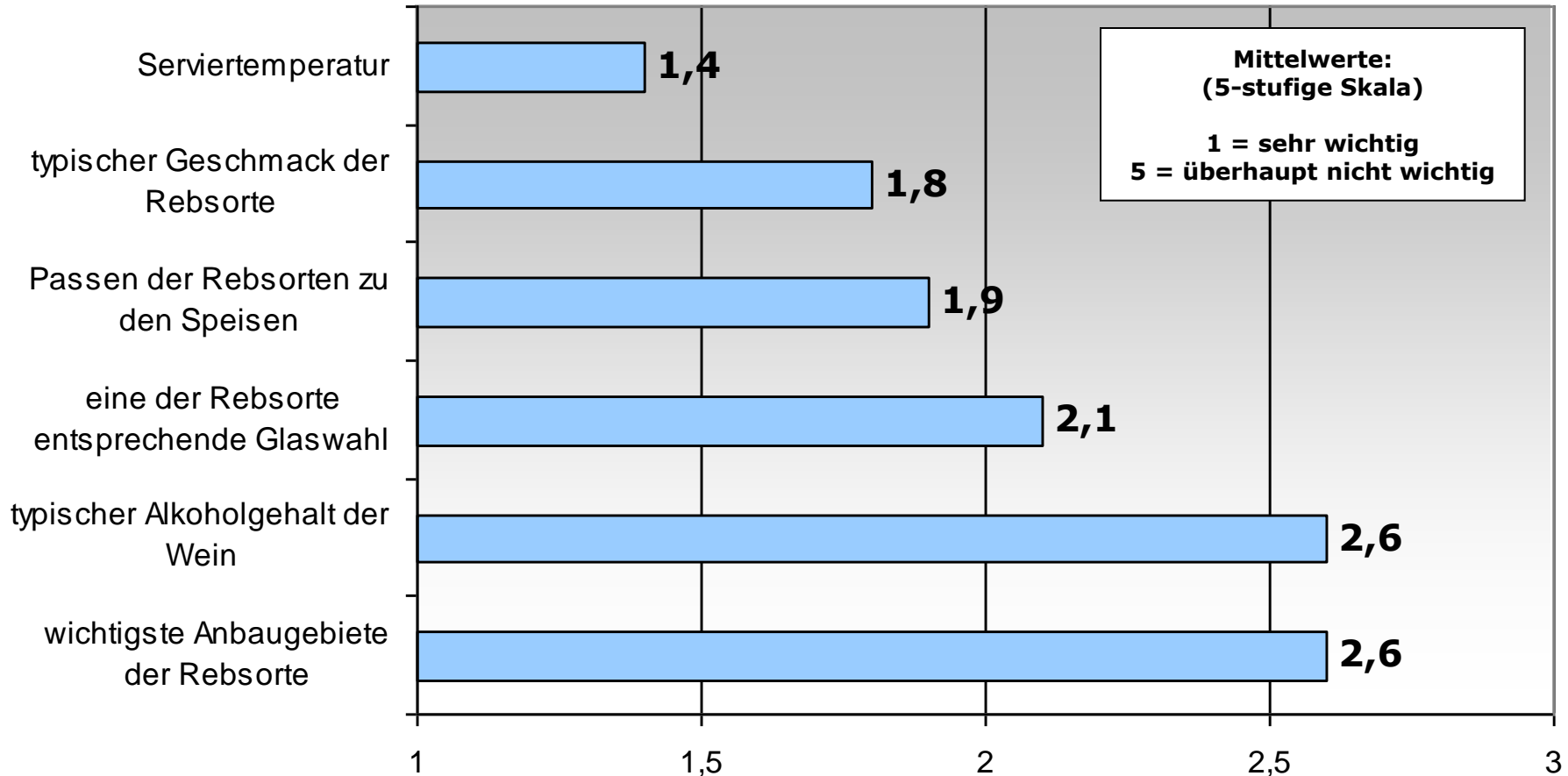


# Und wie wichtig ist das Wissen in den folgenden Themenbereichen hinsichtlich verschiedener Rebsorten? Bitte bewerten Sie von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig":

n = 500

## wichtige Themenbereiche (Mittelwerte)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



**Und in Bezug auf die verschiedenen Anbaugebiete? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:**

<b>n=500</b>	<b>sehr wichtig</b>	<b>eher wichtig</b>	<b>weder noch</b>	<b>eher weniger wichtig</b>	<b>überhaupt nicht wichtig</b>
<b>Spezifika hinsichtlich Boden, Klima etc.</b>	<b>6,4%</b>	<b>35,4%</b>	<b>35,0%</b>	<b>17,6%</b>	<b>5,6%</b>
<b>wichtigsten Rebsorten der Anbaugebiete</b>	<b>15,8%</b>	<b>40,6%</b>	<b>28,0%</b>	<b>10,2%</b>	<b>5,4%</b>
<b>Unterschiede im Geschmack des Weines abhängig von den verschiedenen Anbaugebieten</b>	<b>22,4%</b>	<b>52,0%</b>	<b>16,4%</b>	<b>6,6%</b>	<b>2,6%</b>

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und in Bezug auf die verschiedenen Anbaugebiete? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:

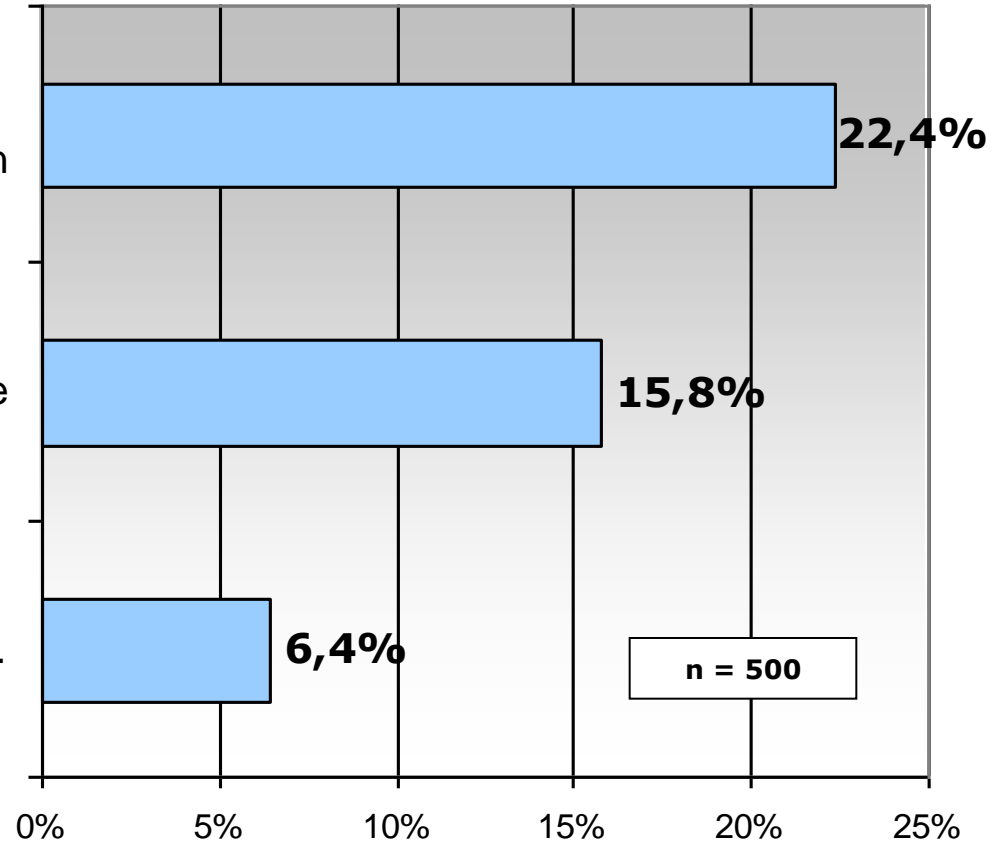
## wichtige Aspekte betreffend der Anbaugebiete (Top-Box)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

Unterschiede im Geschmack des Weines abhängig von den verschiedenen Anbaugebieten

wichtigste Rebsorten der Anbaugebiete

Spezifika hinsichtlich Boden, Klima etc.



# Und in Bezug auf die verschiedenen Anbaugebiete? Bitte bewerten Sie wieder von "sehr wichtig" bis "überhaupt nicht wichtig", dazwischen können Sie fein abstufen:

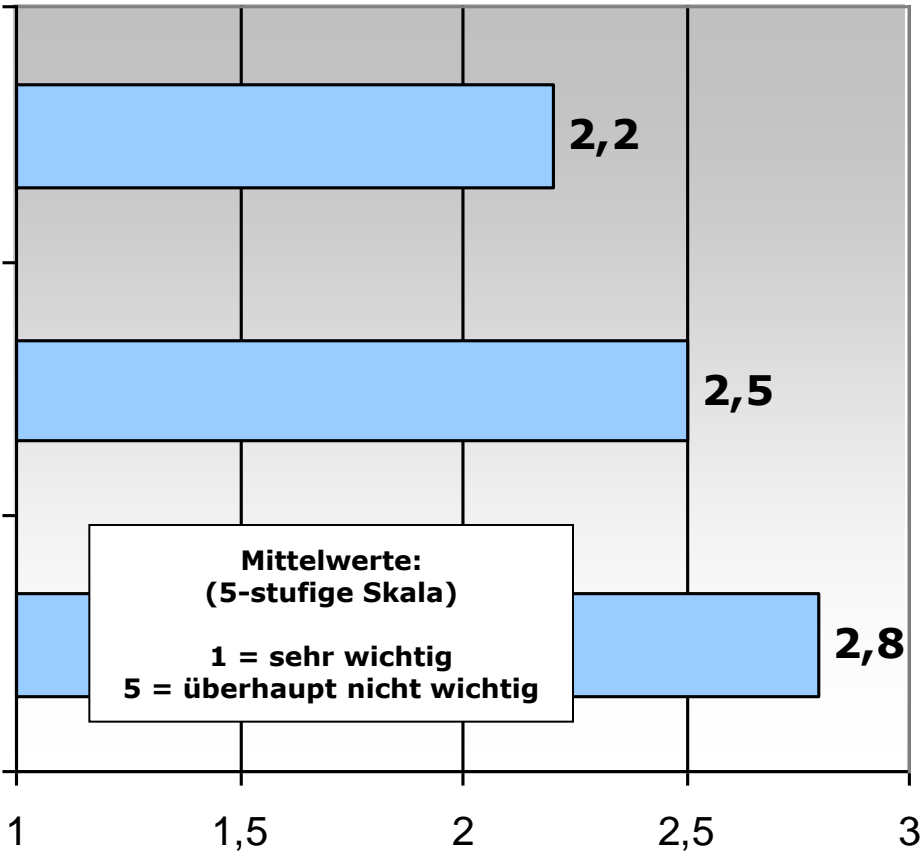
## wichtige Aspekte betreffend der Anbaugebiete (Mittelwerte)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

Unterschiede im Geschmack des Weines abhängig von den verschiedenen Anbaugebieten

wichtigste Rebsorten der Anbaugebiete

Spezifika hinsichtlich Boden, Klima etc.



Mittelwerte:  
(5-stufige Skala)  
1 = sehr wichtig  
5 = überhaupt nicht wichtig

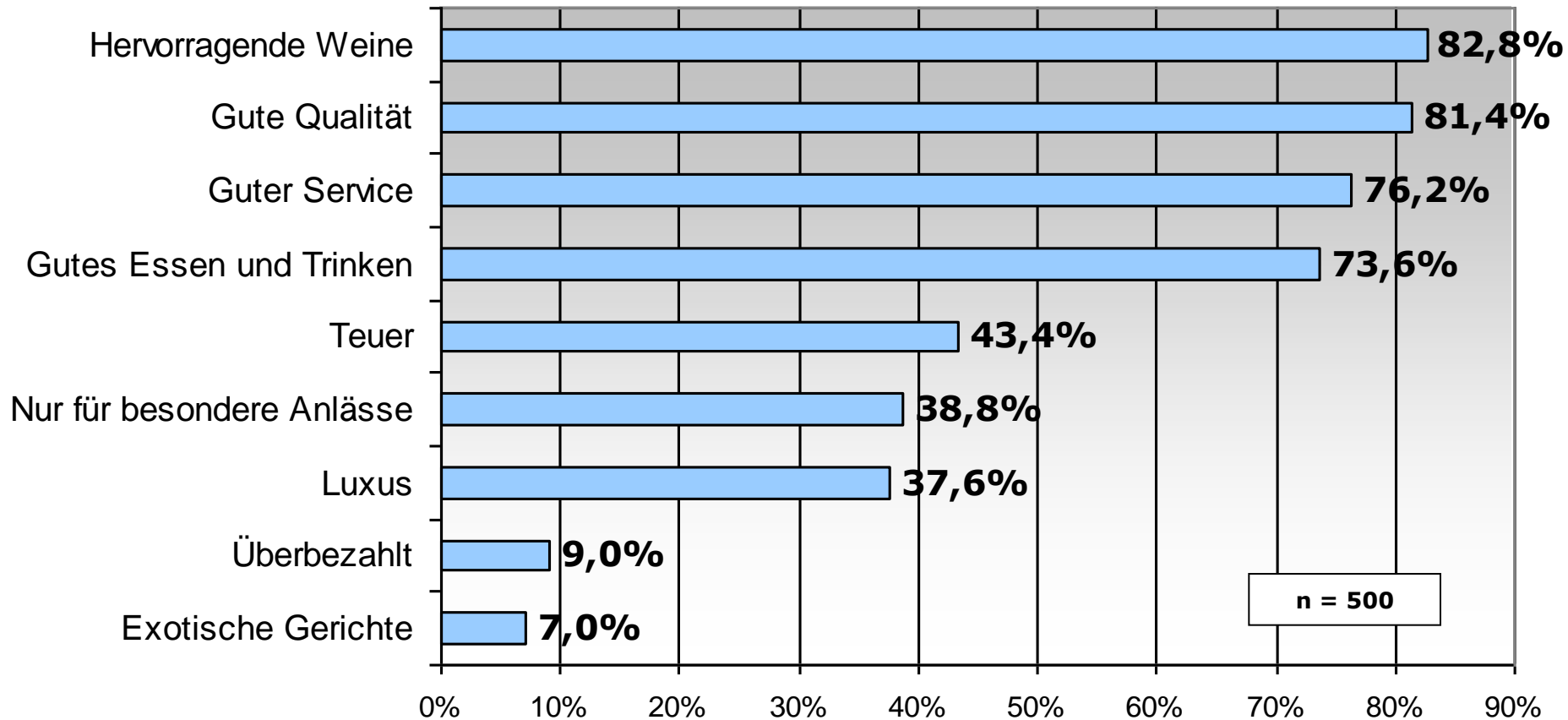
n = 500



# Welche Eigenschaften verbinden Sie mit einem gastronomischen Lokal, welches einen diplomierten Sommlier/Weinkellner zur Weinberatung beschäftigt?

## Attributs-Zuordnung: Lokale mit Sommlier

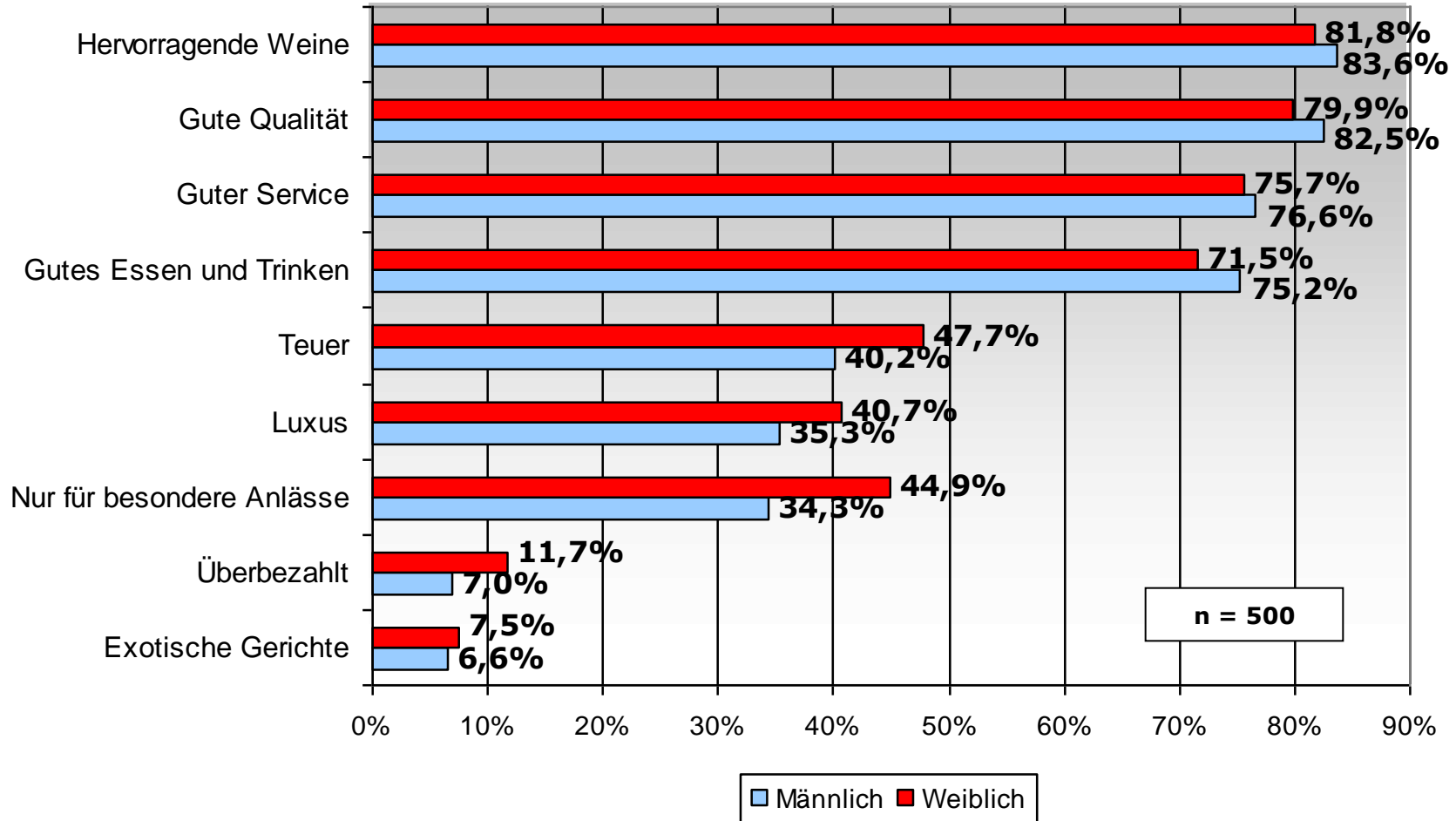
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Welche Eigenschaften verbinden Sie mit einem gastronomischen Lokal, welches einen diplomierten Sommlier/Weinkellner zur Weinberatung beschäftigt?

## Attributs-Zuordnung (nach Geschlecht)

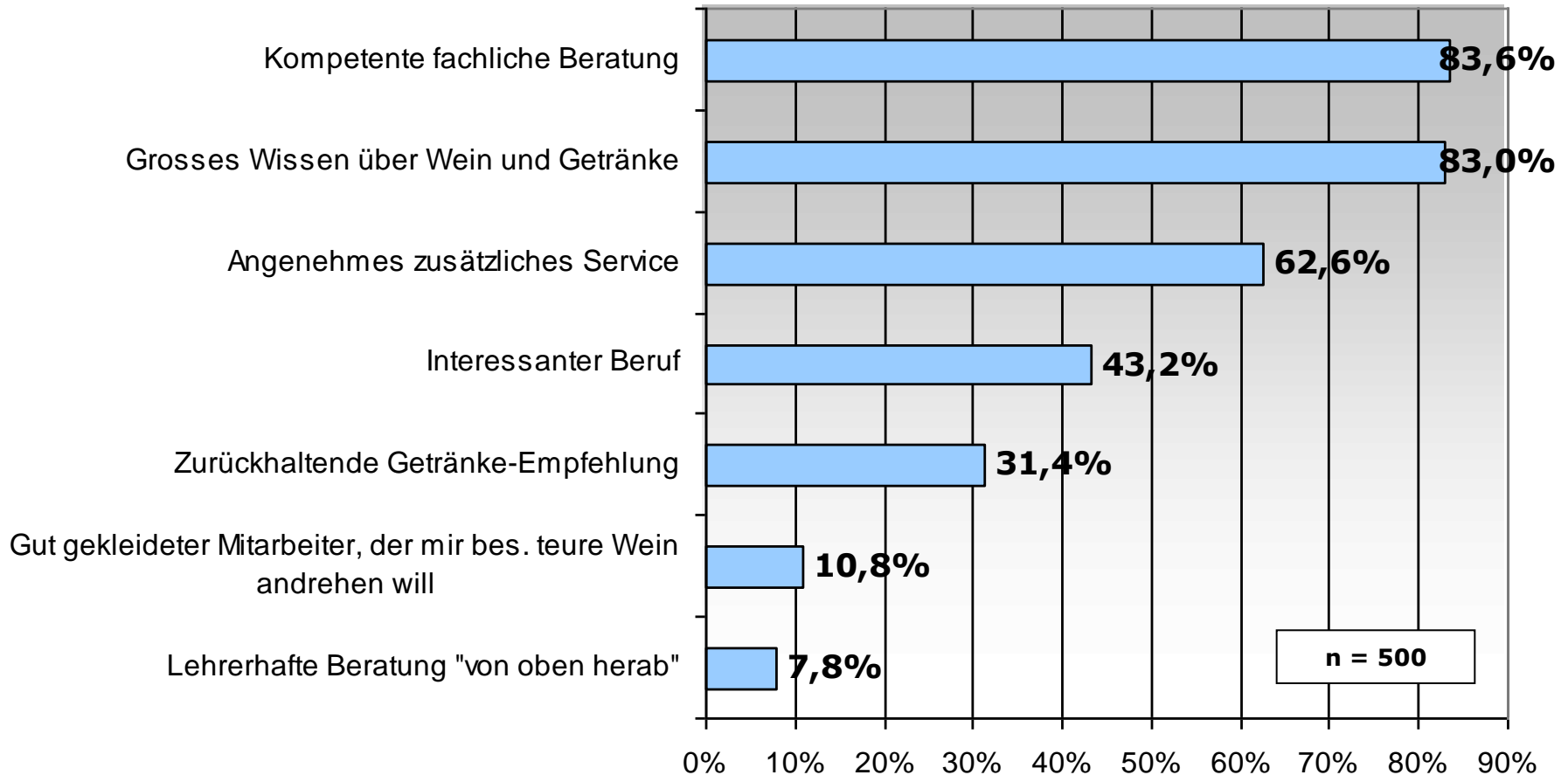
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Welches Bild haben Sie vom typischendiplomierten Sommelier, also einem gastronomischen Mitarbeiter, der auf auf die Beratung rund um das Thema Wein spezialisiert ist?

## Bild über den Sommelier-Beruf

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



**[...] Wenn Sie "Weinviertel DAC" hören, was verbinden Sie mit diesem Begriff? Bitte tippen Sie alles, was Ihnen zu "Weinviertel DAC" einfällt, in das untenstehende Feld.**

Statement	in Prozent
Herkunftbezeichnung, best. Herkunfts-/Anbau-Gebiet, best. Region, regionspezifisch, regionaltypisch	22,4%
(gute) Qualität, Qualitätswein, empfehlenswert	20,4%
Weinviertel	12,6%
(grüner) Veltliner	9,0%
Österreich	9,0%
Districtus Austriae Controllatus	6,2%
geprüfte/kontrollierte Weine/Qualität	5,4%
ähnlich wie DOC aus Italien	4,4%
gemeinsame Vermarktung/Marketing, Dachverband	2,0%
Niederösterreich/NÖ	1,6%
trocken	1,6%
fruchtig	1,2%
spritzig	0,6%
Weiss nicht, keine Ahnung, mir fällt nichts dazu ein	28,0%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

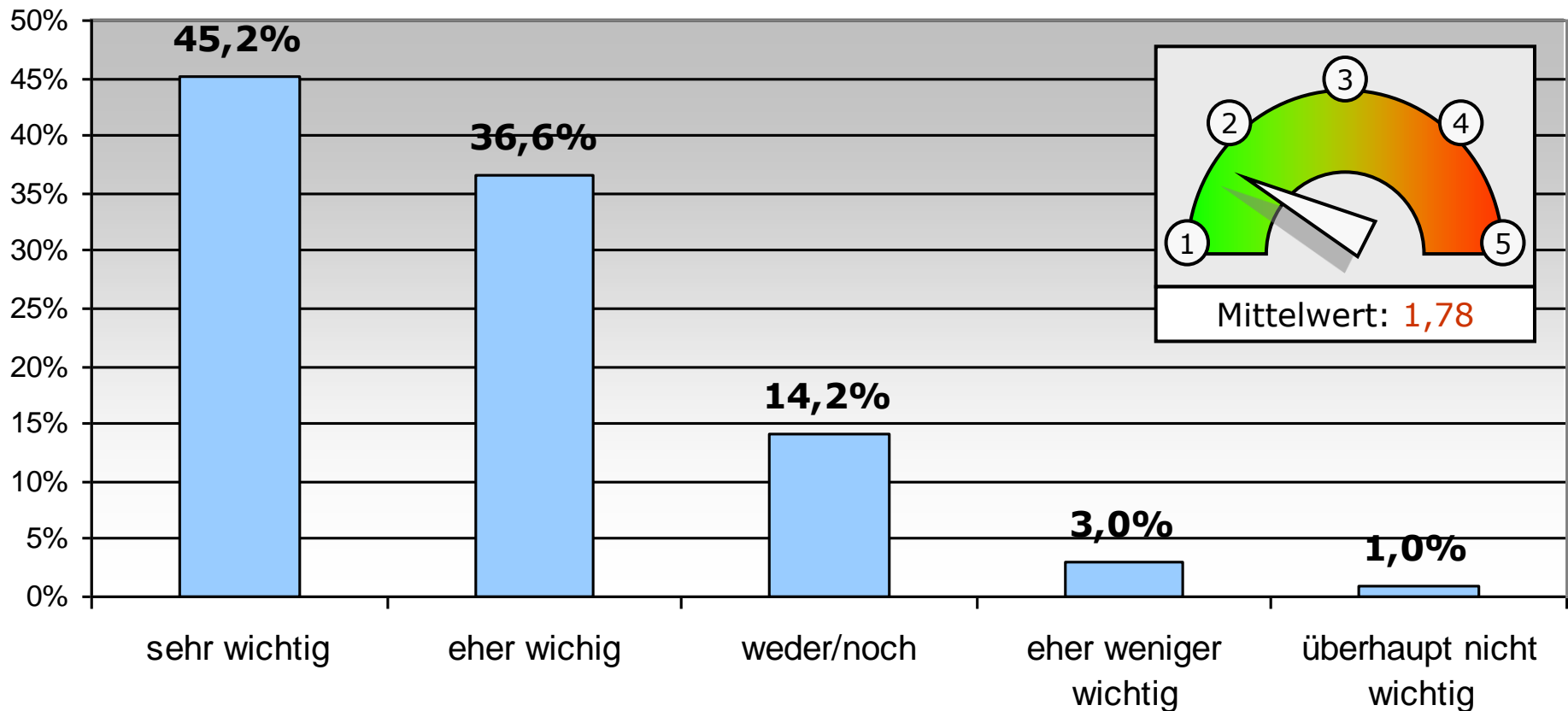


# Wenn Sie nun an den Ausschank von Weinen in Lokalen (...) denken. Welchen Stellenwert hat für Sie persönlich der glasweise Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie? [...]

## glasweiser Ausschank österr. Bouteillenweine

n = 500

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

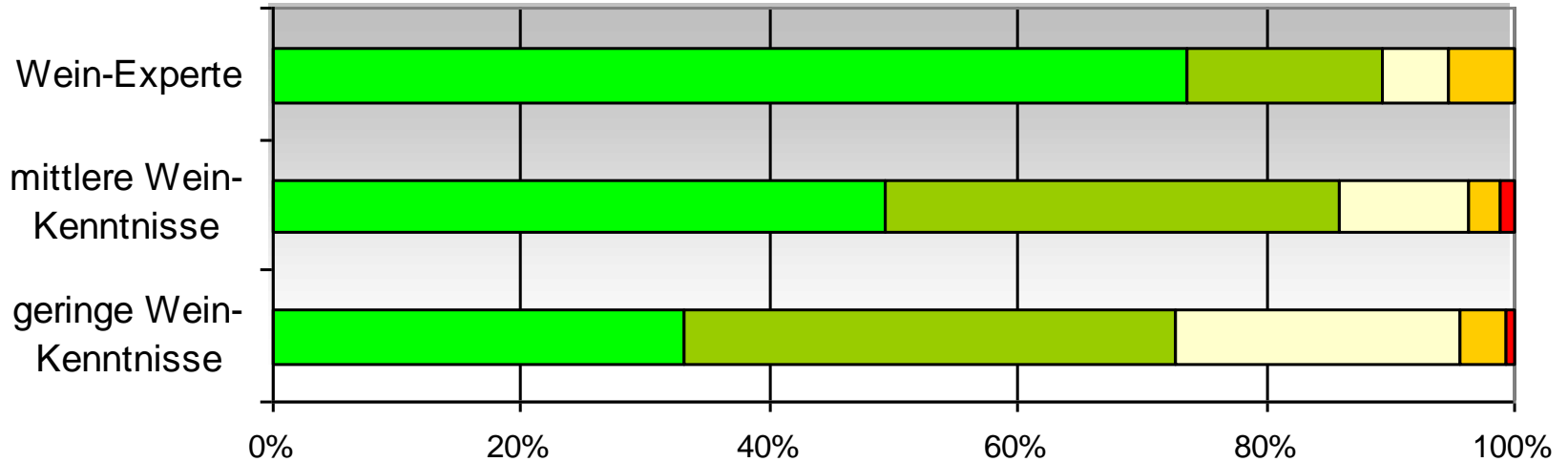


# Wenn Sie nun an den Ausschank von Weinen in Lokalen (...) denken. Welchen Stellenwert hat für Sie persönlich der glasweise Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie? [...]

## glasweiser Ausschank österr. Bouteillenweine

n = 500

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



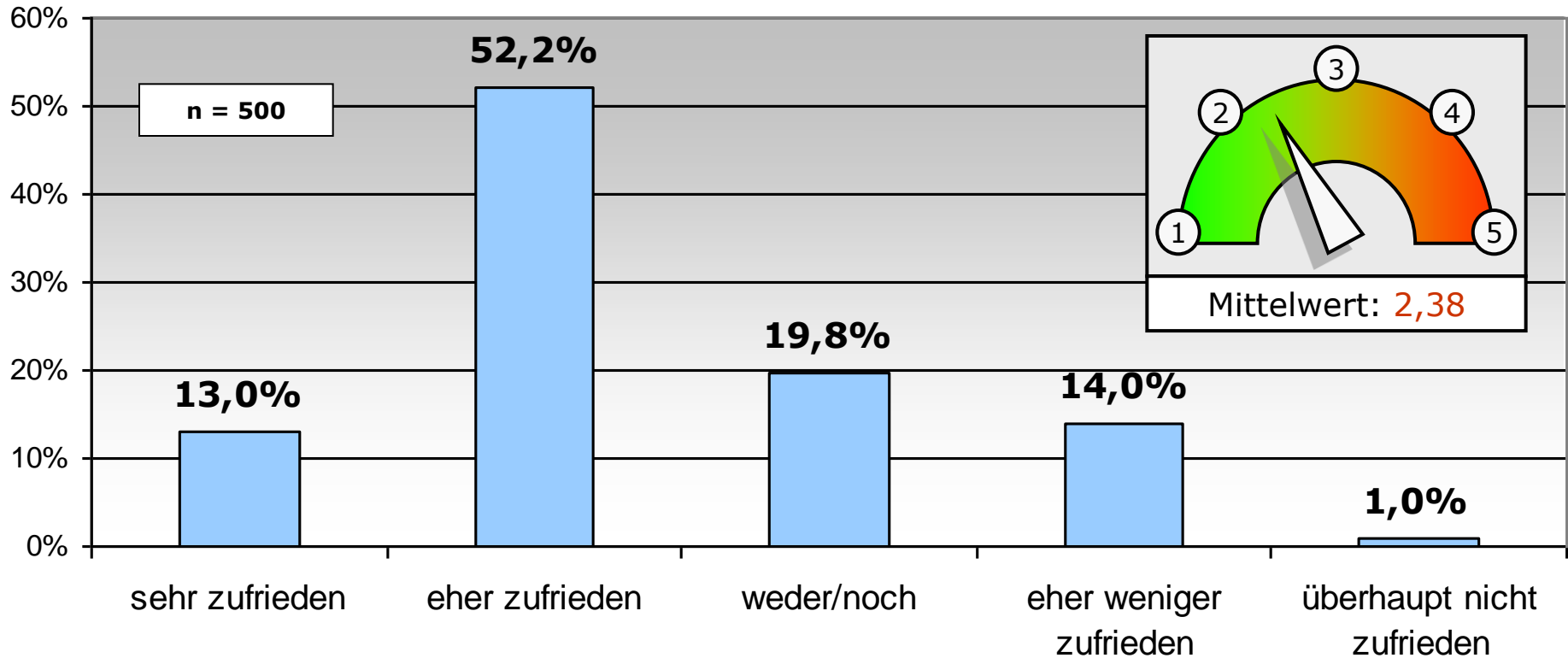
	geringe Wein-Kenntnisse	mittlere Wein-Kenntnisse	Wein-Experte
■ überhaupt nicht wichtig	0,6%	1,2%	0,0%
■ eher weniger wichtig	3,8%	2,5%	5,3%
□ weder/noch	22,9%	10,5%	5,3%
■ eher wichtig	39,5%	36,4%	15,8%
■ sehr wichtig	33,1%	49,4%	73,7%



# Und wie zufrieden sind Sie mit dem glasweisen Ausschank österreichischer Qualitätsweine aus der Bouteille ganz allgemein? Bitte markieren Sie wieder das entsprechende Feld der 5-stufigen Skala.

## Zufriedenheit mit dem glasweisen Ausschank österr. Bouteillenweine

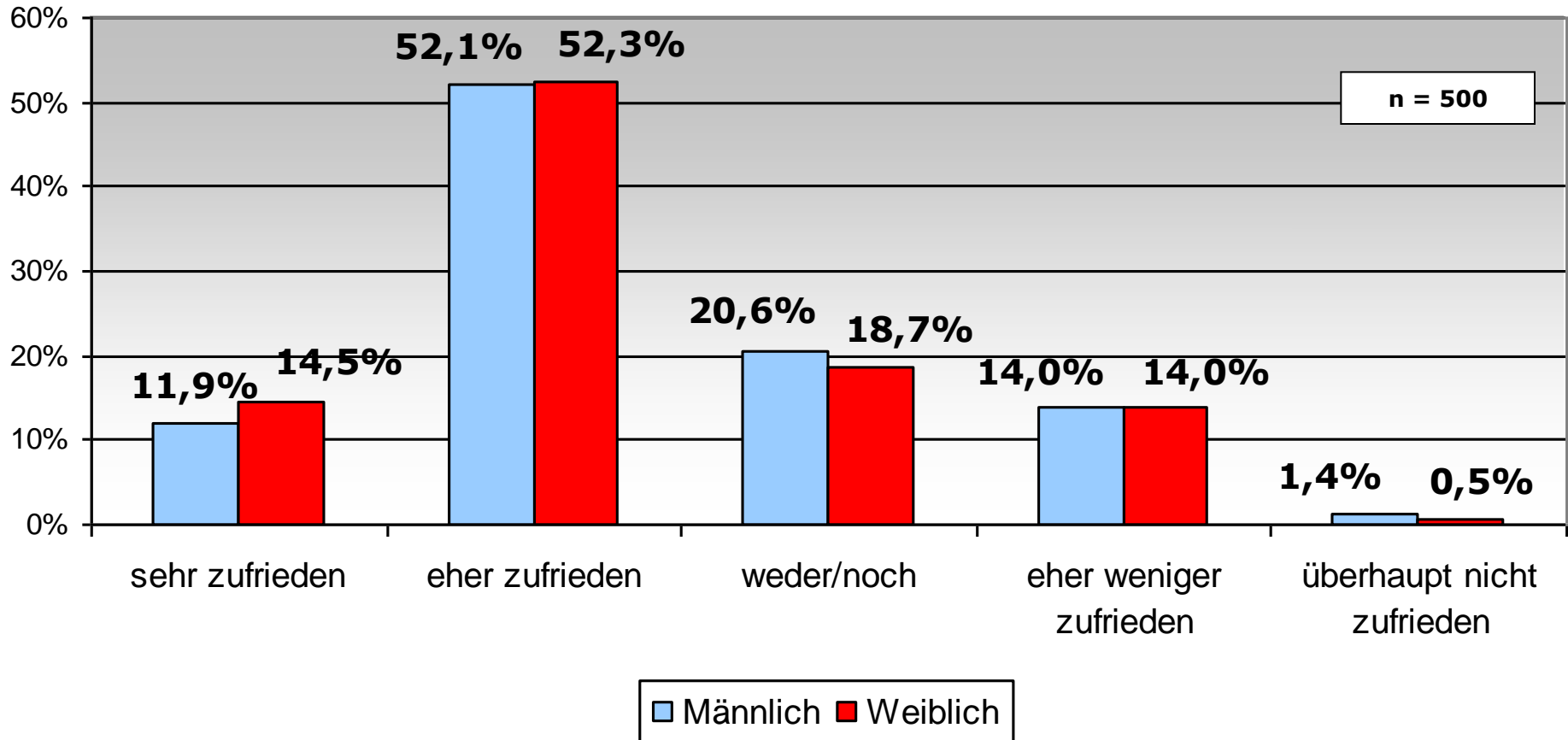
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie zufrieden sind Sie mit dem glasweisen Ausschank österreichischer Qualitätsweine aus der Bouteille ganz allgemein? Bitte markieren Sie wieder das entsprechende Feld der 5-stufigen Skala.

## Zufriedenheit (nach Geschlecht)

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



**Im Anschluss sehen Sie [...]. Bitte kreuzen Sie auf der untenstehenden Skala an, wie sehr Sie mit diesen Kriterien in Bezug auf den glasweisen Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie zufrieden sind. [...]:**

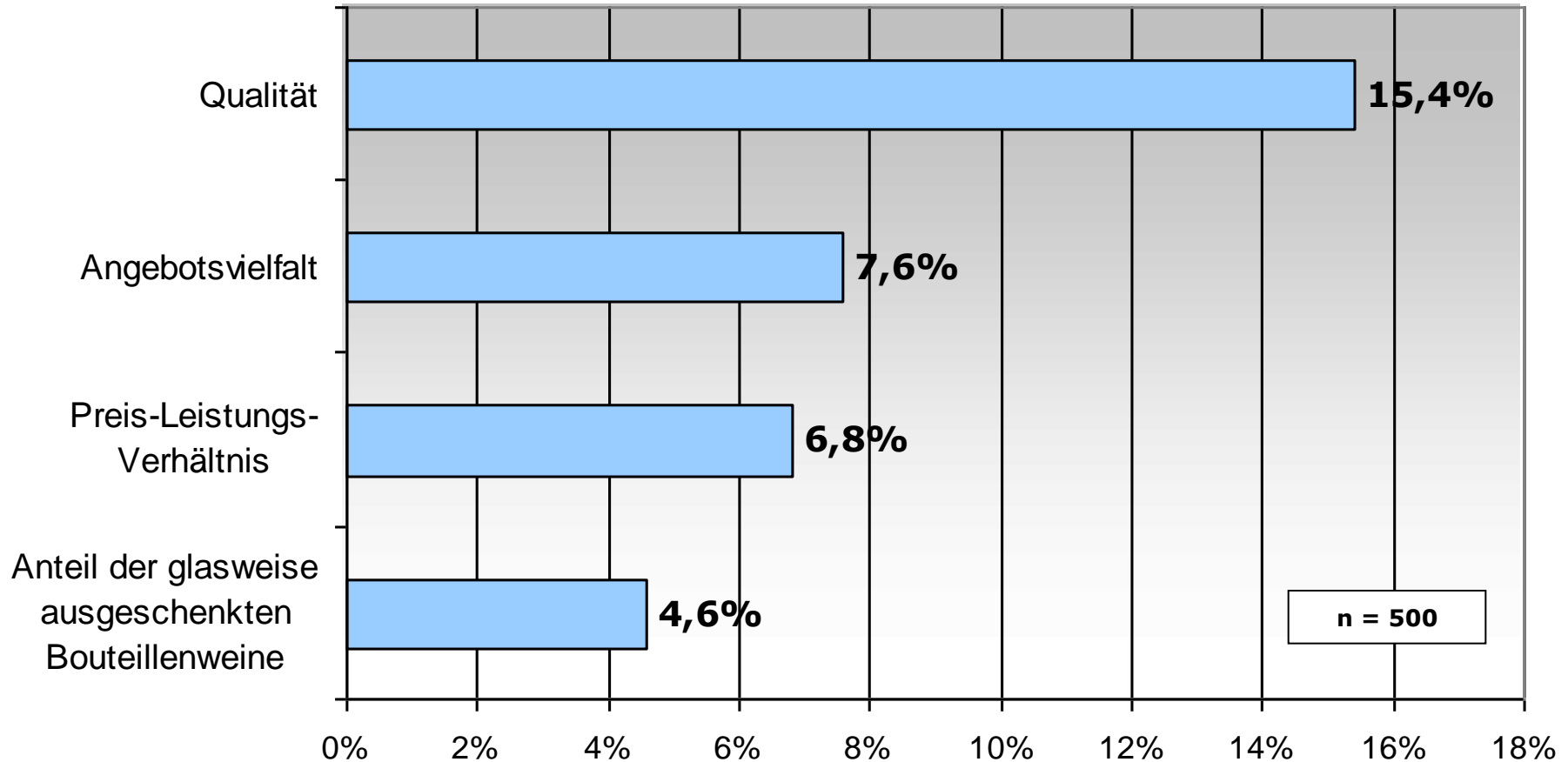
n=500	sehr zufrieden	eher zufrieden	weder noch	eher weniger zufrieden	überhaupt nicht zufrieden
Angebotsvielfalt (z.B. an Rebsorten und Jahrgängen)	7,6%	37,0%	25,6%	25,4%	4,4%
Preis-Leistungs-Verhältnis der glasweise erhältlichen Weine	6,8%	46,4%	23,0%	20,8%	3,0%
Anteil der glasweise ausgeschenkten Bouteillenweine an den insgesamt angebotenen Bouteillenweinen im Lokal	4,6%	35,6%	29,2%	27,8%	2,8%
Qualität der glasweise erhältlichen Bouteillenweine	15,4%	57,6%	16,2%	9,4%	1,4%

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

**Im Anschluss sehen Sie [...]. Bitte kreuzen Sie auf der untenstehenden Skala an, wie sehr Sie mit diesen Kriterien in Bezug auf den glasweisen Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie zufrieden sind. [...]:**

## Zufriedenheit hinsichtlich folgender Teilaspekte (Top-Box)

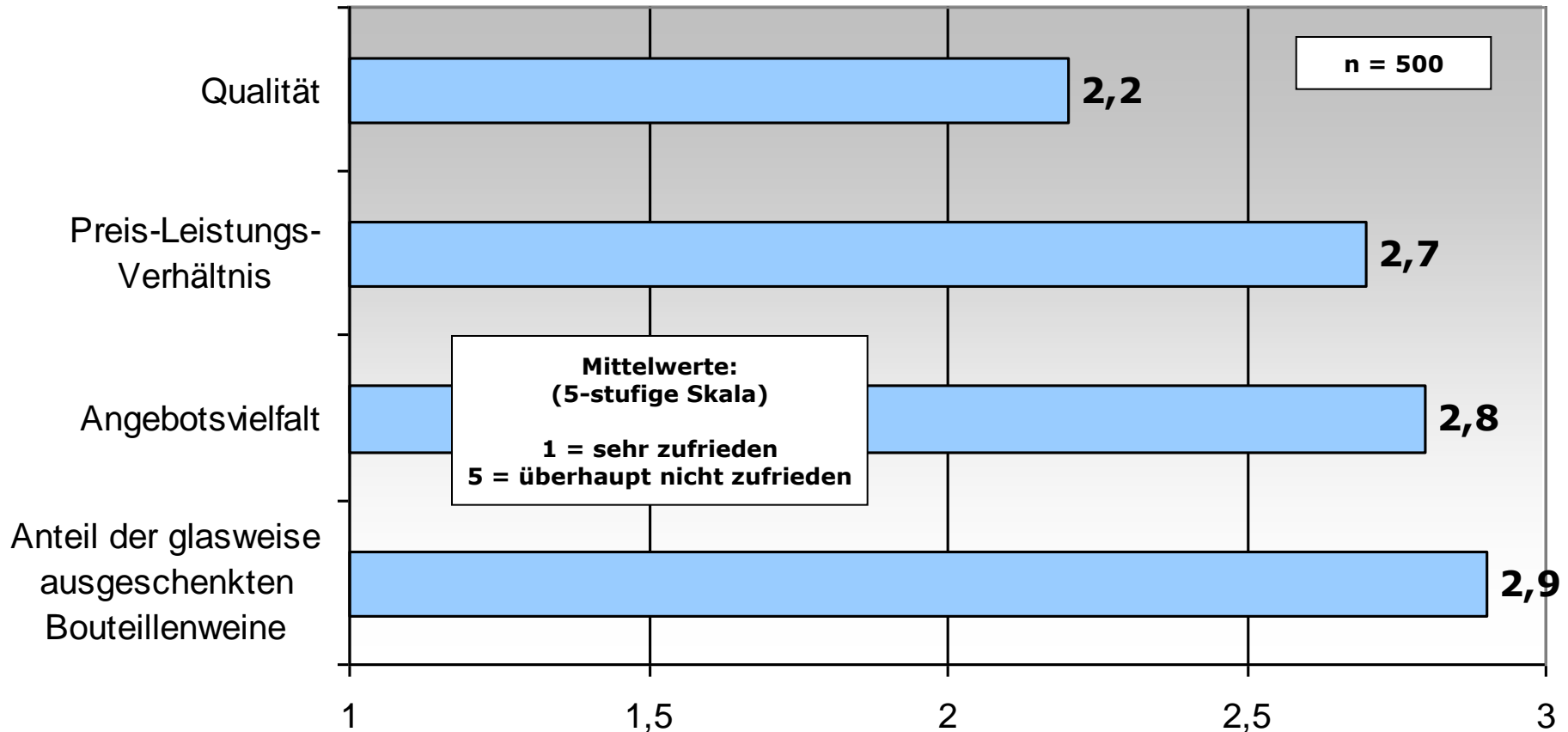
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Im Anschluss sehen Sie [...]. Bitte kreuzen Sie auf der untenstehenden Skala an, wie sehr Sie mit diesen Kriterien in Bezug auf den glasweisen Ausschank österreichischer Bouteillenweine in der Gastronomie zufrieden sind. [...]:

## Zufriedenheit hinsichtlich folgender Teilaspekte (Mittelwerte)

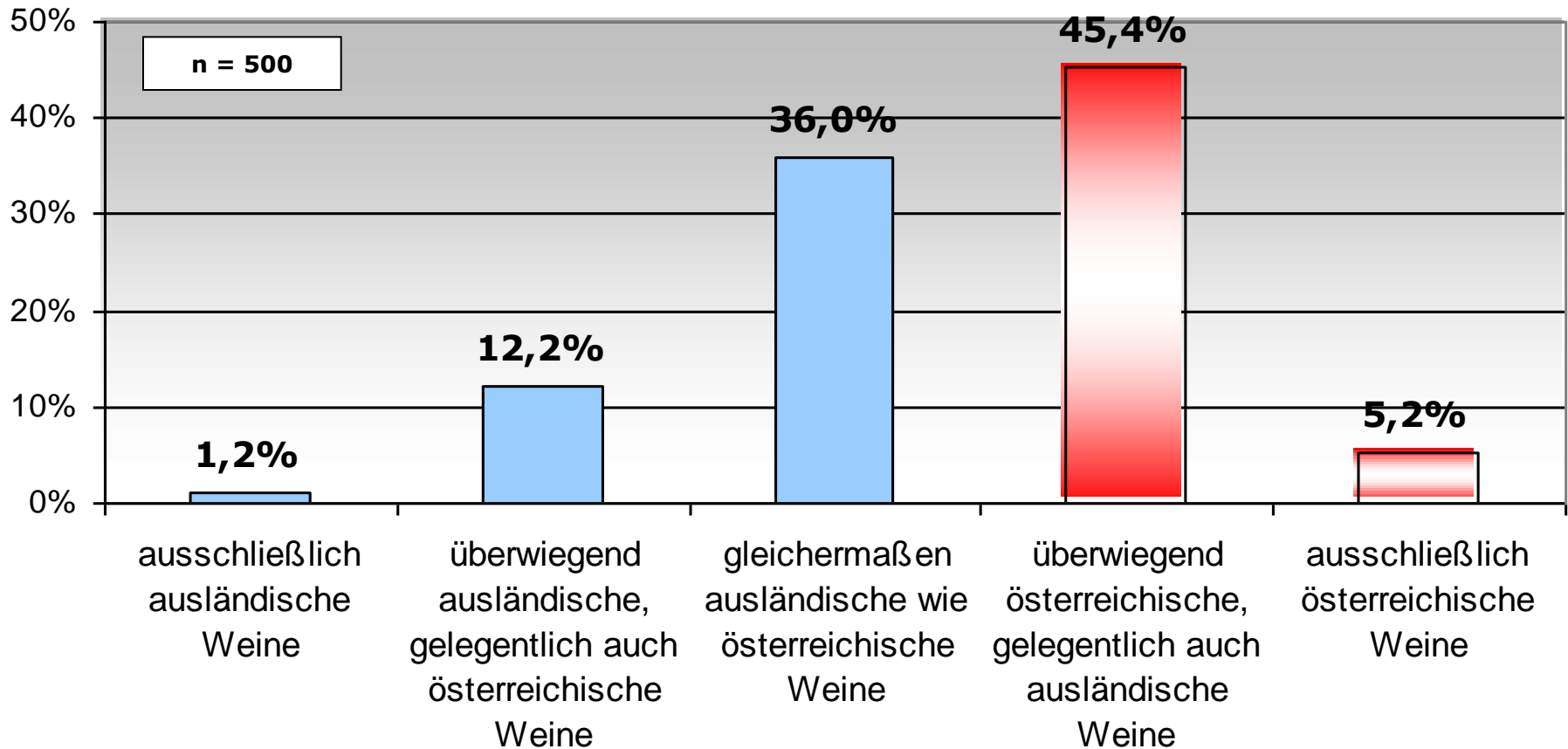
(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Abschließend zwei letzte Fragen: Welche Aussage trifft für Sie persönlich am ehesten zu?

## ausländische vs. österreichische Weine in der Gastronomie

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

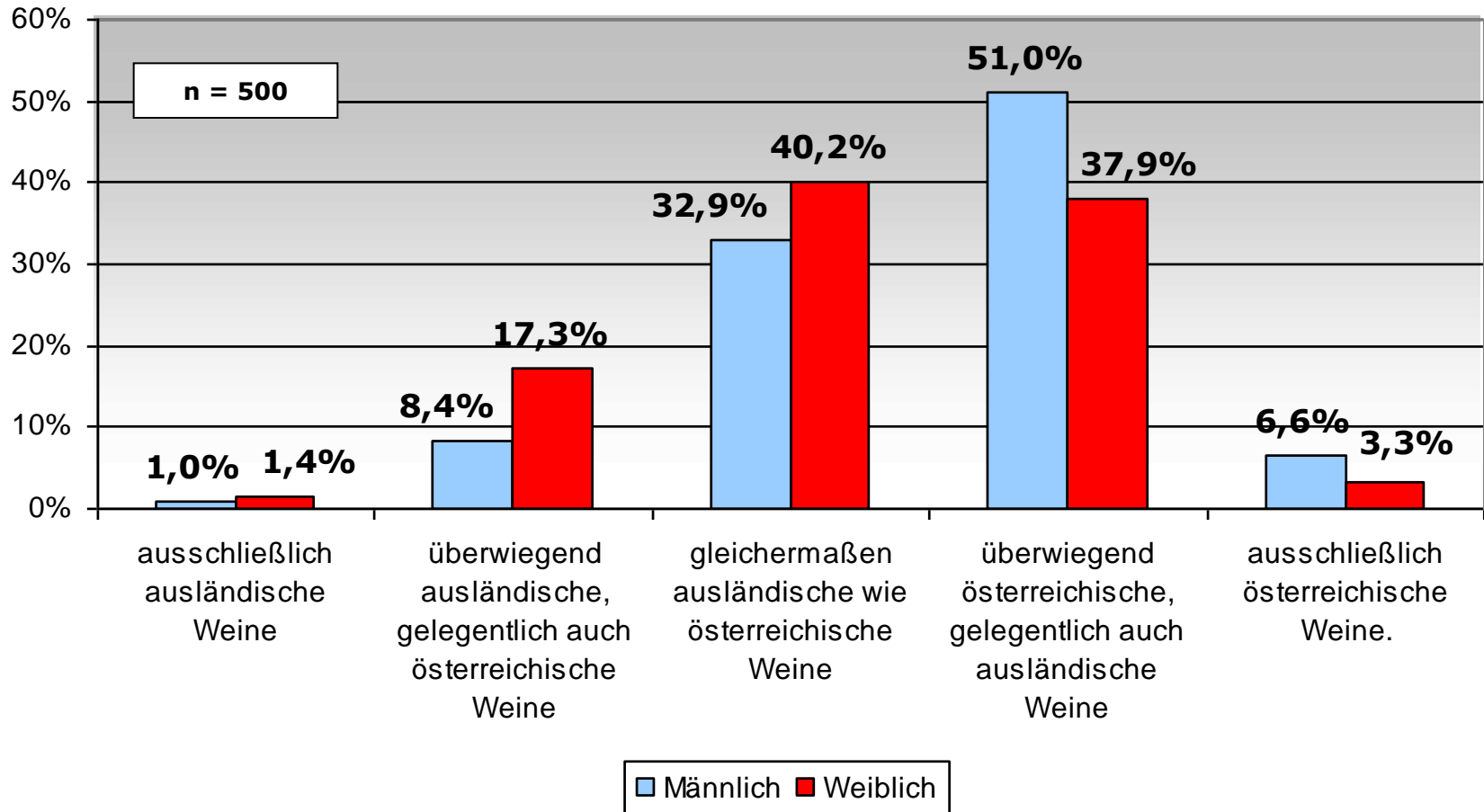




# Abschließend zwei letzte Fragen: Welche Aussage trifft für Sie persönlich am ehesten zu?

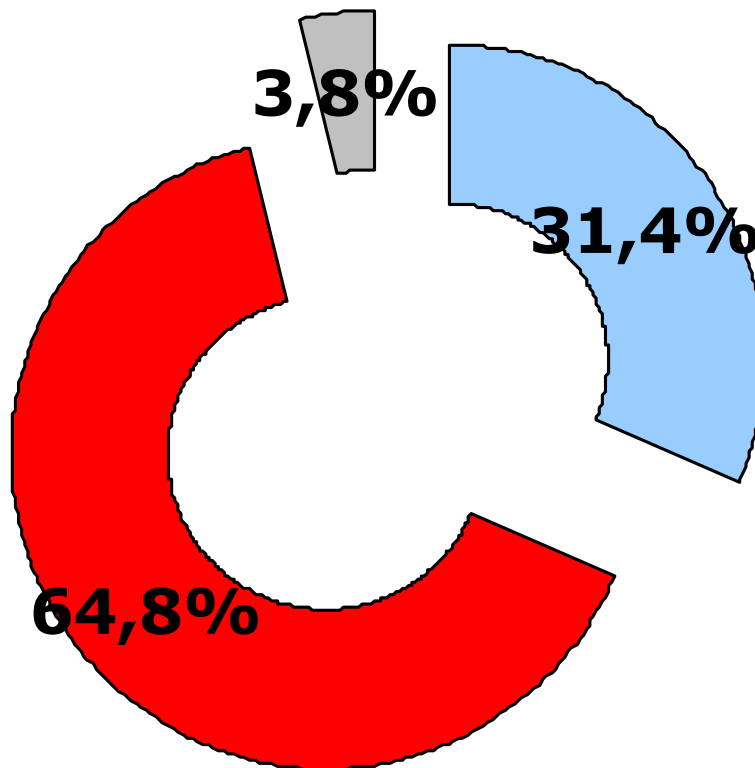
## Ich trinke im Lokal oder Restaurant...

(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)



# Und wie würden Sie Ihre eigenen Kenntnisse rund um das Themengebiet "Wein" einstufen? Bitte selektieren Sie jene Personengruppe, der Sie sich am ehesten zugehörig fühlen:

n = 500



(Basis: Respondenten gehen häufiger als einmal pro Monat abends zum Essen aus; trinken zumindest einmal pro Woche Wein)

■ geringe Wein-Kenntnisse ■ mittlere Wein-Kenntnisse ■ Wein-Experte

---

# about Marketagent.com

MARKETAGENT.COM



## **://about Marketagent.com...**

---

Marketagent.com ist einer der heimischen Pioniere der Online Markt- und Meinungsforschung und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 37.100 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand: November 2003, plus 30 - 40 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche eConsulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb von nur 2 Jahren zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen u.a. Unternehmen wie die Telekom Austria, die Erste Bank, Bank Austria-Creditanstalt, Microsoft, T-Online, Austrian Airlines, betandwin.com, UPC Telekabel, UTA Telekom AG, EUnet AG, derStandard.at, die Merkur Versicherung, die Wirtschaftskammer Wien und die NÖM AG.

Im Rahmen der wissenschaftlichen Forschung kooperiert Marketagent.com mit dem Universitätslehrgang für Tourismus der Wirtschaftsuniversität Wien und dem Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien. Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildner und im März der erste Preis beim NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und der Donau Universität in Krems.



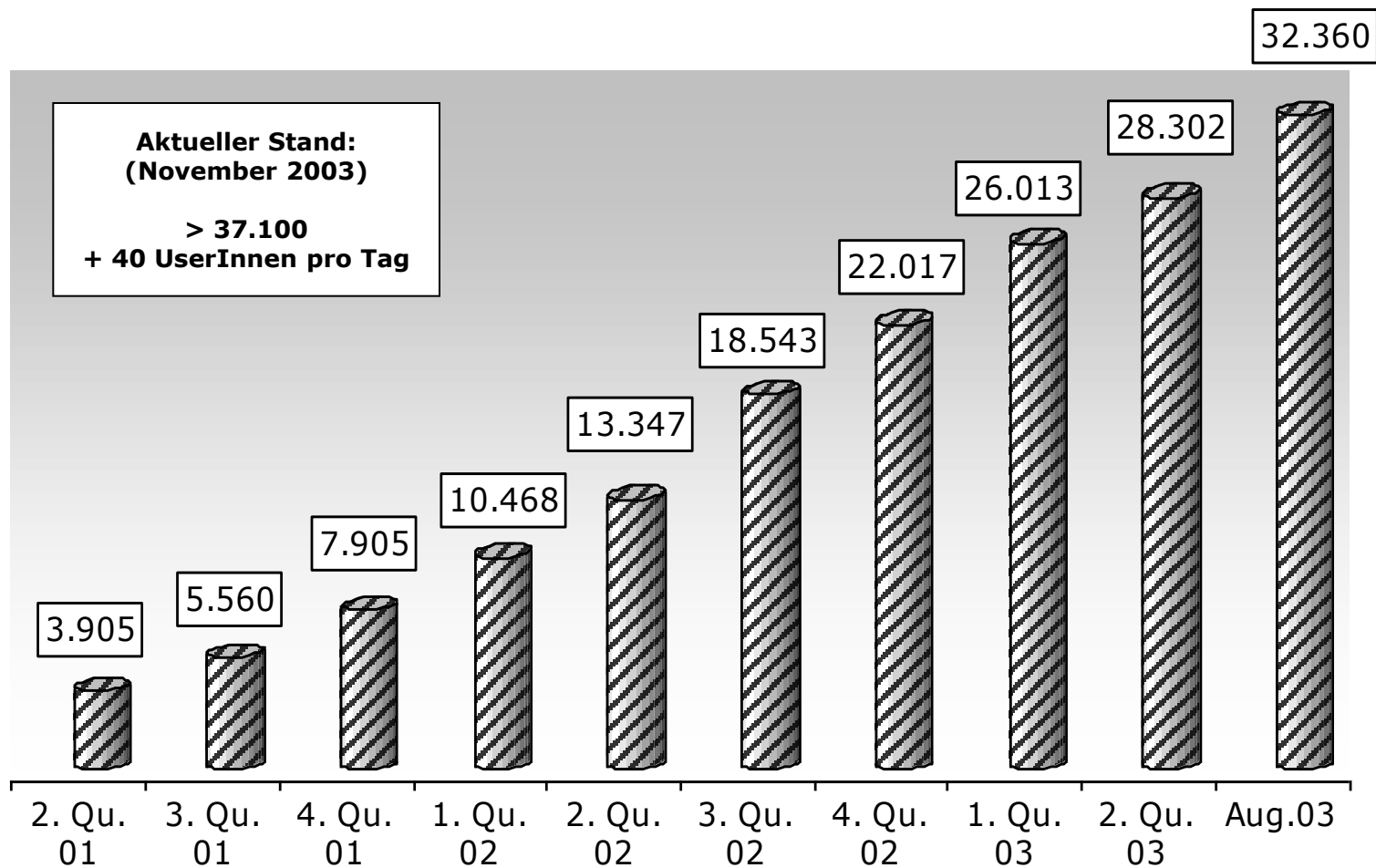
# ://das Online Access Panel von Marketagent.com...

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmässig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.

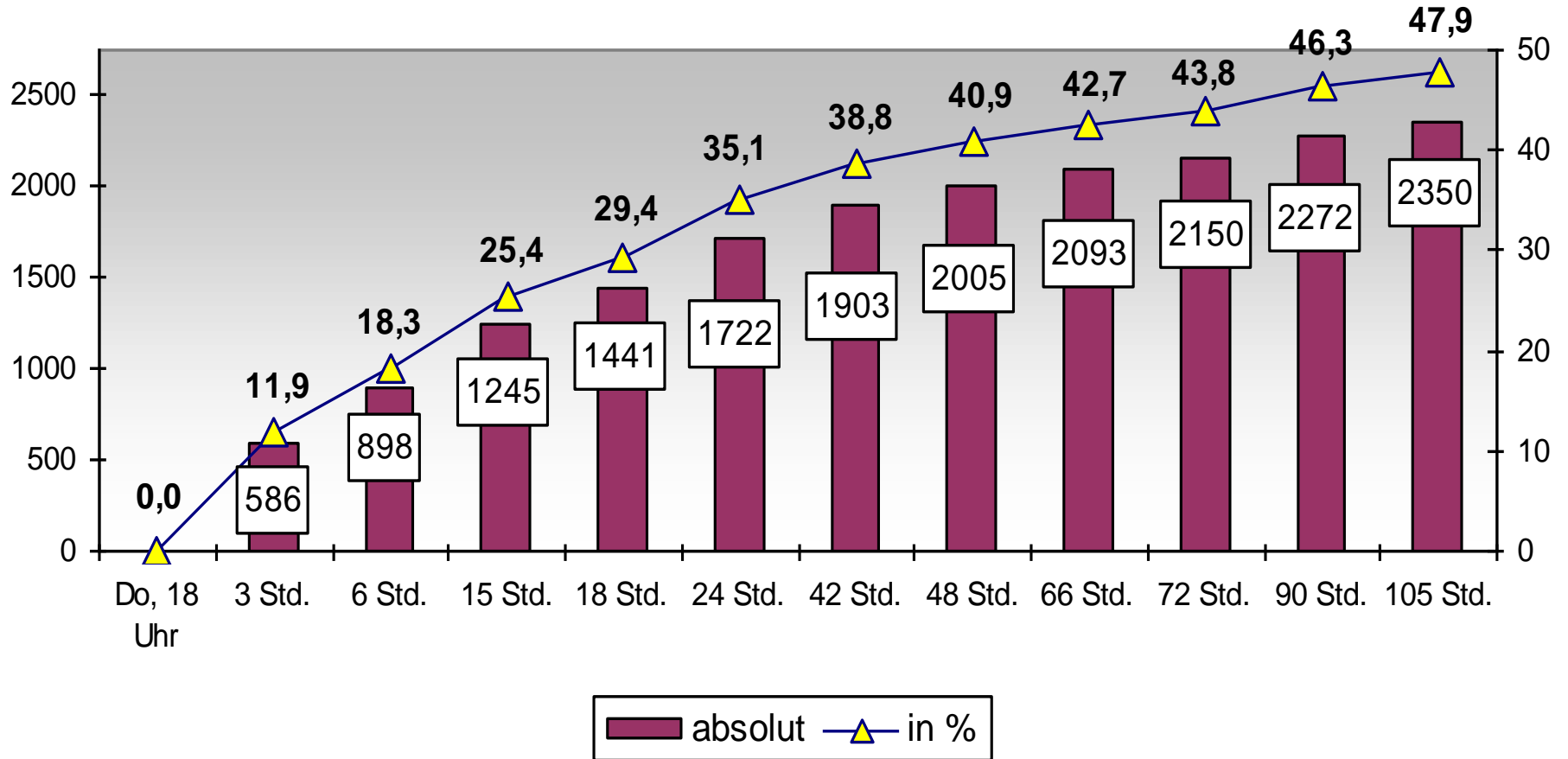
# ://das Online Access Panel von Marketagent.com...

## Marketagent.com Online Access Panel



# ://Rücklauf einer Panel-Befragung von Marketagent.com...

Rücklauf einer typischen Online Access Panel-Befragung (cawi) ohne Reminder



## ://Referenzen [Auszug]...

telekom austria ag



uta telekom ag



upc telekabel (chello)



t-online.at



eunet ag



bank austria-creditanstalt



erste bank



microsoft



merkur versicherung



betandwin.com



paysafecard



tele.ring



derStandard.at derStandard.at

jobfinder.at



mediacom



mediahaus austria



omd



austrian airlines



brokerjet



nöm ag



eybl international



ciao ag



maxdata



t-mobile





## ://Quality Issues...

Um die Qualität von Panel-Befragungen möglichst hoch zu halten setzt Marketagent.com unter anderem folgende Methoden im Rahmen der Panelpflege ein:

- :// Messung der **Bearbeitungszeiten**
- :// Regelmäßige **Aktualisierung der Profile**
- :// **Nachfassen** unbeachteter Einladungen
- :// **Plausibilitäts-Überprüfungen** der Antworten
- :// Überprüfung der **Identität** der Panel-Mitglieder mit Hilfe von Offline-Kontakten

Aber auch bei den eigentlichen Befragungen werden sämtliche Möglichkeiten des Mediums Internet zur Steigerung der Datenqualität eingesetzt. So kommen bei Marketagent.com u.a. folgende Methoden zum Einsatz:

- :// **Input-Validierung** in Echtzeit (Online-Checks)
- :// Vermeidung von Reihenfolge-Effekten dr. zufallsgesteuerte **Item-Rotierungen**
- :// **Filterführungen** und Verzweigungen
- :// **Antwort-Übernahmen** etc.



**://Kontakt / Feedback / Rückfragen...**

---

**Thomas Schwabl, Mag.  
t.schwabl@marketagent.com**

**02236 – 205 886**

**0676 – 615 22 71**

**Brown Boveristrasse 8/1  
A-2351 Wr. Neudorf**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

**[www.bannercheck.at](http://www.bannercheck.at)**

**MARKETAGENT.COM**

