

Weihnachten



November 2022

marketagent.

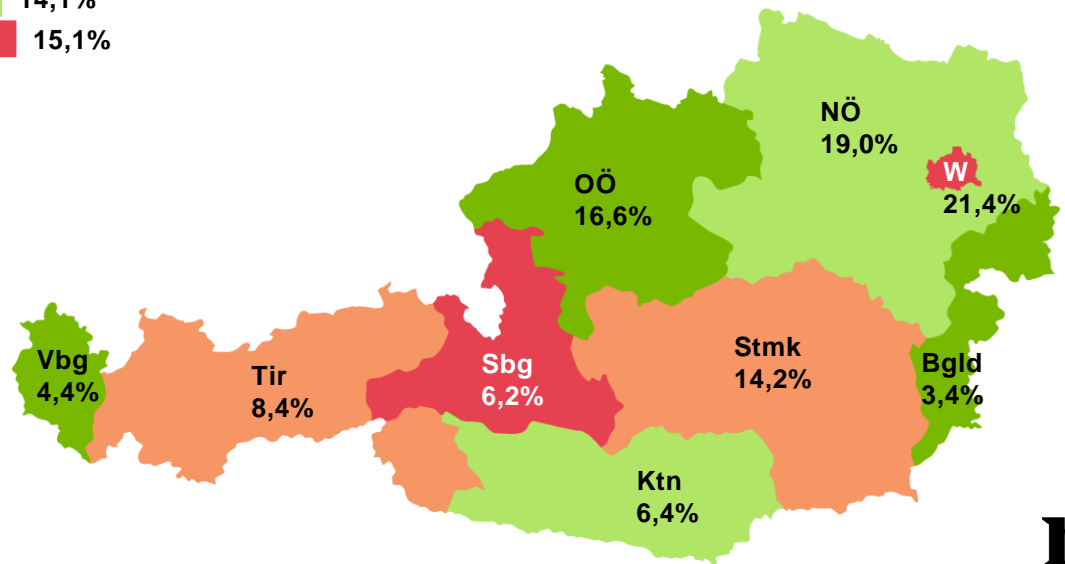
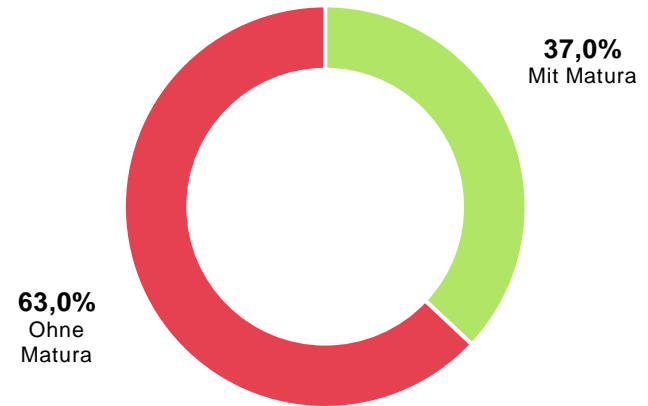
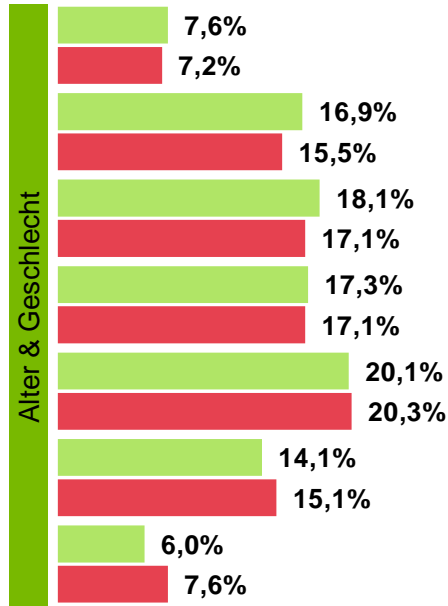
Umfrage-Basics

Auftraggeber	Helvetia Versicherungen AG
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 500 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection
Feldzeit	28.10.2022 – 03.11.2022
Studienumfang	3 Fragen
Mobile Teilnahme	72,2%
Daten-Cleaning	51 Respondent*innen

Zusammensetzung des Samples | n = 500

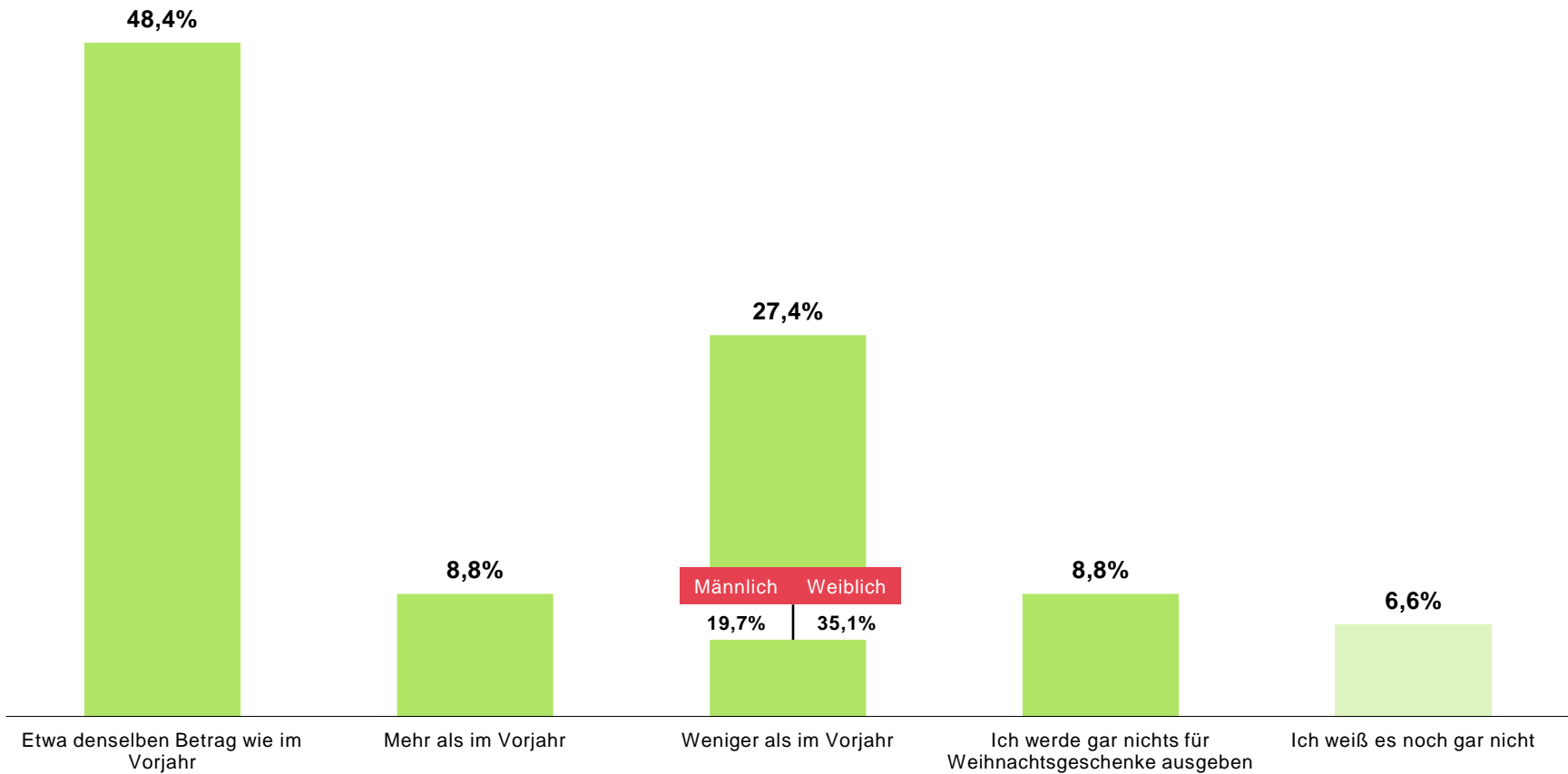
♂ 49,8% ♀ 50,2%

Sample Total	14 - 19	7,4%
	20 - 29	16,2%
	30 - 39	17,6%
	40 - 49	17,2%
	50 - 59	20,2%
	60 - 69	14,6%
	70 - 75	6,8%



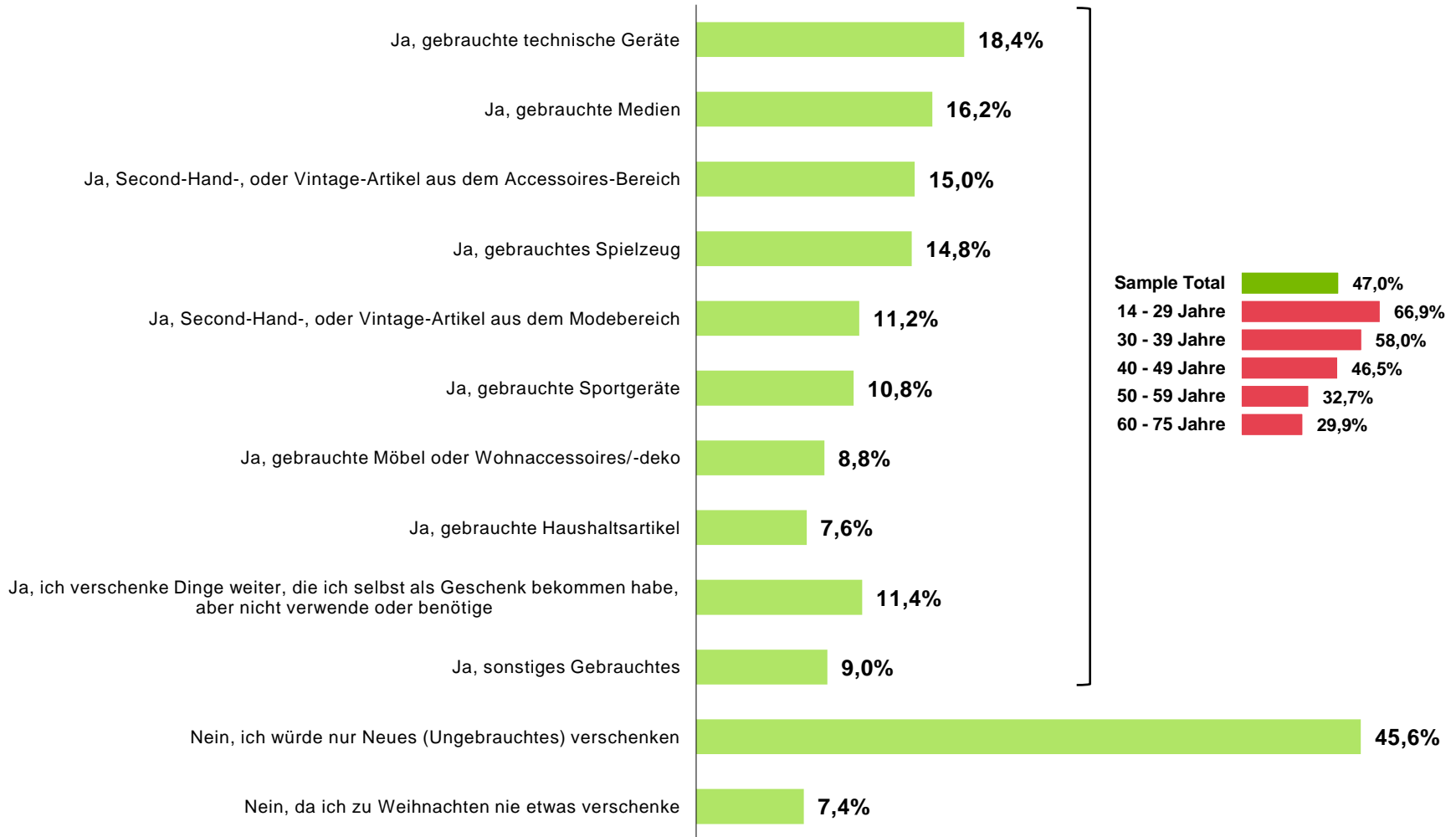
Ergebnisse

Ausgaben für Weihnachtsgeschenke

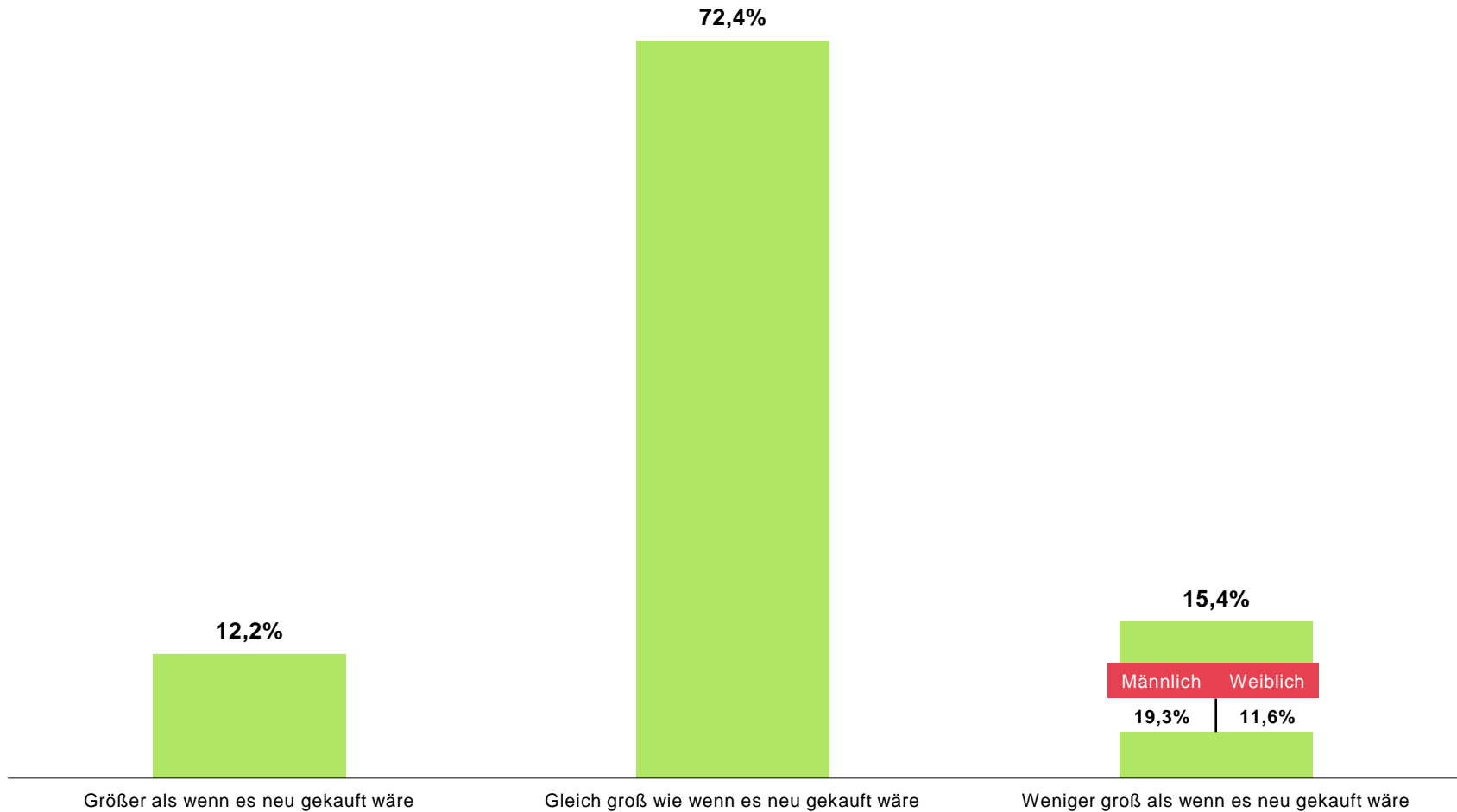


1. [...] Wie viel werden Sie heuer schätzungsweise für Weihnachtsgeschenke ausgeben? || n=500

Second-Hand-Weihnachtsgeschenke



Freude an Second-Hand-Weihnachtsgeschenken



3. [...] Wäre Ihre Freude über das schöne Geschenk gleich groß, größer oder weniger groß, als wenn es sich bei dem Geschenk um ein neues, ungebrauchtes Produkt gehandelt hätte? || n=500

**einfach
schnell
fragen.**

Lena Wittmann, MSc
Studienleiterin

I.wittmann@marketagent.com
02252 909 009 23

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.

Schwankungsbreite

bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%

Lesebeispiel:

Wenn bei einer Stichprobengröße von $n = 500$ der erhobene Wert bei 40 Prozent liegt, dann weicht der „wahre“ Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% um maximal 4,3 Prozentpunkte (Schwankungsbreite 4,3) vom erhobenen Stichprobenwert ab.

D.h. addiert bzw. subtrahiert man diese 4,3 vom erhobenen Stichprobenwert, so erhält man die Grenzen, innerhalb derer der „wahre“ Wert in der Grundgesamtheit liegt.

	Erhobener Wert in %									
	3	5	10	15	20	25	30	40	50	
Fallzahl	97	95	90	85	80	75	70	60	50	
100	3,3	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8	
200	2,4	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9	
300	1,9	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7	
400	1,7	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9	
500	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4	
750	1,2	1,6	2,1	2,6	2,9	3,1	3,3	3,5	3,6	
1.000	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1	
1.250	0,9	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,7	2,8	
1.500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,5	2,5	
2.000	0,7	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	
2.500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0	
3.000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,8	1,8	
3.500	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	
4.000	0,5	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	
5.000	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	
7.500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	
10.000	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	

Quelle: Claus Ebster, Lieselotte Stalzer: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB 2017