



# Branchenstudie Autos & Zubehör

Wien, April 2022

im Auftrag von



# Inhaltsverzeichnis

- Highlights
- Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe
  - Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe
  - Legende
- Soziodemographie der Personengruppen
- Aktueller Autobesitz und Antriebsart
- Kauf- und Informationsverhalten bei Autos & Autozubehör
- Image der Automarken
- Nutzung und Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf krone.at

# Highlights

# Highlights

- Bei **93%** der krone.at Nutzer:innen gibt es **mindestens ein Auto im Haushalt**. **97%** davon fahren selbst ein Auto. (Seite 11)
- Ca. ein Viertel der Befragten hat schon einmal Carsharing genutzt, hier liegen die **krone.at Nutzer:innen** im Durchschnitt. (Seite 12)
- Diesel und Benzin Antrieb sind die klaren Favoriten unter den Antriebsarten, wobei sich **mehr als die Hälfte** der Befragten, die ein Diesel oder Benzin betriebenes Auto fahren, (eher) **vorstellen** können, **künftig** auf ein **Fahrzeug mit Hybrid- oder Wasserstoff-Antrieb** umzusteigen. Für ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten wären die **Spritpreise Anlass, auf ein Elektroauto umzusteigen**. Das trifft sowohl auf den österr. Durchschnitt als auch auf die krone.at Nutzer:innen zu. (Seite 13 bis 15)
- Bei der Anschaffung eines Autos, bevorzugen die **krone.at Nutzer:innen** **signifikant häufiger** einen **Neuwagen im Vergleich zu einem Gebrauchtwagen**. Beim Autokauf sind VW, Audi und Skoda die beliebtesten Marken, der wichtigste Faktor beim Autokauf ist Sicherheit. (Seite 19 bis 21)
- **Krone.at Nutzer:innen** sind **tendenziell** dazu **bereit, mehr für die Anschaffung eines Autos auszugeben** als der österr. Durchschnitt und **legen mehr Wert auf unterschiedliche Ausstattungsmerkmale**. (Seite 22 & 23)
- Informationen zu Automarken suchen **krone.at Nutzer:innen** häufig direkt bei Autohändlern; auch wird die **Aufmerksamkeit durch Werbung in österreichischen Online-Tageszeitungen und über Außenwerbung** (Plakat, Citylight, Infoscreen) **häufiger geweckt** (Seite 24).

# Highlights

- Informationen zu Autozubehör suchen **krone.at** Nutzer:innen ebenfalls häufig direkt bei Auto- oder Ersatzhändlern; ihre **Aufmerksamkeit** wird außerdem häufiger durch Werbung im TV, auf Social Media oder in österreichischen Online-Tageszeitungen geweckt (Seite 25).
- Audi und VW sind die Automarken mit der höchsten Sympathie laut den Befragten, die **krone.at** Nutzer:innen bewerten Seat und Mazda als sympathischer als der österreichische Durchschnitt. (Seite 29 bis 31)
- **39%** der befragten ÖsterreicherInnen, die **krone.at** kennen, nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche (Seite 39).
- **Werbung auf krone.at** wird von den Befragten als **gut** auf der Webseite **integriert** empfunden. (Seite 44 bis 46).
- Rund ein Viertel der Befragten hat **bereits einmal** aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt **gekauft** oder Service in Anspruch genommen. (Seite 47).

# **Studieneckdaten & Beschreibung der Stichprobe**

# Studieneckdaten & Beschreibung der repräsentativen Stichprobe

## Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI) im TALK Online-Panel

## Befragte Zielgruppe

Personen ab 15 Jahren; repräsentativ für die Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bundesland und Bildung (mit/ohne Matura)

## Stichprobengröße

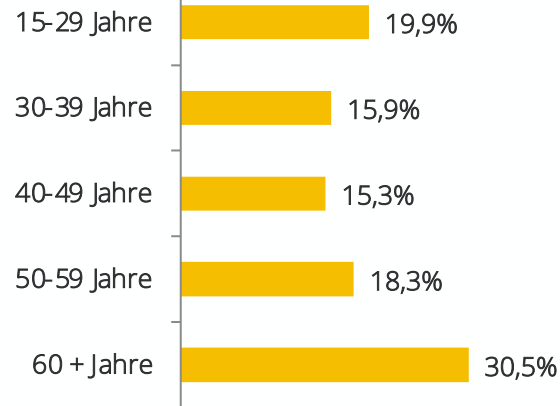
n=502 Netto

## Befragungszeitraum

22.03. – 01.04.2022

n= 502

### Alter:



Geschlecht:



51,2%



48,8%

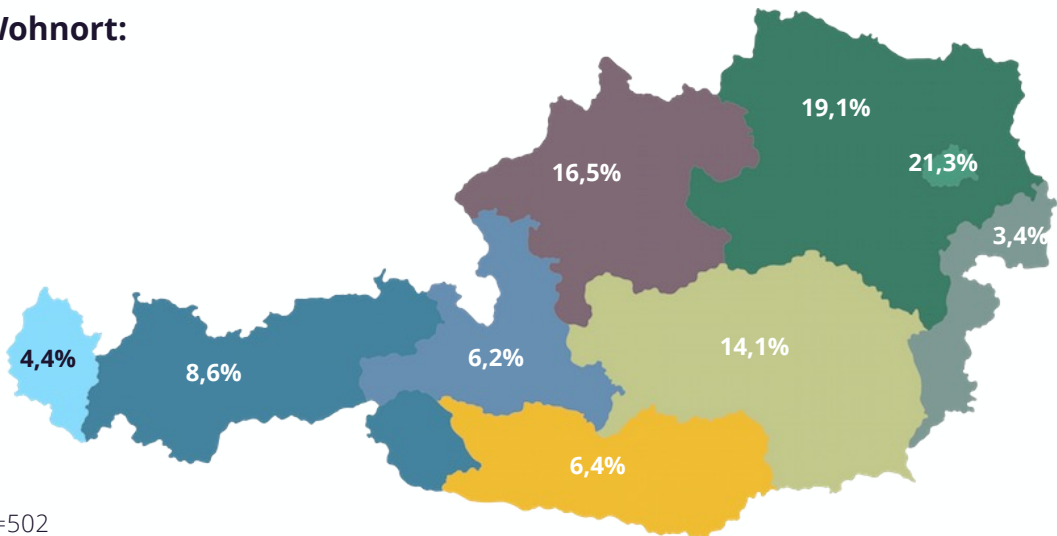
Bildung:

mit Matura  
29,7%



ohne Matura  
70,3%

### Wohnort:



n=502

In %, Einfachantworten, repräsentativ gewichtet gemäß Alter, Geschlecht, Bundesland & Bildung nach Statistik Austria

# Legende

Die Ergebnisse werden in Folge nach folgenden 2 Personengruppen analysiert. Es wird dargestellt, wie sich diese Profile hinsichtlich Soziodemographie, Kauf- und Informationsverhalten bei Autos & Autozubehör, Sympathie für Automarken, sowie Bewertung von krone.at verhalten.



Repräsentative Stichprobe: Gesamtbevölkerung, 15+ Jahre



krone.at-Nutzer:innen: Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen

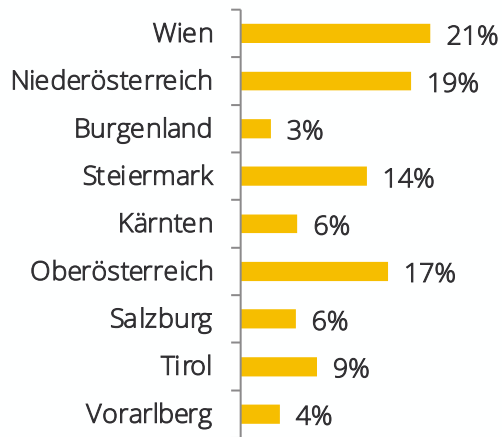


# **Soziodemographie der Personengruppen**

# Soziodemographie

 = repräsentativ AT

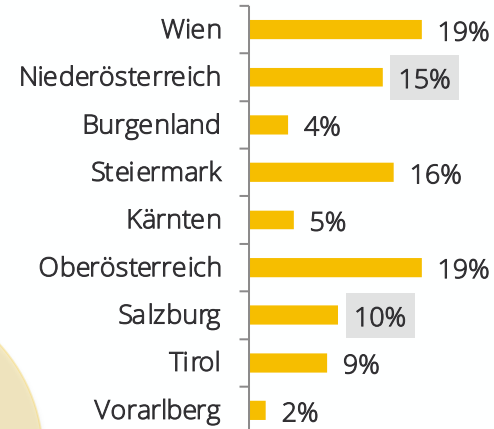
 = krone.at-Nutzer:innen



**48,8%**



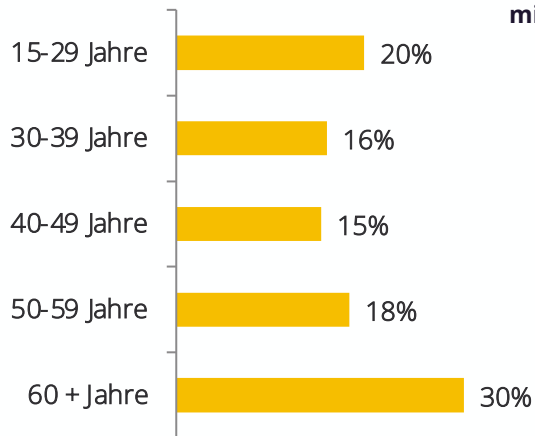
**51,2%**



**49,4%**



**50,6%**

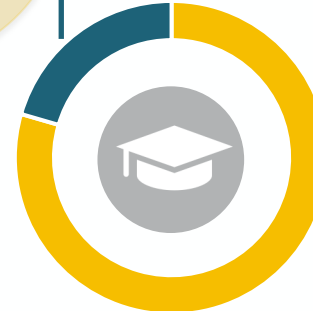


**mit Matura**  
**29,7%**

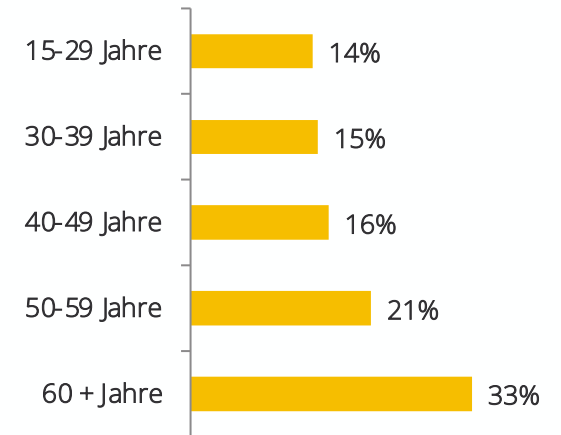


**ohne Matura**  
**70,3%**

**mit Matura**  
**30,0%**



**ohne Matura**  
**70,0%**



In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

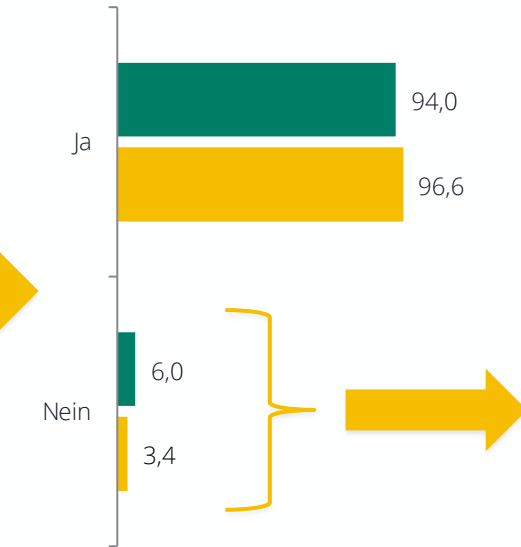
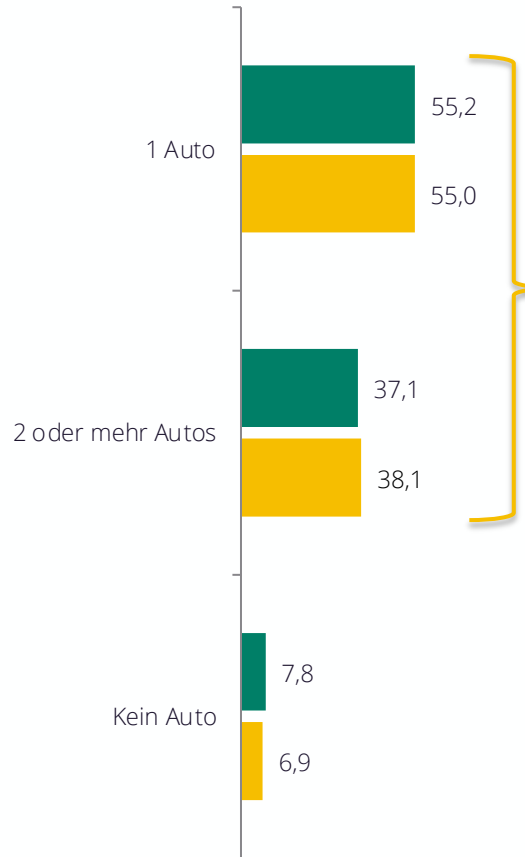
# **Aktueller Autobesitz und Antriebsart**

# Mehr als die Hälfte der Befragten besitzen 1 Auto im Haushalt, bei über einem Drittel gibt es sogar 2 oder mehr Autos im Haushalt

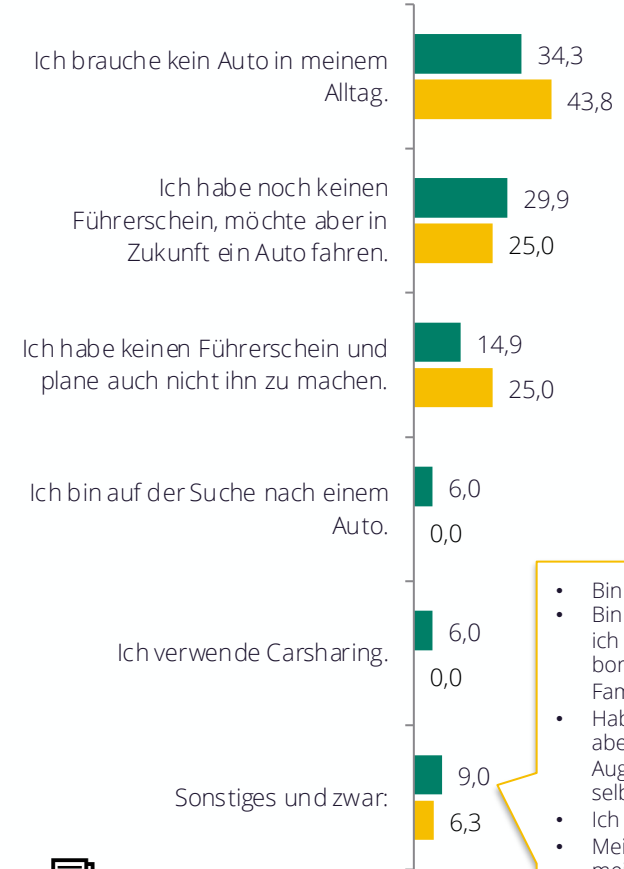
„Wie viele Autos gibt es in Ihrem Haushalt?“

„Fahren Sie selbst ein Auto?“

„Warum fahren Sie kein Auto?“



! Achtung bei Interpretation: Kleine Fallzahl bei krone.at Nutzer:innen (n=16)!



- Bin erst 15
- Bin Radfahrerin, wenn ich ein Auto brauche, borge ich es in der Familie aus
- Habe Führerschein, aber fahre wegen Augen nicht mehr selber
- Ich habe Angst
- Mein Mann fährt meistens
- Zu alt

■ Repräsentativ AT ■ krone.at-Nutzer:innen

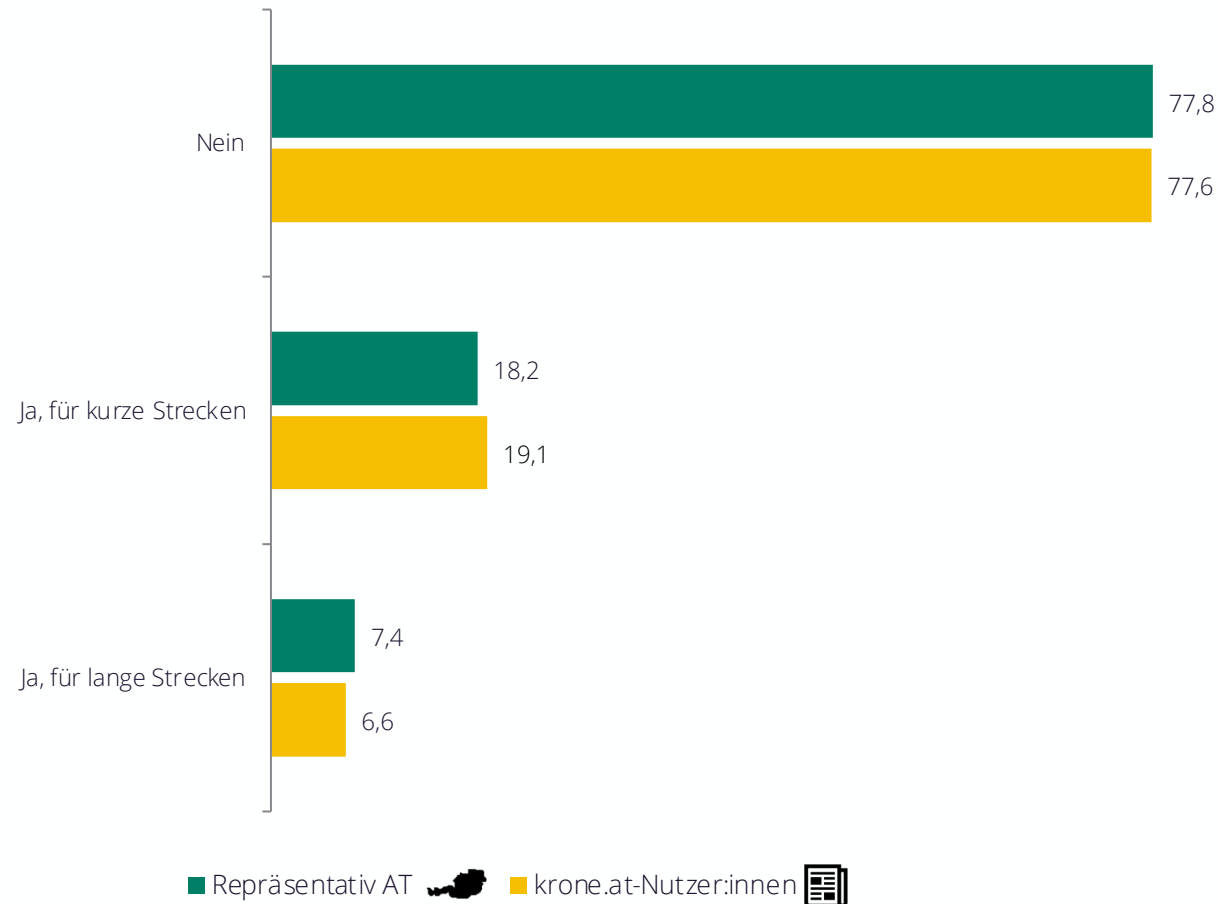
In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

In %, Einfachantwort, Personen mit mindestens 1 Auto im Haushalt, Repräsentativ: n=463; krone.at Nutzer:innen: n=149 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

In %, Einfachantwort, Personen mit mindestens 1 Auto im Haushalt, die selbst kein Auto fahren oder mit keinem Auto im Haushalt, Repräsentativ: n=67; krone.at Nutzer:innen: n=16 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Rund drei Viertel der Befragten (78%) haben noch nie Carsharing genutzt.

„Haben Sie schon einmal Carsharing genutzt?“

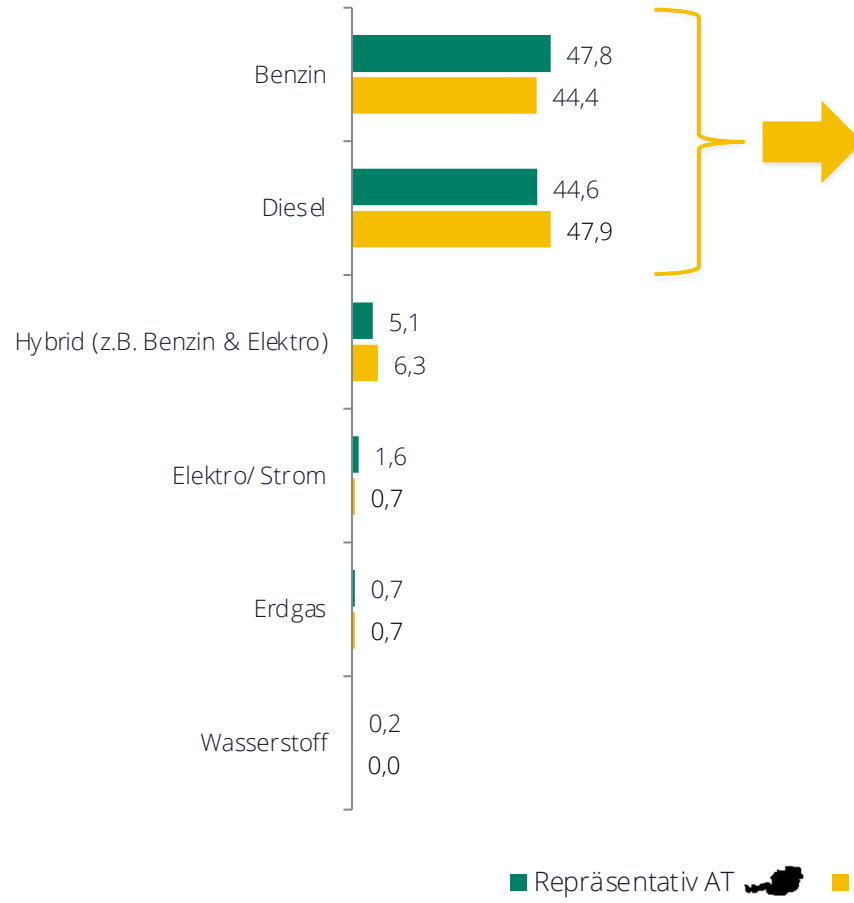


In %, Mehrfachantwort mit „Nein“ als exklusiver Antwort; Personen, die selbst ein Auto fahren, oder kein Auto im Alltag brauchen, auf der Suche nach einem Auto sind, oder Carsharing verwenden oder Sonstiges; Repräsentativ: n=472; krone.at Nutzer:innen: n=152 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

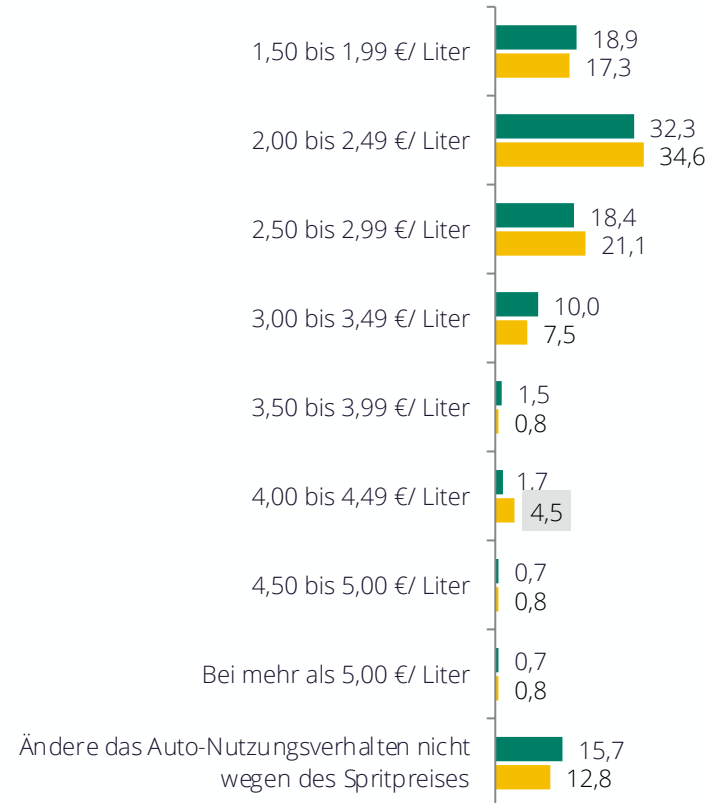
# Rund ein Drittel der Befragten, die ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren, würden bei Spritpreisen zwischen 2,00€ und 2,49€ ihr aktuelles Auto-Nutzungsverhalten überdenken.

„Welche Antriebsart hat Ihr Auto?“

Falls Sie selbst mehr als 1 Auto besitzen, denken Sie bitte an jenes, das Sie am häufigsten für private Zwecke nutzen.



„Aktuell sind die Lebenshaltungskosten in unterschiedlichen Bereichen gestiegen bzw. am steigen. Ab welchem Spritpreis würden Sie Ihr aktuelles Auto-Nutzungsverhalten überdenken bzw. überdenken Sie ihr Nutzungsverhalten?“



Ändere das Auto-Nutzungsverhalten nicht wegen des Spritpreises

■ Repräsentativ AT ■ krone.at-Nutzer:innen

In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren; Repräsentativ: n=435; krone.at Nutzer:innen: n=144 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

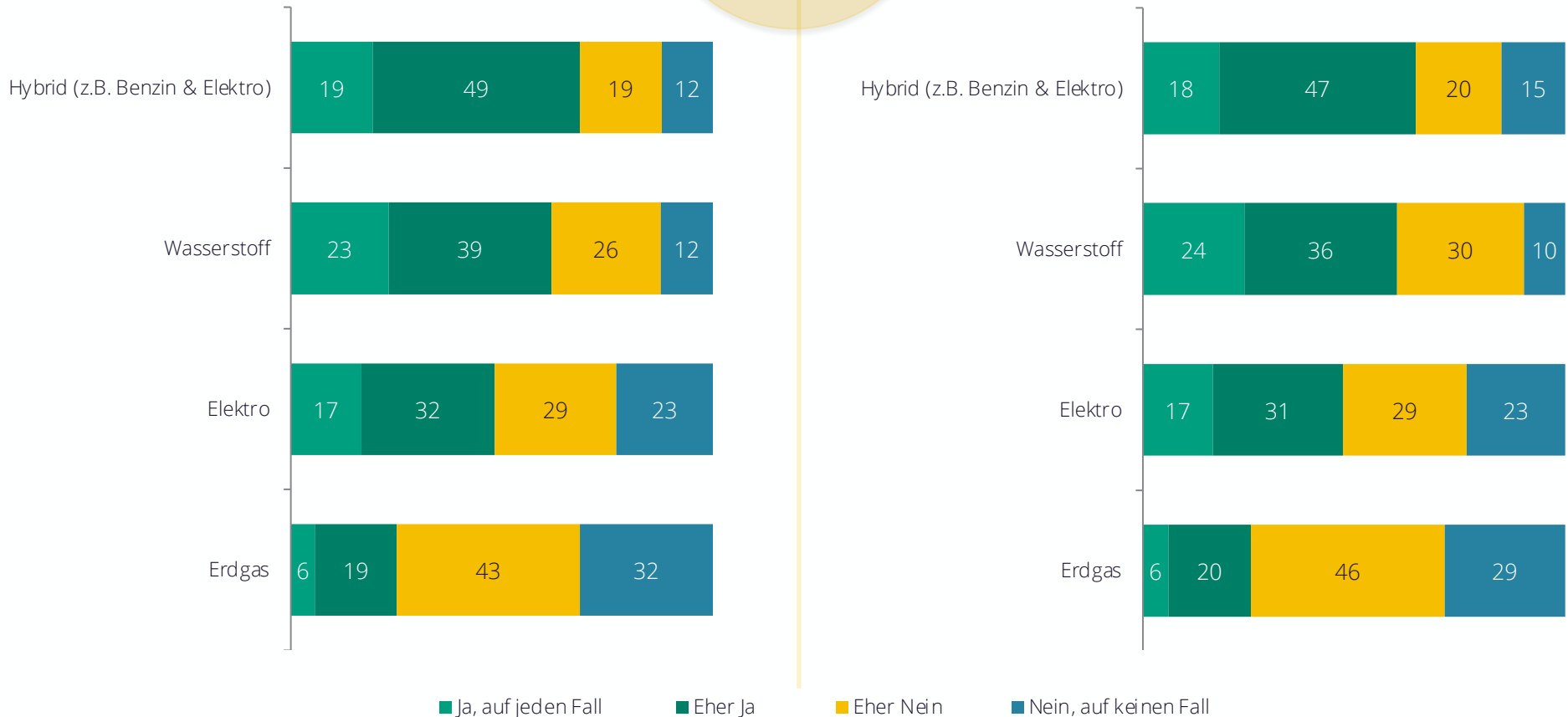
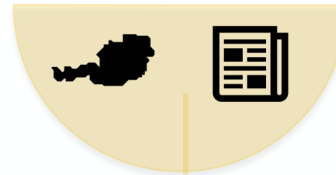
= signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau p <= 0,05

# Sowohl der österr. Durchschnitt als auch krone.at- Nutzer:innen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren, können sich unter alternativen Antriebsarten am ehesten vorstellen, ein Fahrzeug mit Hybrid Antrieb (z.B: Benzin & Elektro) zu kaufen.

„Können Sie sich vorstellen, zukünftig ein Fahrzeug mit den folgenden Antriebsarten zu kaufen?“

 = repräsentativ AT

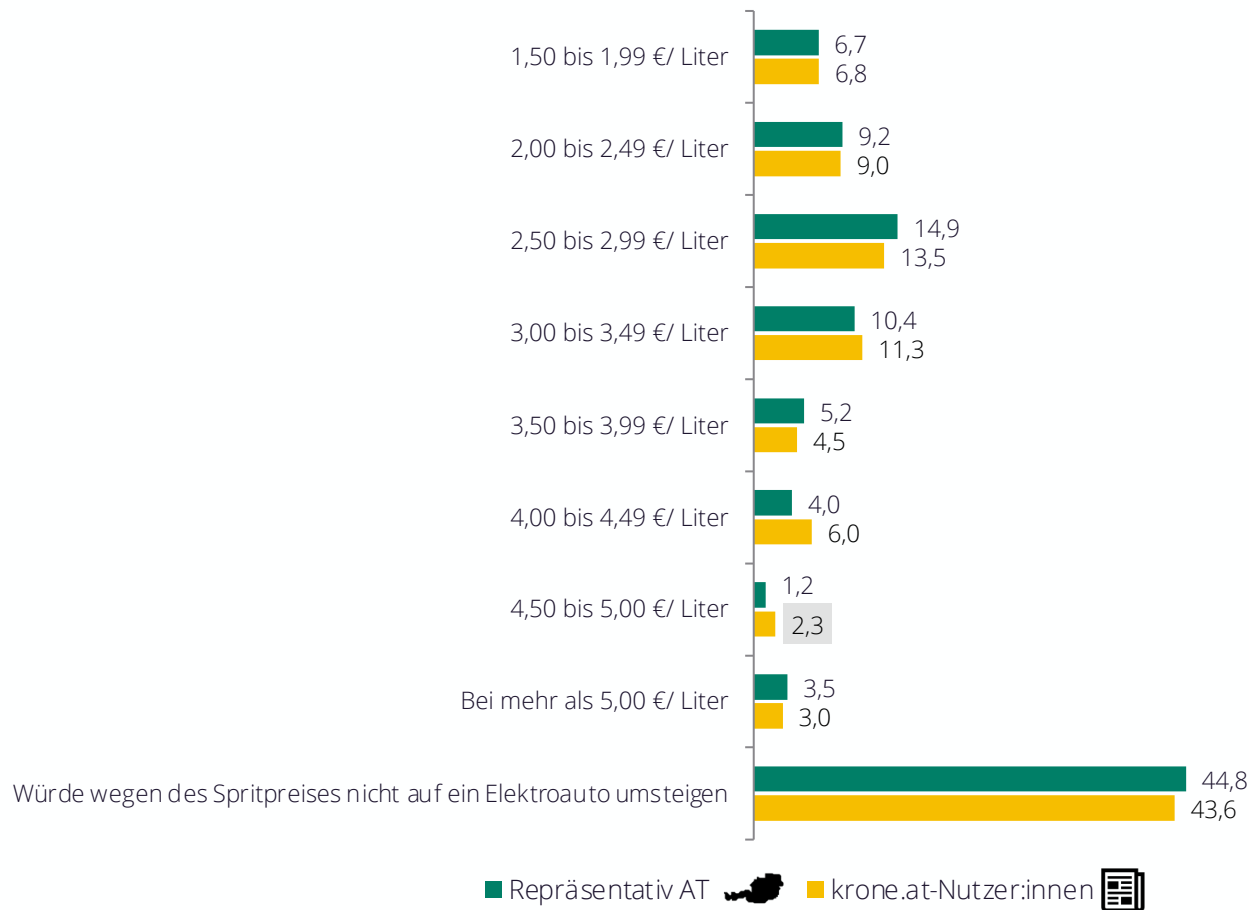
 = krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort-Matrix, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Aufgrund des Spritpreises würde mehr als die Hälfte der Befragten den Umstieg auf ein Elektroauto in Erwägung zu ziehen

„Sie haben angegeben, dass Sie ein Diesel / Benzin betriebenes Auto fahren. Ab welchem Preis pro Liter würden Sie sich überlegen, auf ein Elektroauto umzusteigen?“



In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Benzin oder Diesel betriebenes Auto fahren; Repräsentativ: n=402; krone.at Nutzer:innen: n=133 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

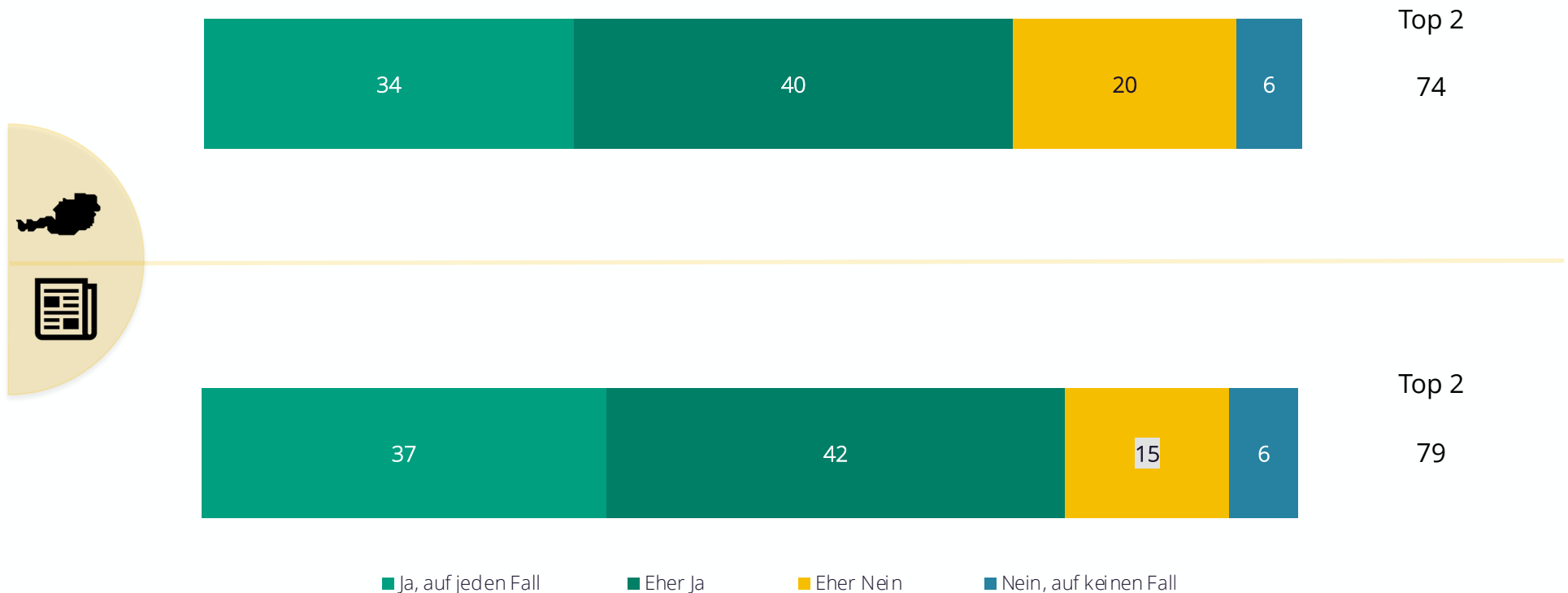


# krone.at Nutzer:innen würden Diesel oder Benzin betriebene Fahrzeuge tendenziell eher weiterhin kaufen als der österreichische Durchschnitt

„Wie stehen Sie aktuell zum Kauf eines mit Diesel oder Benzin betriebenen Fahrzeuges? Würden Sie den Kauf eines mit Diesel oder Benzin betriebenen Fahrzeuges (weiterhin) in Erwägung ziehen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



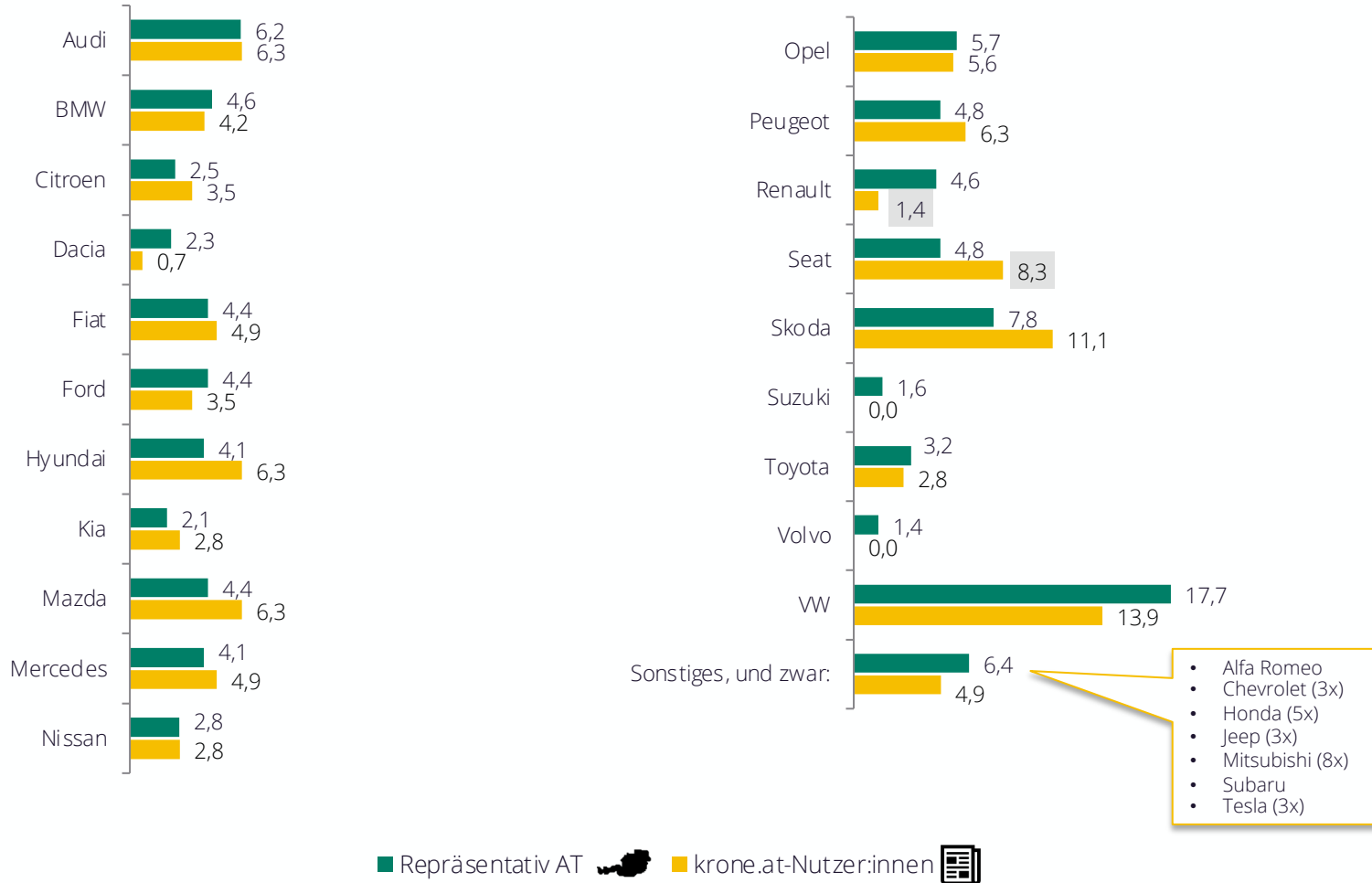
In %, Einfachantwort, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# **Kauf- und Informationsverhalten bei Autos & Autozubehör**

# Krone.at- Nutzer:innen fahren häufiger Autos der Marke Seat als der österr. Durchschnitt

„Von welcher Marke ist das Auto, das Sie aktuell fahren?“

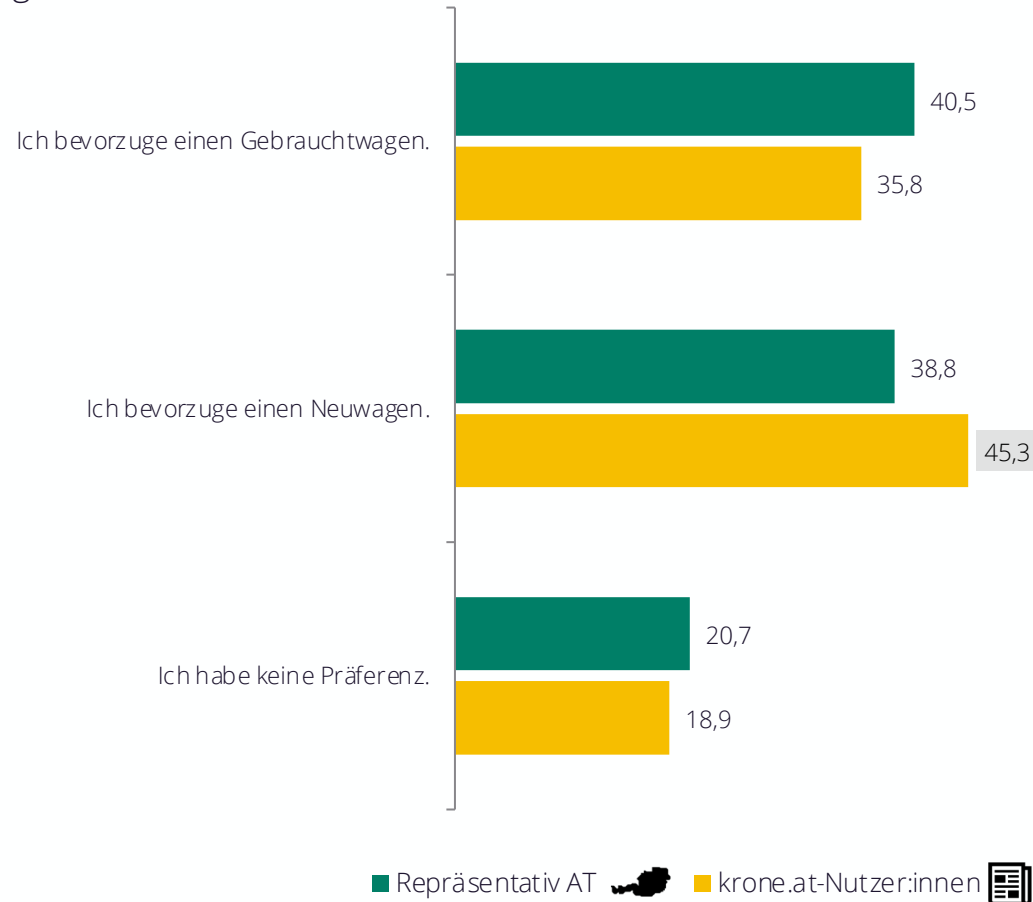
Wenn Sie mehr als 1 Auto nutzen, denken Sie bitte an jenes, das Sie am häufigsten für private Zwecke nutzen.



In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren; Repräsentativ: n=435; krone.at Nutzer:innen: n=144 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Bei der Anschaffung eines Autos bevorzugen krone.at- Nutzer:innen häufiger einen Neuwagen als der österr. Durchschnitt

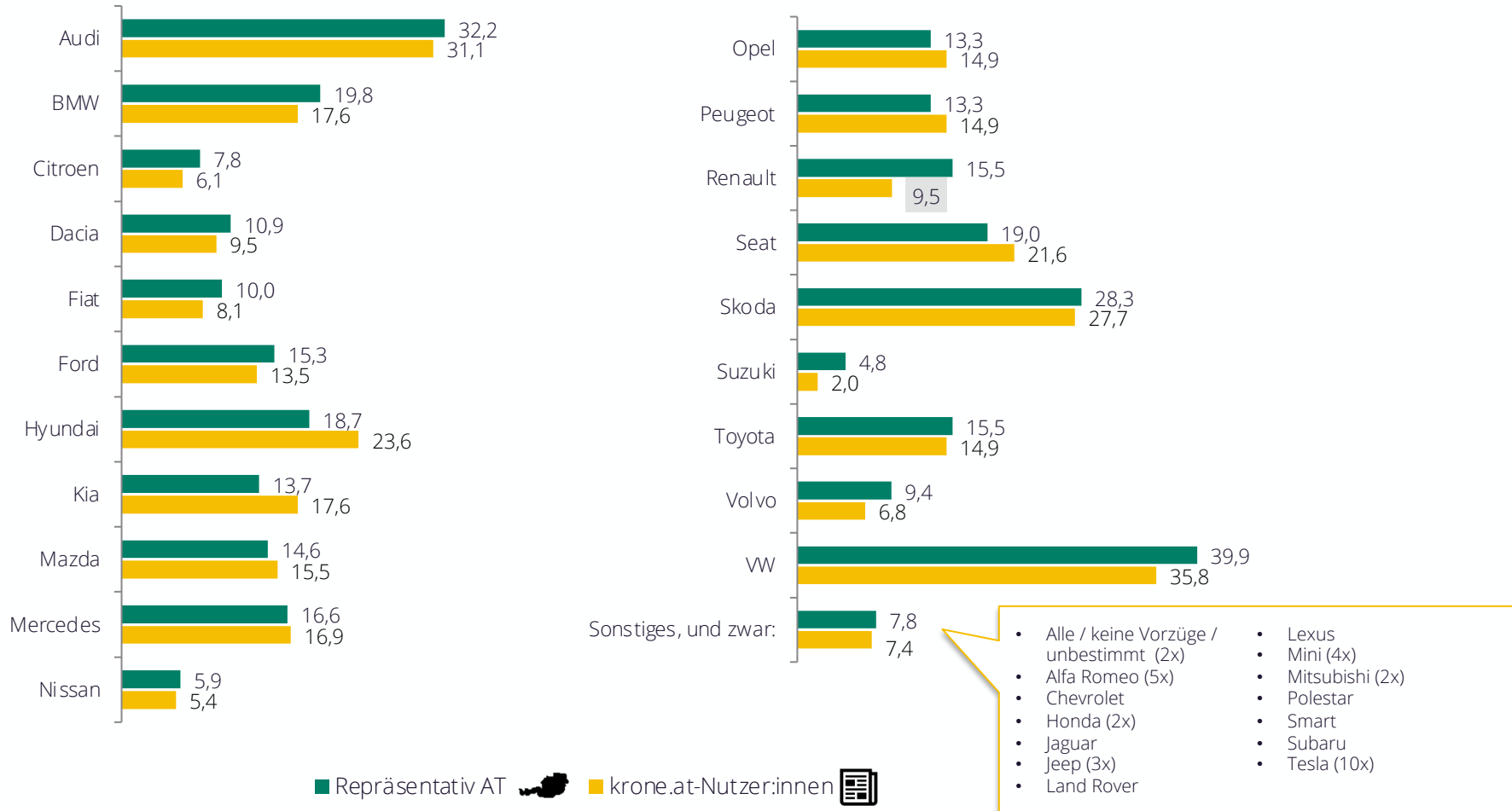
„Angenommen Sie sind gerade auf der Suche nach einem Auto. Bevorzugen Sie es einen Neuwagen oder einen Gebrauchtwagen zu kaufen/ leasen?“



In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Bei einem Autokauf kommt die Marke VW am häufigsten in Frage

„Welche der folgenden Automarken kommen für Sie bei einem Autokauf grundsätzlich in Frage?“  
(max. 5 Marken auswählbar)



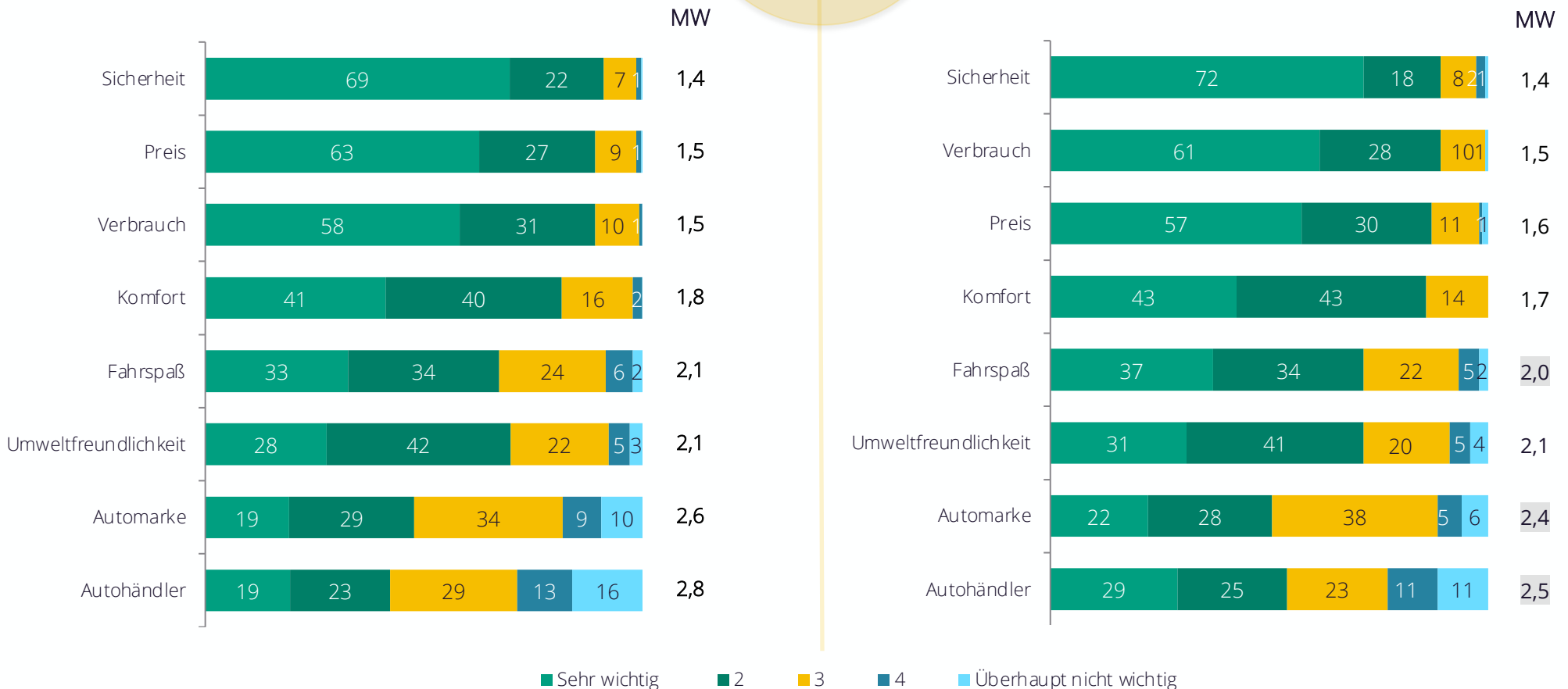
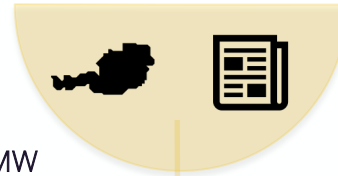
In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind;  
Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Sicherheit ist der wichtigste Faktor beim Autokauf; der Fahrspaß, die Automarke- und der -händler sind für krone-Nutze:innen wichtiger als für den österr. Durchschnitt

„Und wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren beim Autokauf?“

 = repräsentativ AT

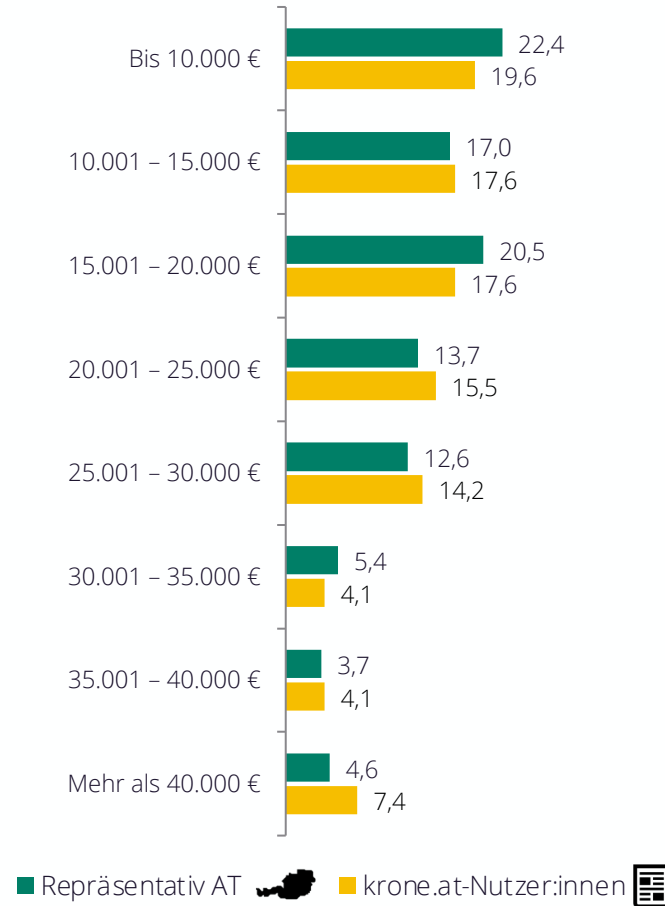
 = krone.at-Nutzer:innen



In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# krone.at Nutzer:innen geben tendenziell mehr für die Anschaffung eines Autos aus als die Österreicher:innen im Durchschnitt

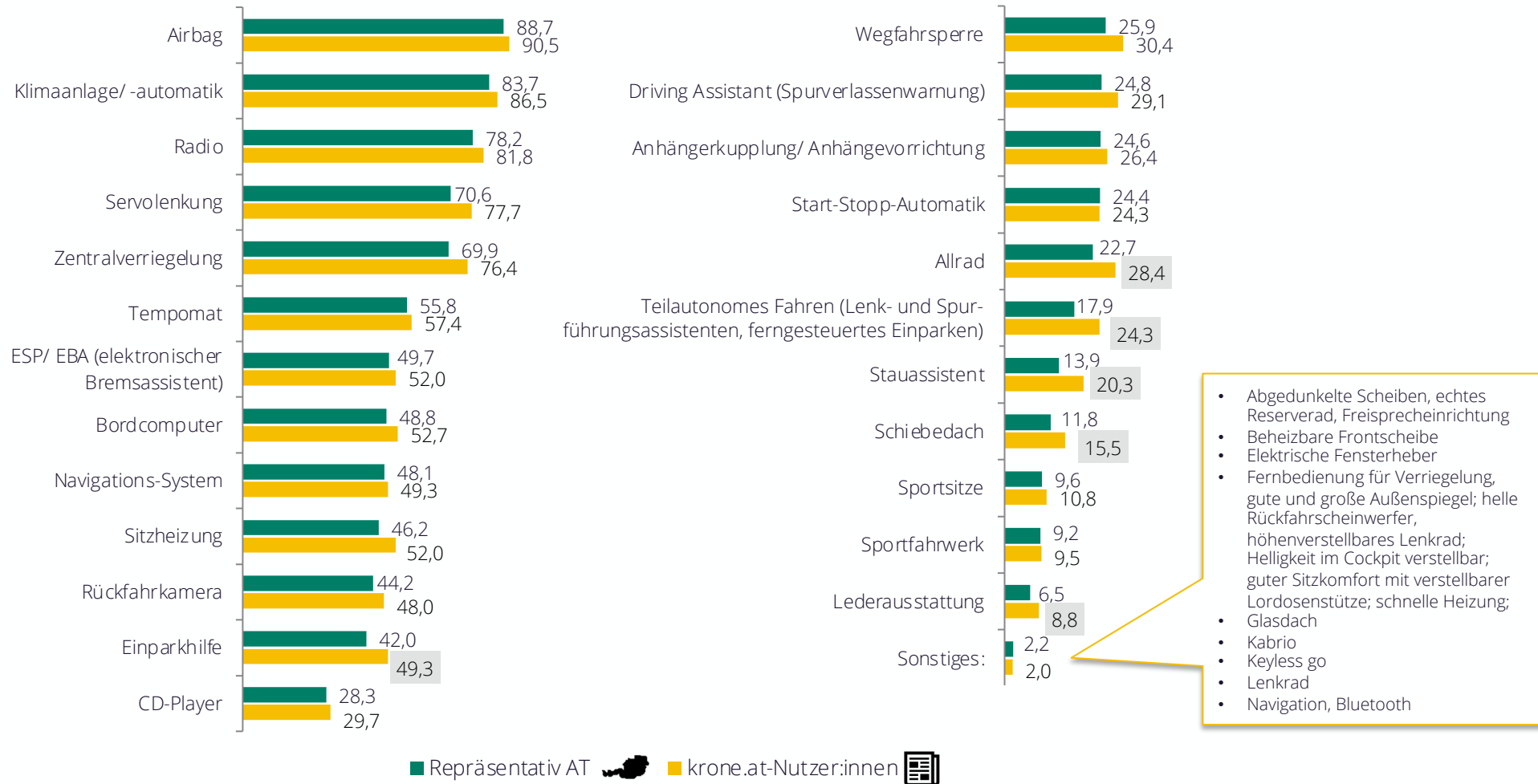
„Wie viel geben Sie im Durchschnitt für die Anschaffung eines Autos aus?/ Wie viel planen Sie für die Anschaffung eines Autos auszugeben?“



In %, Einfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind;  
Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Krone.at- Nutzer:innen sind einige Ausstattungen bei einem Auto wichtiger als dem österr. Durchschnitt, darunter z.B. eine Einparkhilfe, Allrad, teilautonomes Fahren, ein Stauassistent und ein Schiebedach

„Welche Ausstattung ist Ihnen im Auto wichtig?“

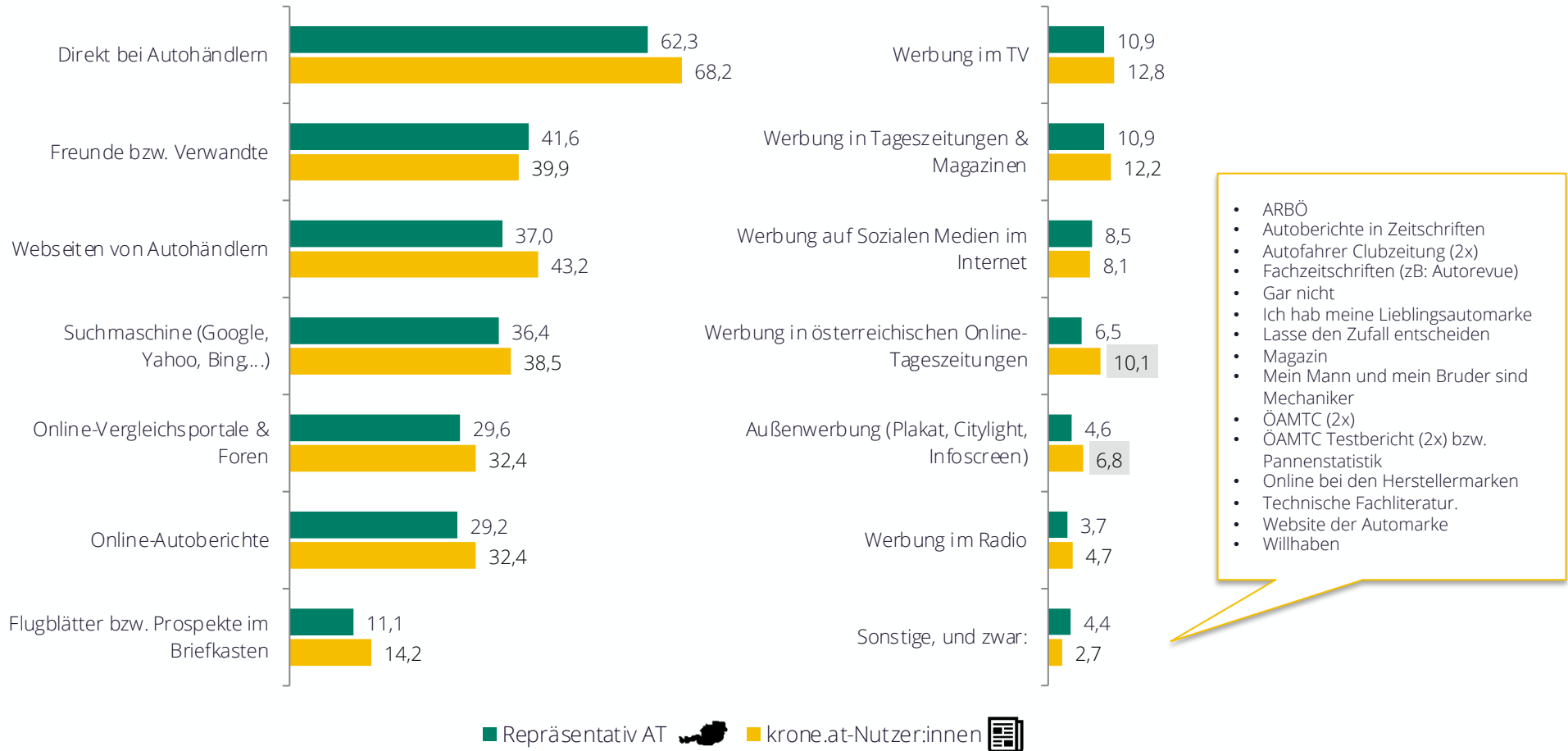


In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)



# Über Automarken informieren sich sowohl krone.at- Nutzer:innen als auch Österreicher:innen am häufigsten direkt bei Autohändlern; Werbung in österr. Online-Tageszeitungen und Außenwerbung dienen den krone.at- Nutzer:innen häufiger als Informationsquelle für Automarken als dem österr. Durchschnitt.

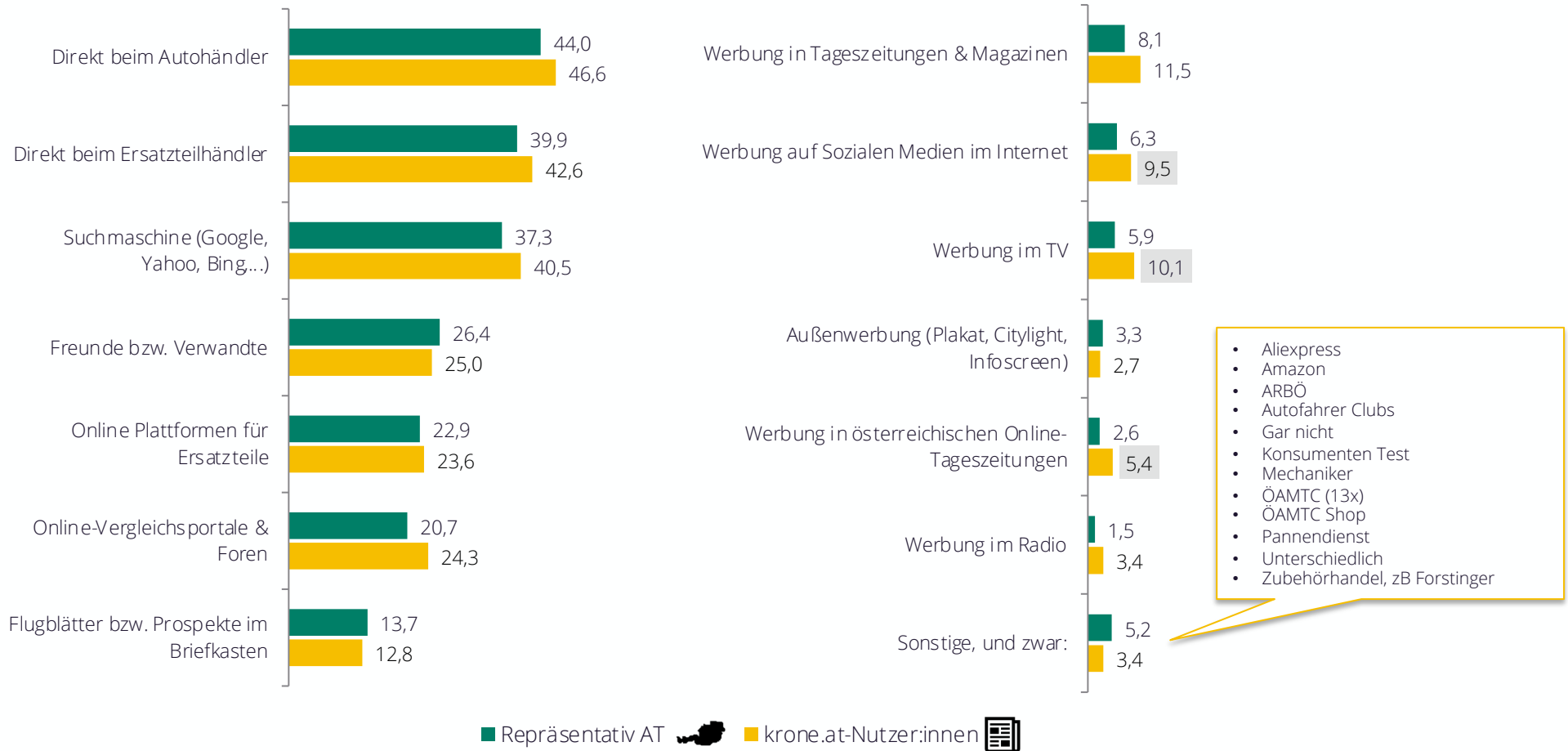
„Stellen Sie sich bitte nun wieder vor, Sie sind auf der Suche nach einem Auto. Wie informieren Sie sich über Automarken bzw. wie werden Sie auf diese aufmerksam?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Werbung im TV, in den sozialen Medien und in österr. Online-Tageszeitungen dienen krone.at- Nutzer:innen häufiger als Informationsquelle für Autozubehör als dem österr. Durchschnitt.

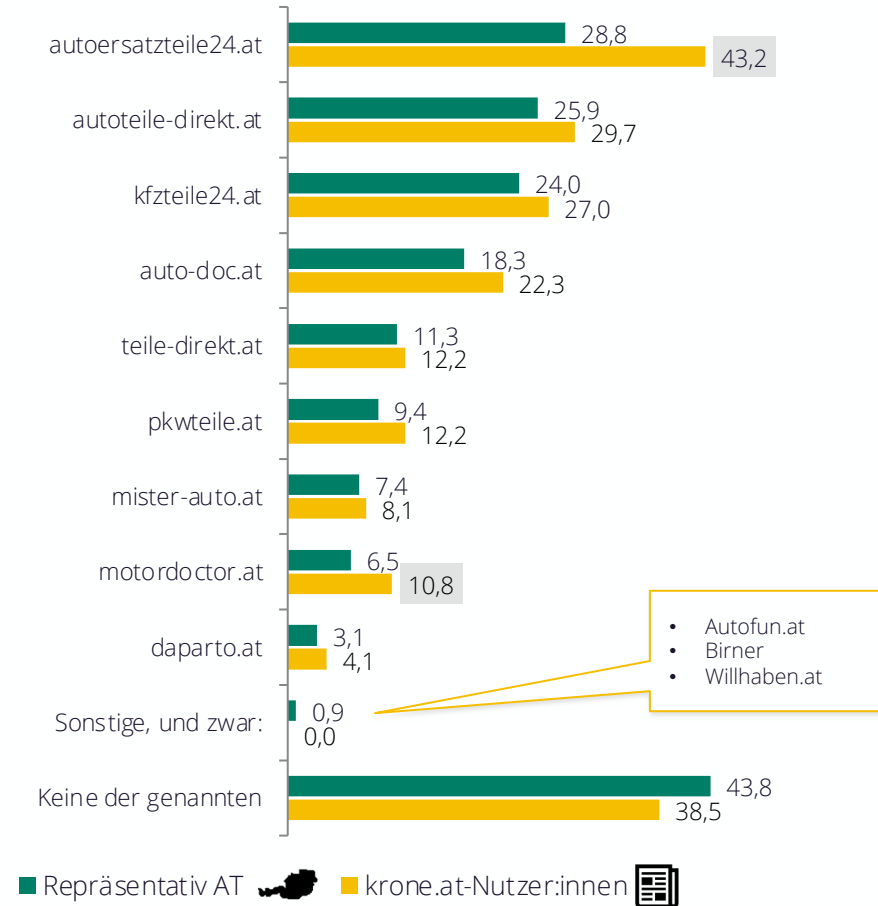
„Und wenn Sie sich über Autozubehör (z.B. Warnwesten, Kindersitze...) oder Ersatzteile (z.B. Licht, Öl) informieren, auf welchem Weg tun Sie das?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Die online Ersatzteil-Plattformen autoersatzteile24.at und motordoc.at sind vor allem unter den krone.at- Nutzer:innen bekannt

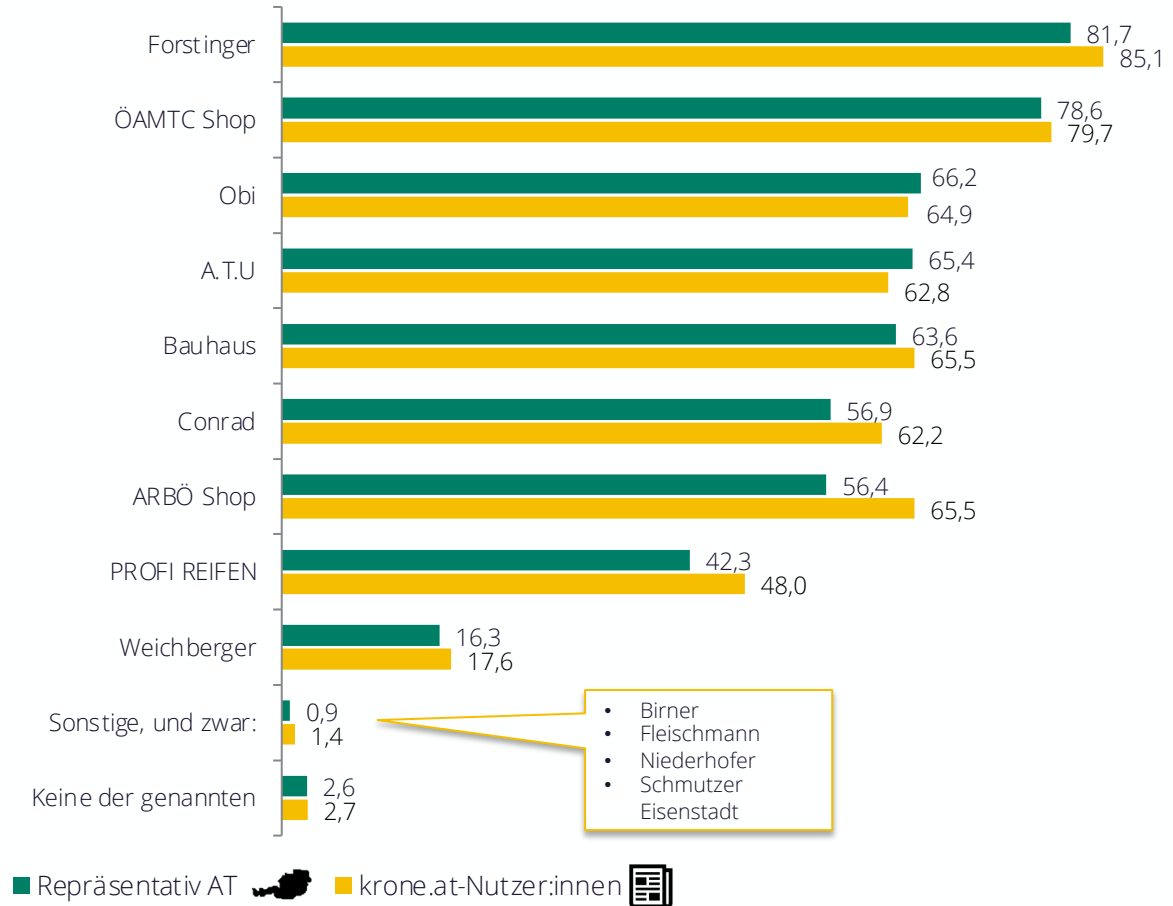
„Welche der folgenden online Ersatzteil Plattformen kennen Sie zumindest dem Namen nach?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# Forstinger ist gefolgt vom ÖAMTC Shop das bekannteste Geschäft für Autozubehör, sowohl unter den krone.at- Nutzer:innen als auch im österr. Durchschnitt

„Welche der folgenden Ersatzteil Märkte/ Geschäfte für Autozubehör kennen Sie zumindest dem Namen nach?“



In %, Mehrfachantwort, Personen, die selbst ein Auto fahren oder noch keinen Führerschein haben, aber in Zukunft ein Auto fahren möchten, oder auf der Suche nach einem Auto sind; Repräsentativ: n=459; krone.at Nutzer:innen: n=148 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

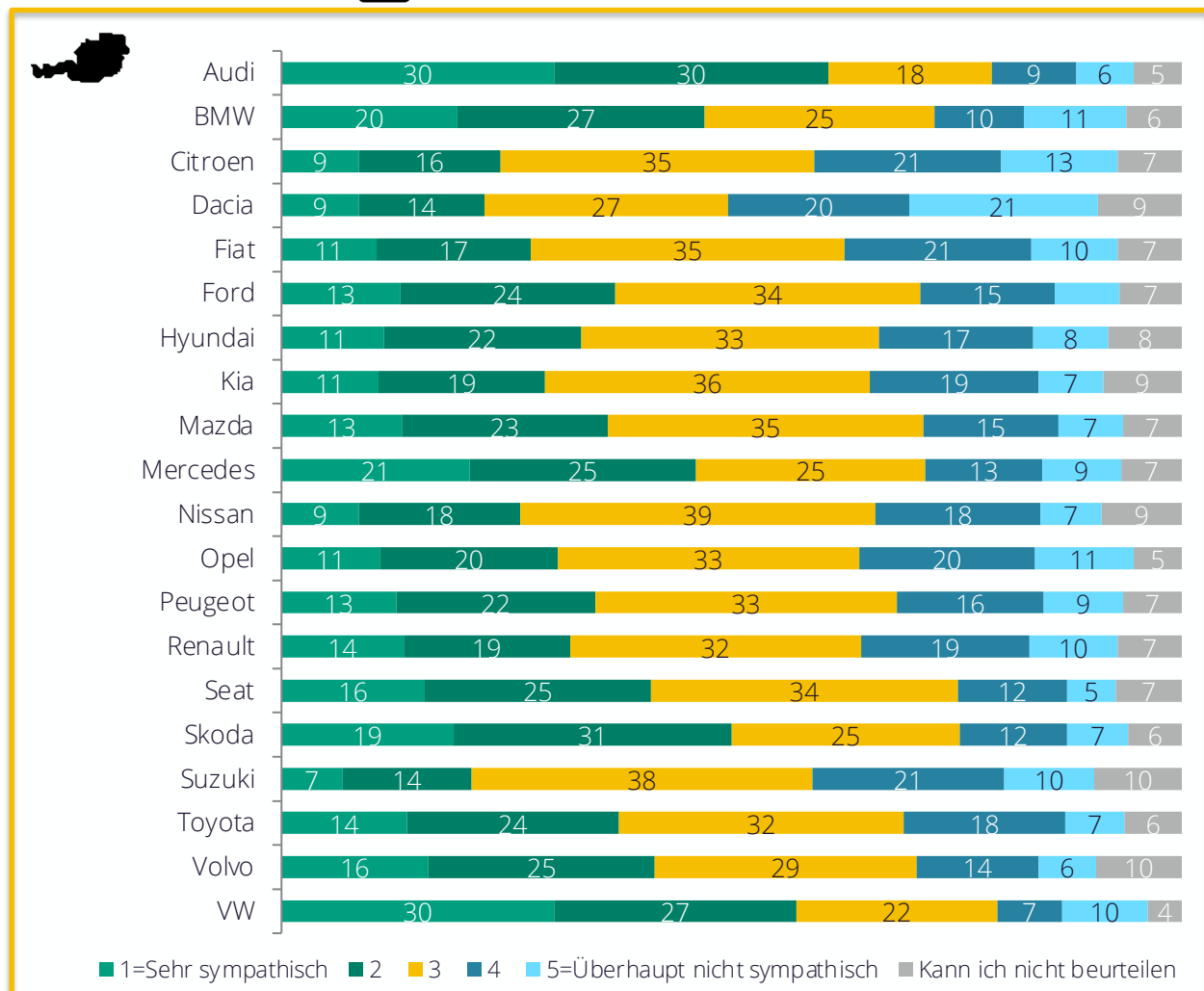
# Image der Automarken


# Audi und VW sind die sympathischsten Automarken laut den Befragten; Seat und Mazda sind den krone.at- Nutzer:innen sympathischer als dem österr. Durchschnitt

„Wie sympathisch sind Ihnen die folgenden Automarken?“


 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW\* 

2,3

MW\* 

2,1

2,6

2,5

3,1

3,1

3,3

3,3

3,0

3,1

2,8

2,8

2,9

2,8

2,9

2,8

2,8

2,6

2,6

2,6

3,0

2,9

3,0

2,9

2,9

2,8

2,9

2,9

2,6

2,4

2,5

2,5

3,1

3,1

2,8

2,8

2,7

2,7

2,4

2,3

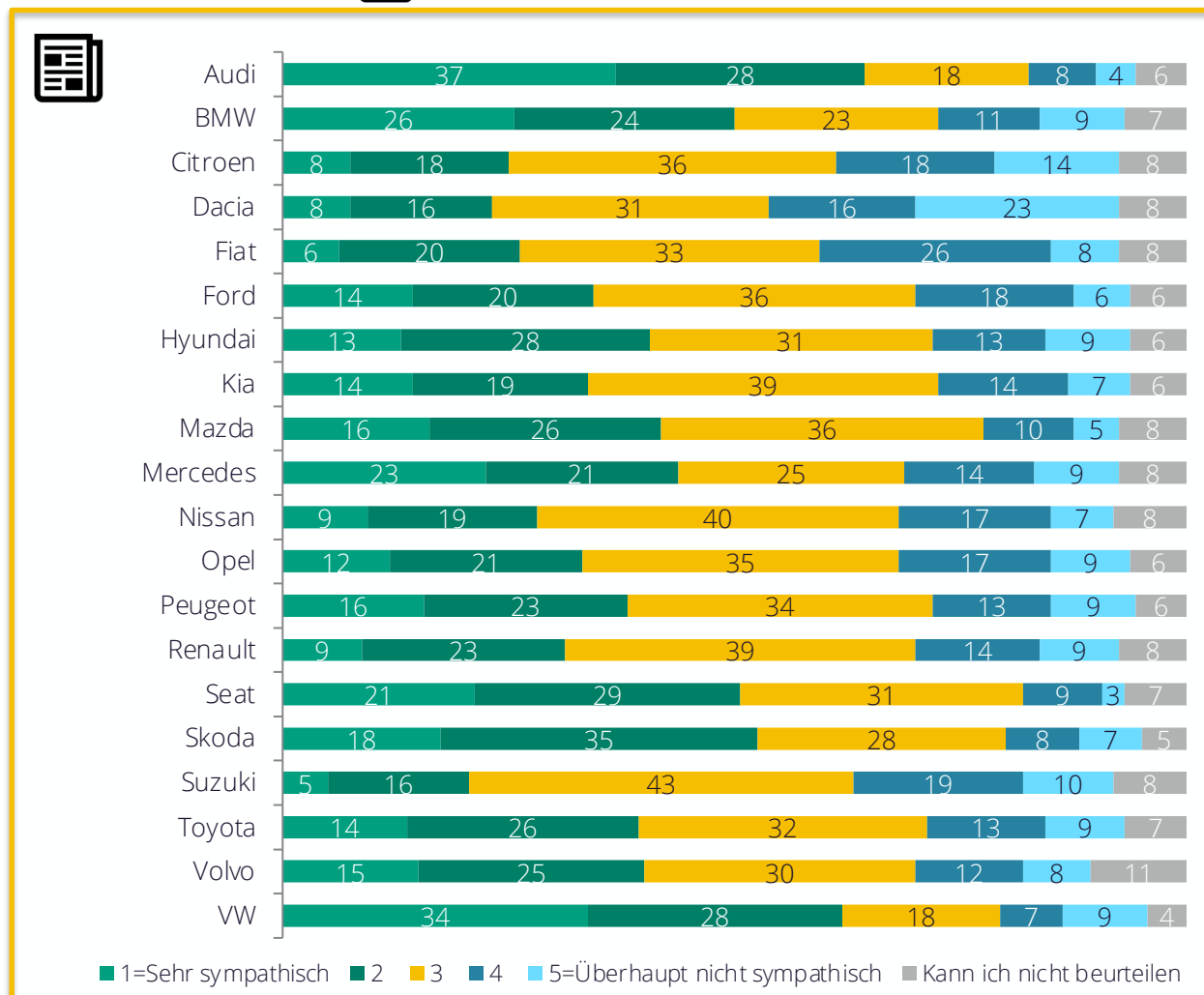
In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160  
\*Für die Berechnung der Mittelwerte wurde die Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ exkludiert


# Audi und VW sind die sympathischsten Automarken laut den Befragten; Seat und Mazda sind den krone.at- Nutzer:innen sympathischer als dem österr. Durchschnitt

„Wie sympathisch sind Ihnen die folgenden Automarken?“


 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW\* 

2,3

MW\* 

2,1

2,6

2,5

3,1

3,1

3,3

3,3

3,0

3,1

2,8

2,8

2,9

2,8

2,9

2,8

2,8

2,6

2,6

2,6

3,0

2,9

3,0

2,9

2,9

2,8

2,9

2,9

2,6

2,4

2,5

2,5

3,1

3,1

2,8

2,8

2,7

2,7

2,4

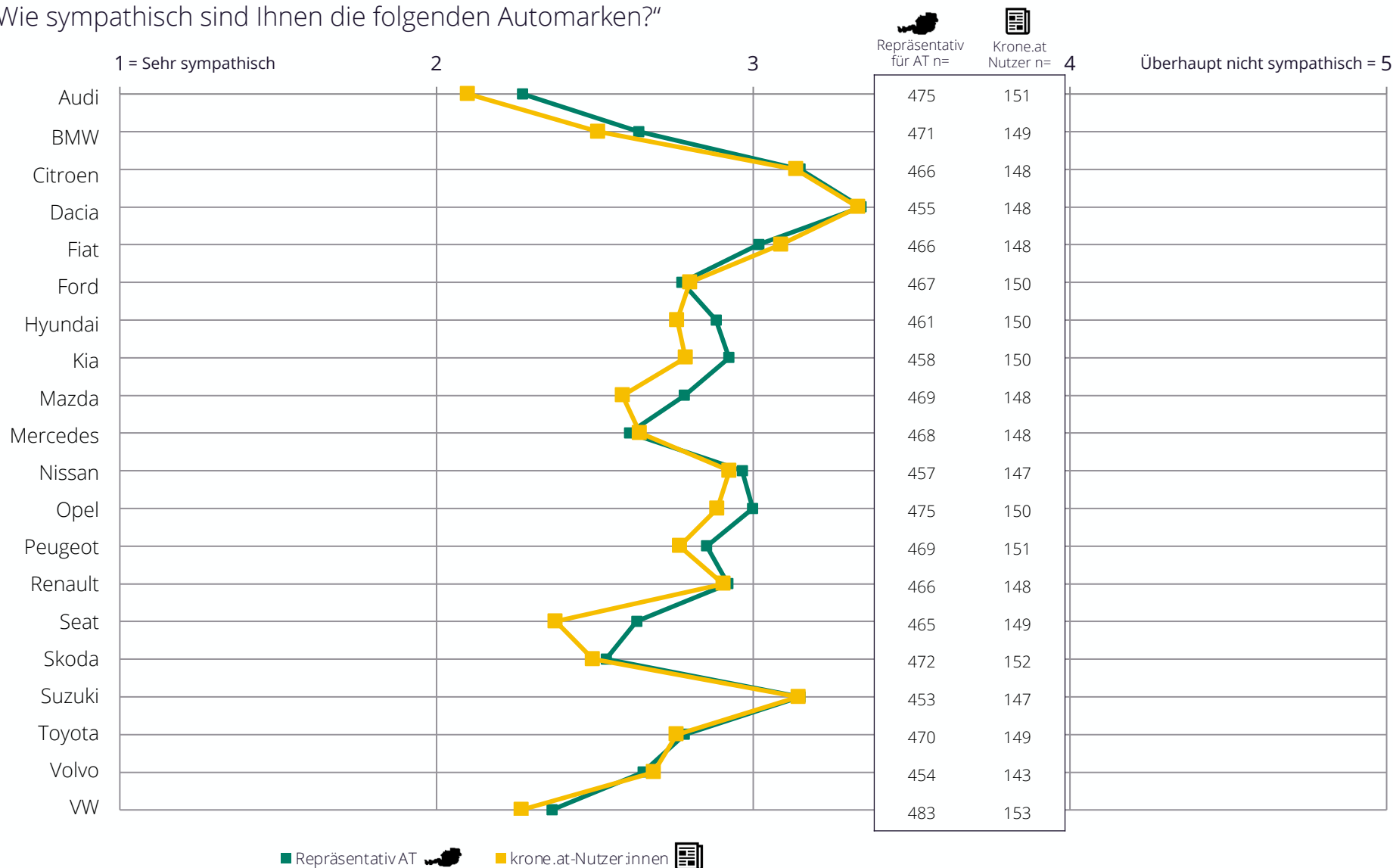
2,3

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

\*Für die Berechnung der Mittelwerte wurde die Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ exkludiert

# Audi und VW sind die sympathischsten Automarken laut den Befragten; Seat und Mazda sind den krone.at- Nutzer:innen sympathischer als dem österr. Durchschnitt

„Wie sympathisch sind Ihnen die folgenden Automarken?“



Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die eine Beurteilung abgegeben haben;

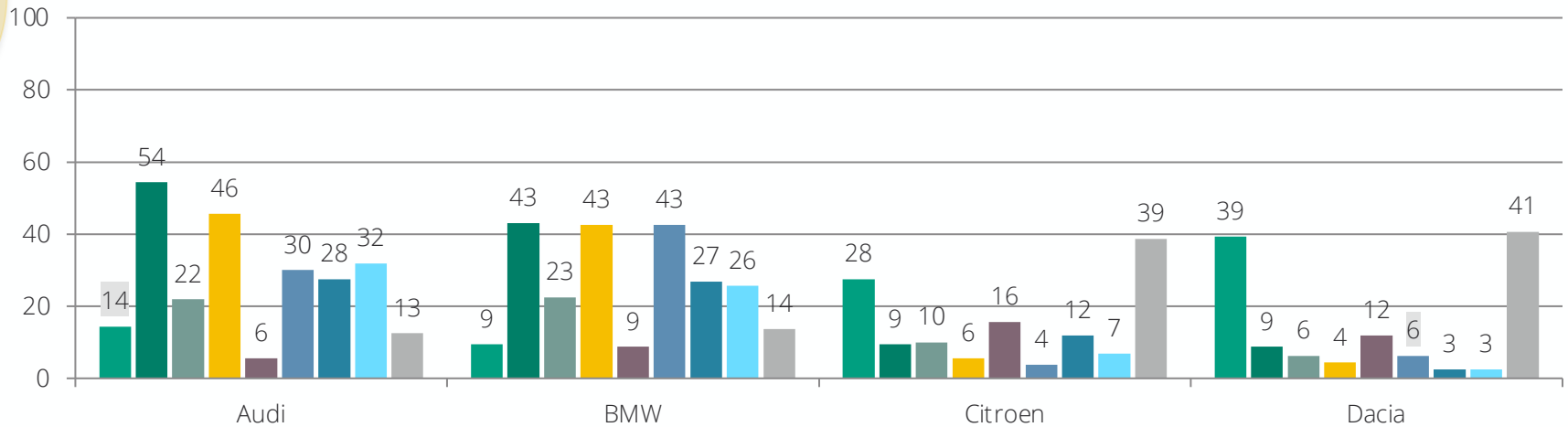
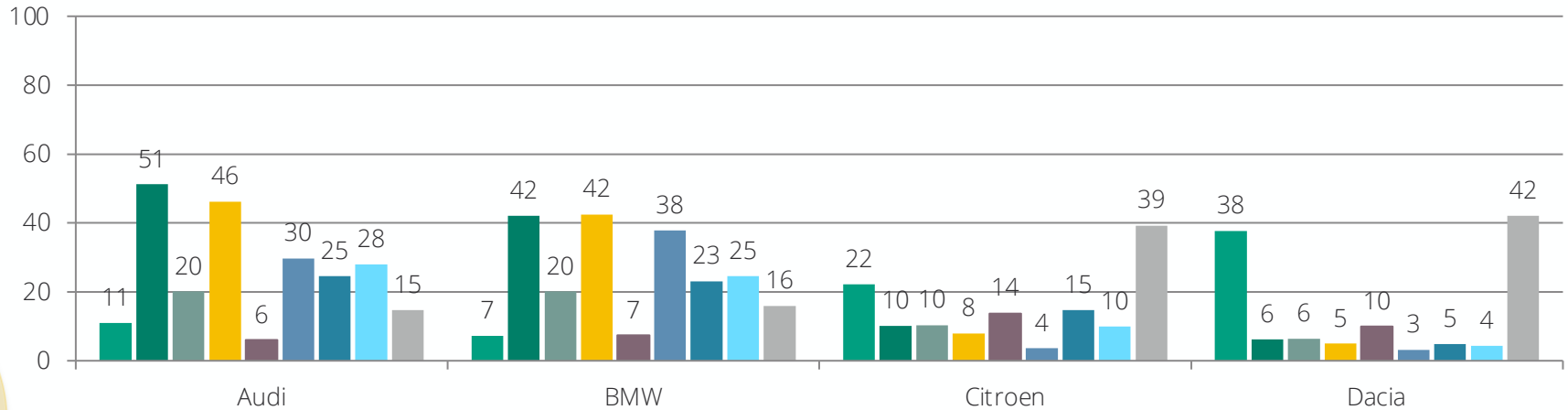


# Bewertung der Automarken (1/5)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die angegebenen Automarken zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



■ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis 
 ■ gutes Image 
 ■ innovativ 
 ■ qualitativ hochwertig 
 ■ konservativ 
 ■ sportlich 
 ■ komfortabel 
 ■ ansprechendes Design 
 ■ Kann ich nicht beurteilen

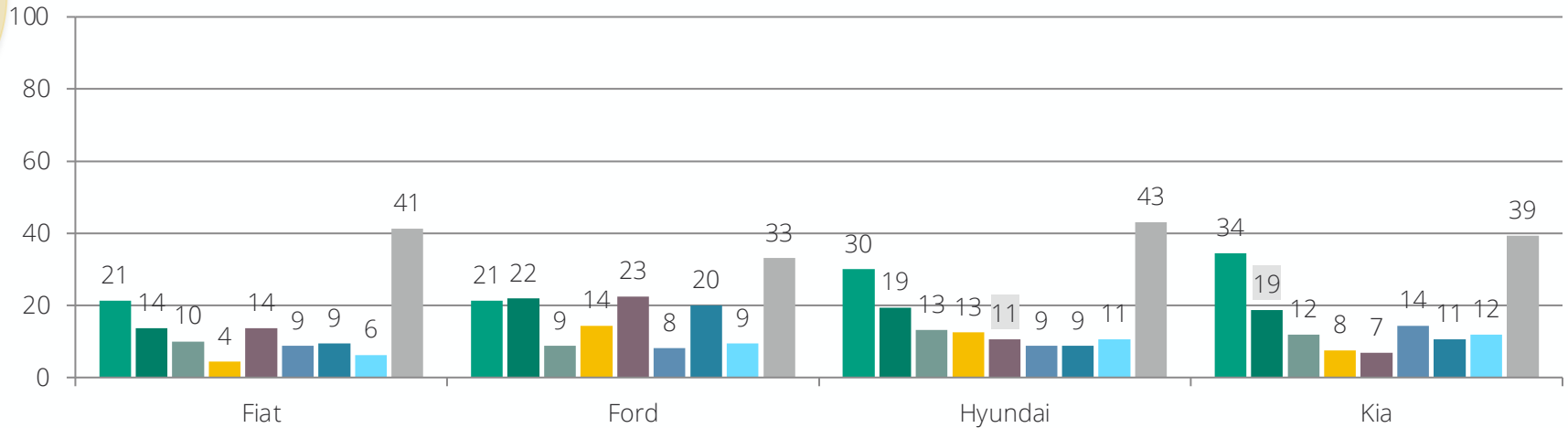
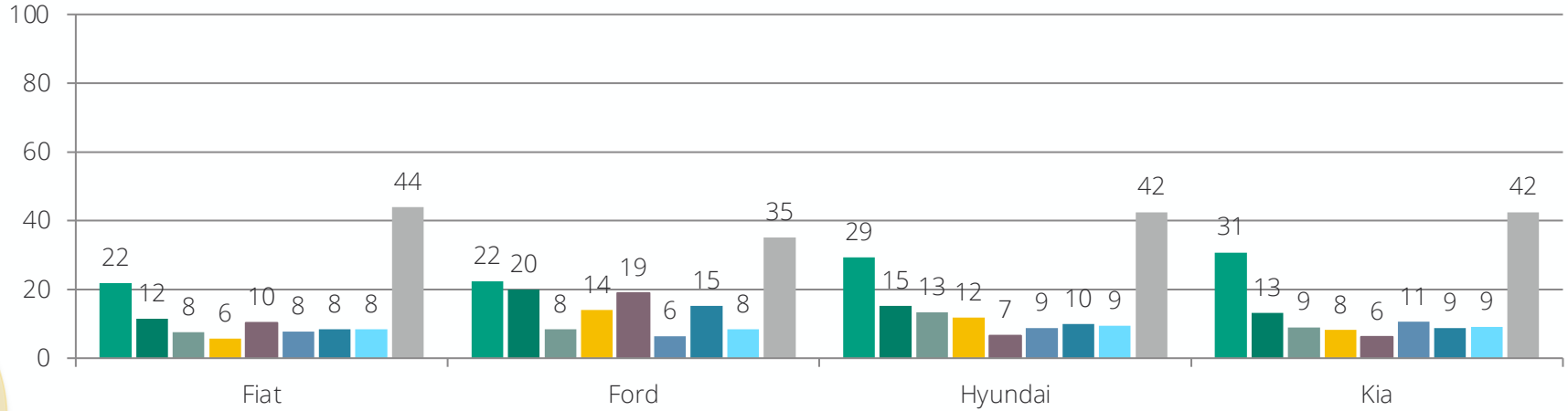
In %, Mehrfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Bewertung der Automarken (2/5)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die angegebenen Automarken zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



■ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ■ gutes Image ■ innovativ ■ qualitativ hochwertig ■ konservativ ■ sportlich ■ komfortabel ■ ansprechendes Design ■ Kann ich nicht beurteilen

In %, Mehrfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

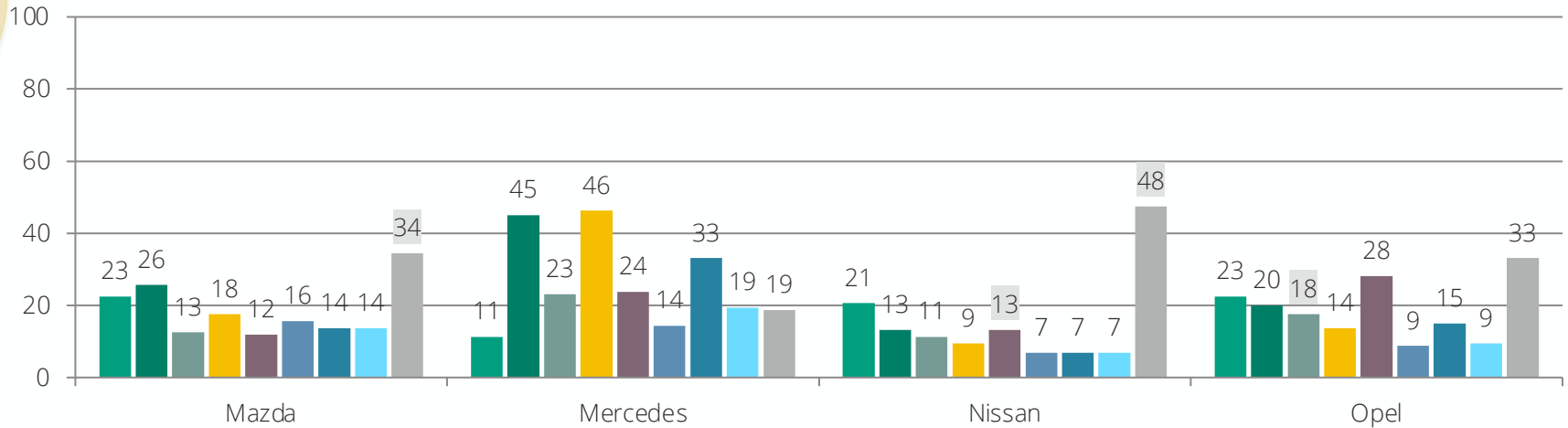
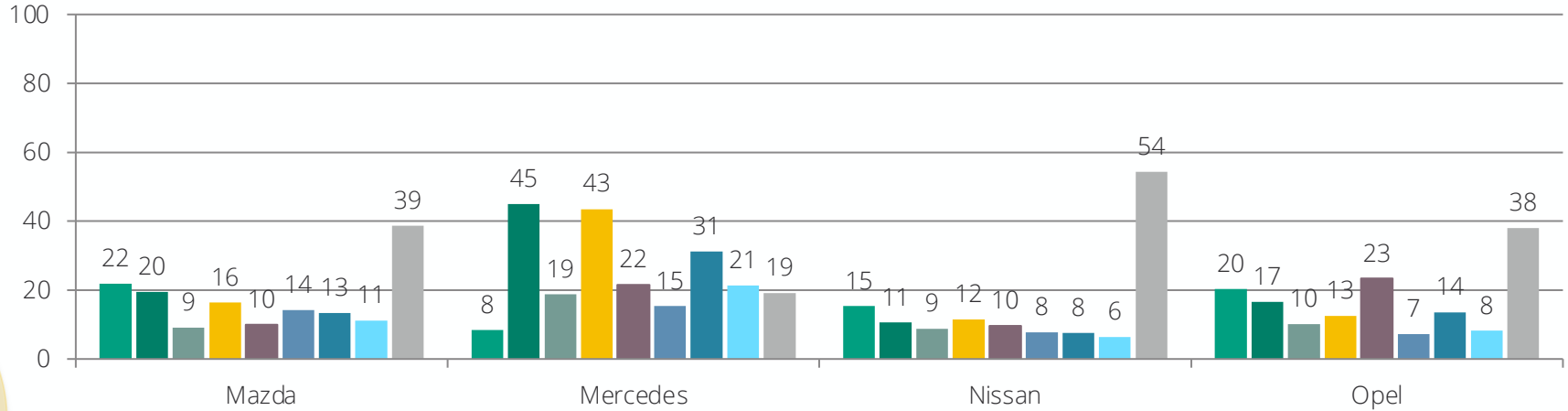
 = signifikanter Unterschied zu repräsentativ AT, Signifikanzniveau  $p <= 0,05$

# Bewertung der Automarken (3/5)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die angegebenen Automarken zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



■ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ■ gutes Image ■ innovativ ■ qualitativ hochwertig ■ konservativ ■ sportlich ■ komfortabel ■ ansprechendes Design ■ Kann ich nicht beurteilen

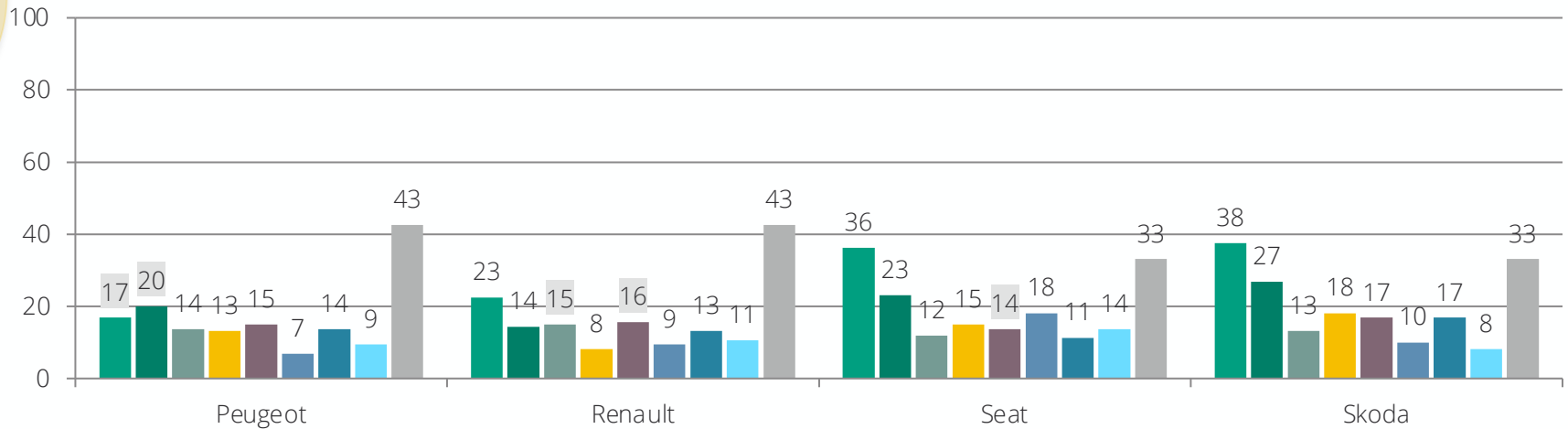
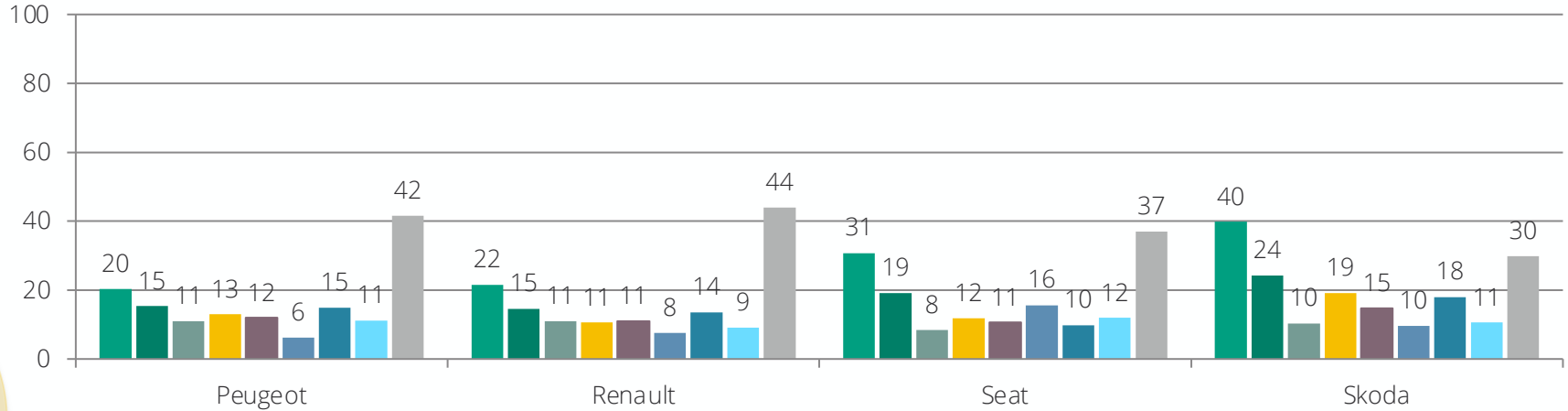
In %, Mehrfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Bewertung der Automarken (4/5)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die angegebenen Automarken zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



■ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ■ gutes Image ■ innovativ ■ qualitativ hochwertig ■ konservativ ■ sportlich ■ komfortabel ■ ansprechendes Design ■ Kann ich nicht beurteilen

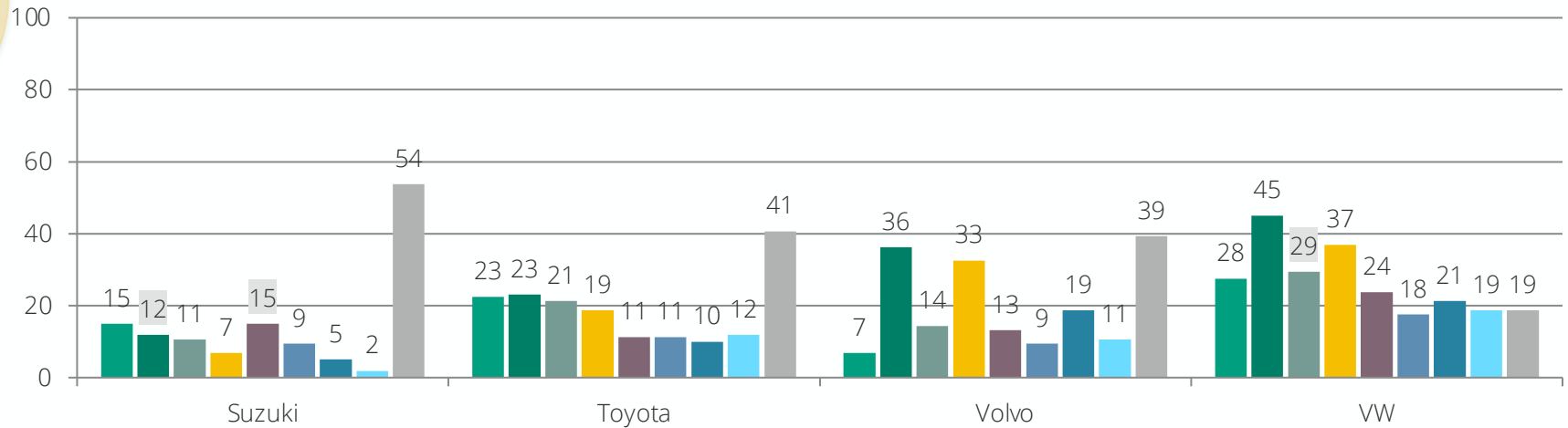
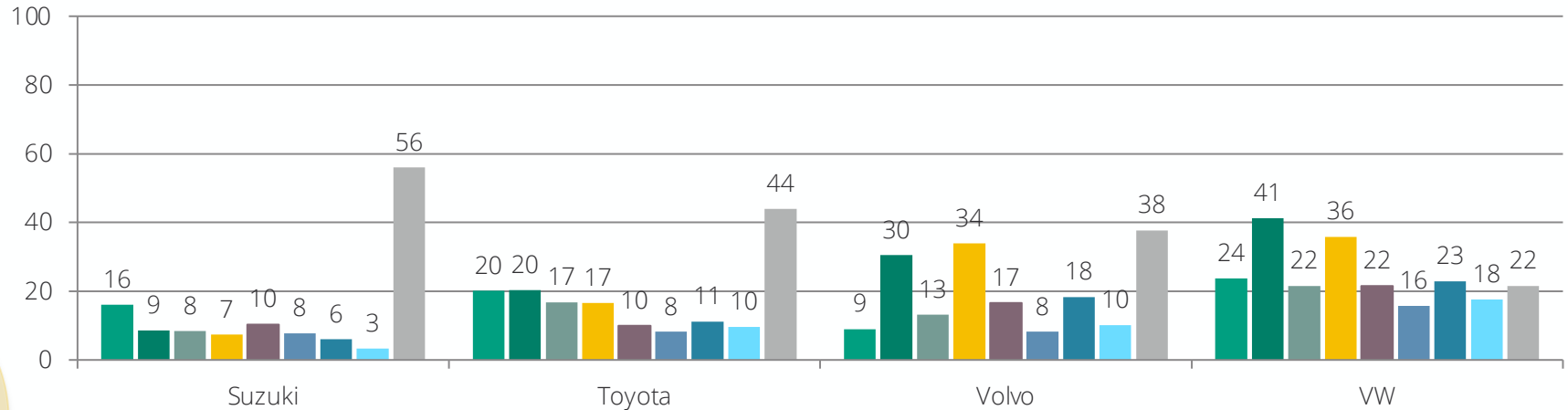
In %, Mehrfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Bewertung der Automarken (5/5)

„Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf die angegebenen Automarken zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



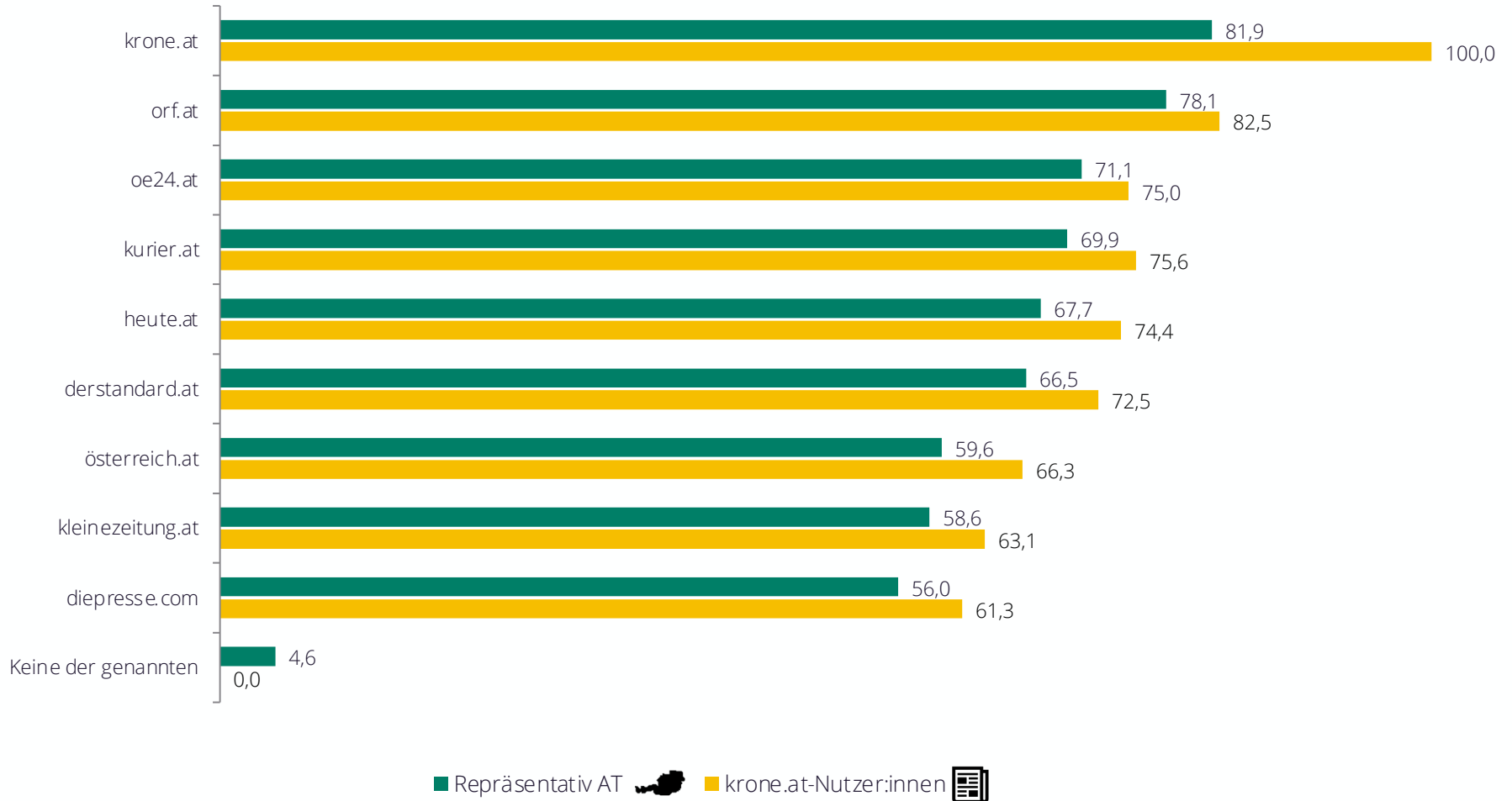
■ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ■ gutes Image ■ innovativ ■ qualitativ hochwertig ■ konservativ ■ sportlich ■ komfortabel ■ ansprechendes Design ■ Kann ich nicht beurteilen

In %, Mehrfachantwort-Matrix, Repräsentativ: n=502; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# **Nutzung und Relevanz von österreichischen Nachrichtenportalen mit Fokus auf krone.at**

# Krone.at ist die bekannteste Webseite (gestützte Bekanntheit) unter allen abgefragten Webseiten

„Welche der folgenden Webseiten kennen Sie zumindest dem Namen nach?“

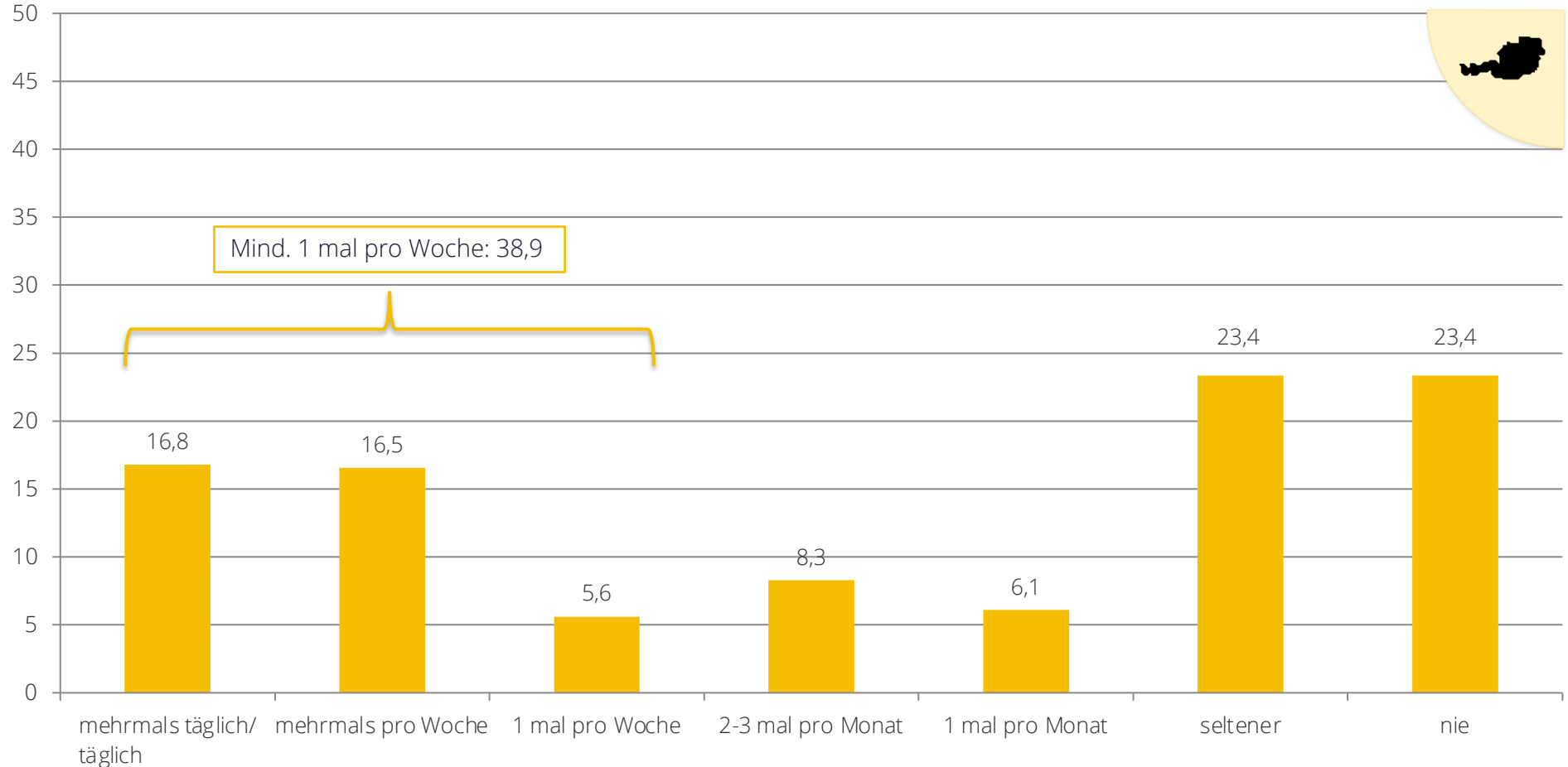


In %, Mehrfachantwort, Repräsentativ: n=502, krone.at Nutzer:innen: n=160 (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen)

# 39% der Befragten, die krone.at kennen, nutzen die Webseite mindestens einmal pro Woche

„Wie häufig nutzen Sie die Online-Zeitung krone.at?“

 = repräsentativ AT



In %, Einfachantwort, Personen, die die Webseite krone.at kennen, Repräsentativ: n=411

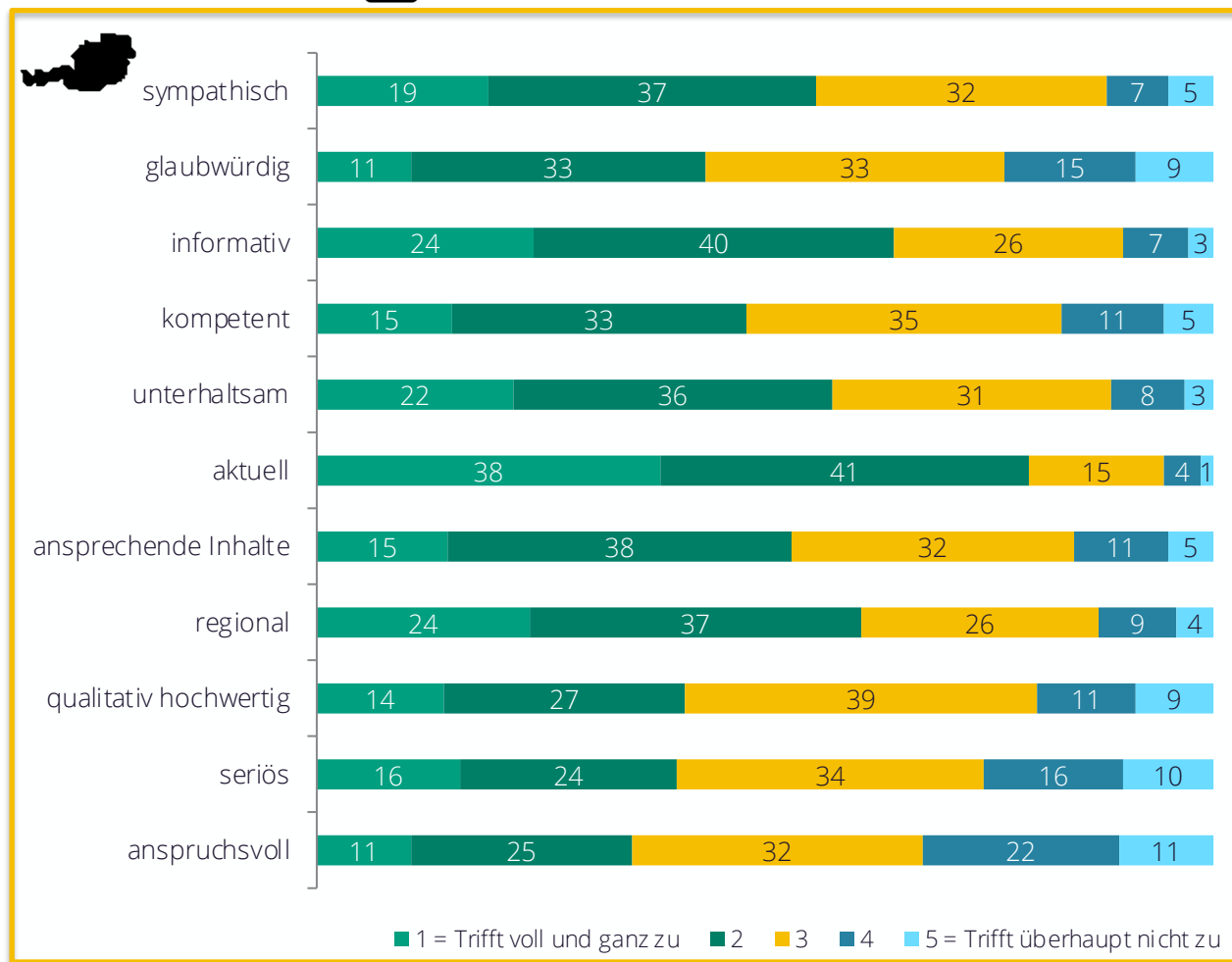


# krone.at wird vor allem als aktuell, informativ und regional bewertet, besonders unter krone.at- Nutzer:innen

„Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf krone.at zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW 

2,4

MW 

2,3

2,8

2,7

2,2

2,1

2,6

2,5

2,4

2,3

1,9

1,8

2,5

2,5

2,3

2,2

2,7

2,7

2,8

2,7

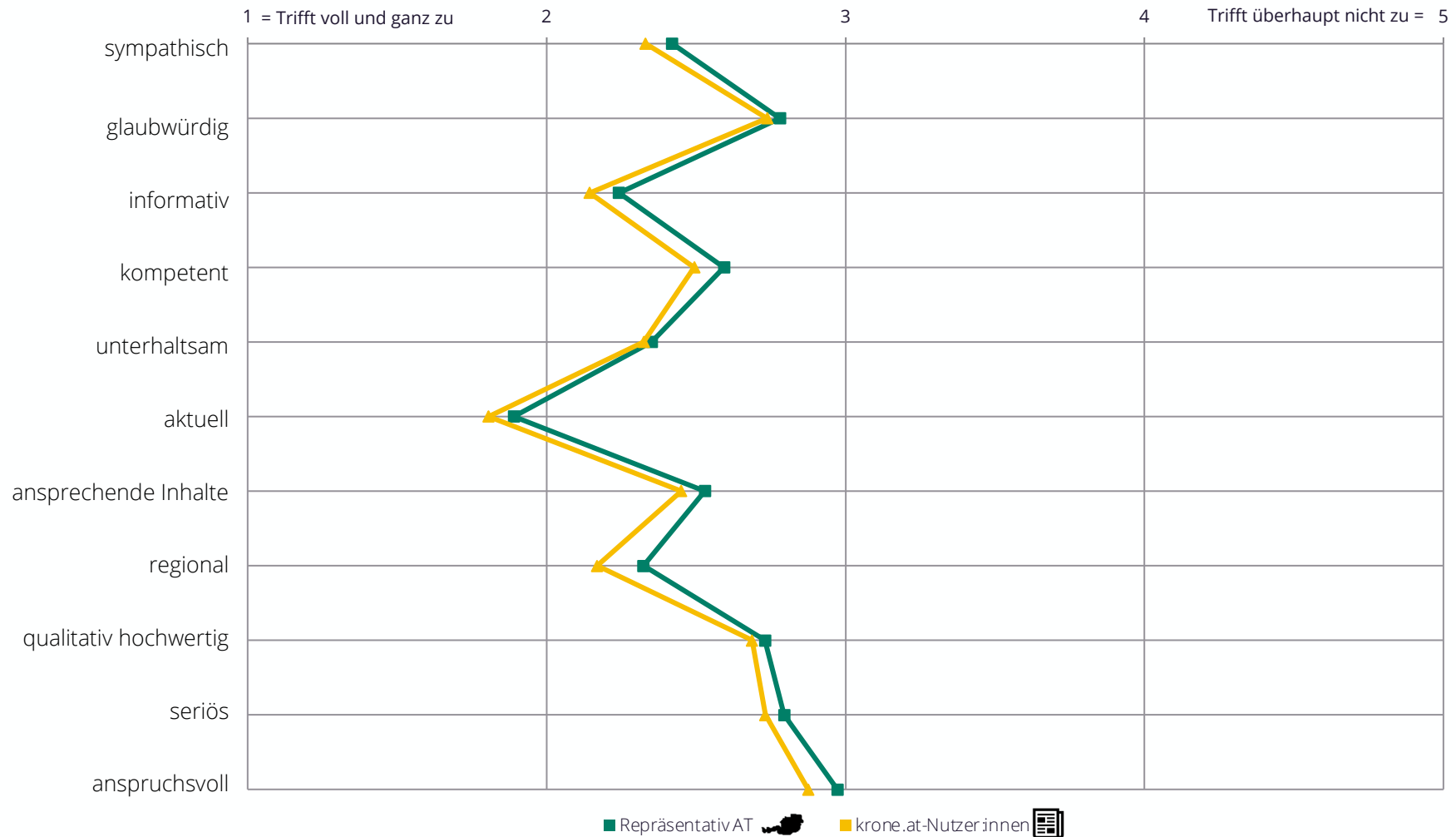
3,0

2,9

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# krone.at wird vor allem als aktuell, informativ und regional bewertet, besonders unter krone.at- Nutzer:innen

„Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf krone.at zu?“



Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Die Hälfte der krone.at- Nutzer:innen nutzt die Webseite (sehr) aufmerksam

„Wie aufmerksam nutzen Sie österreichische Online-Nachrichtenportal krone.at?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



■ 1 = sehr aufmerksam (lasse mich dabei nicht ablenken) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 = gar nicht aufmerksam (nutze ich nebenbei)

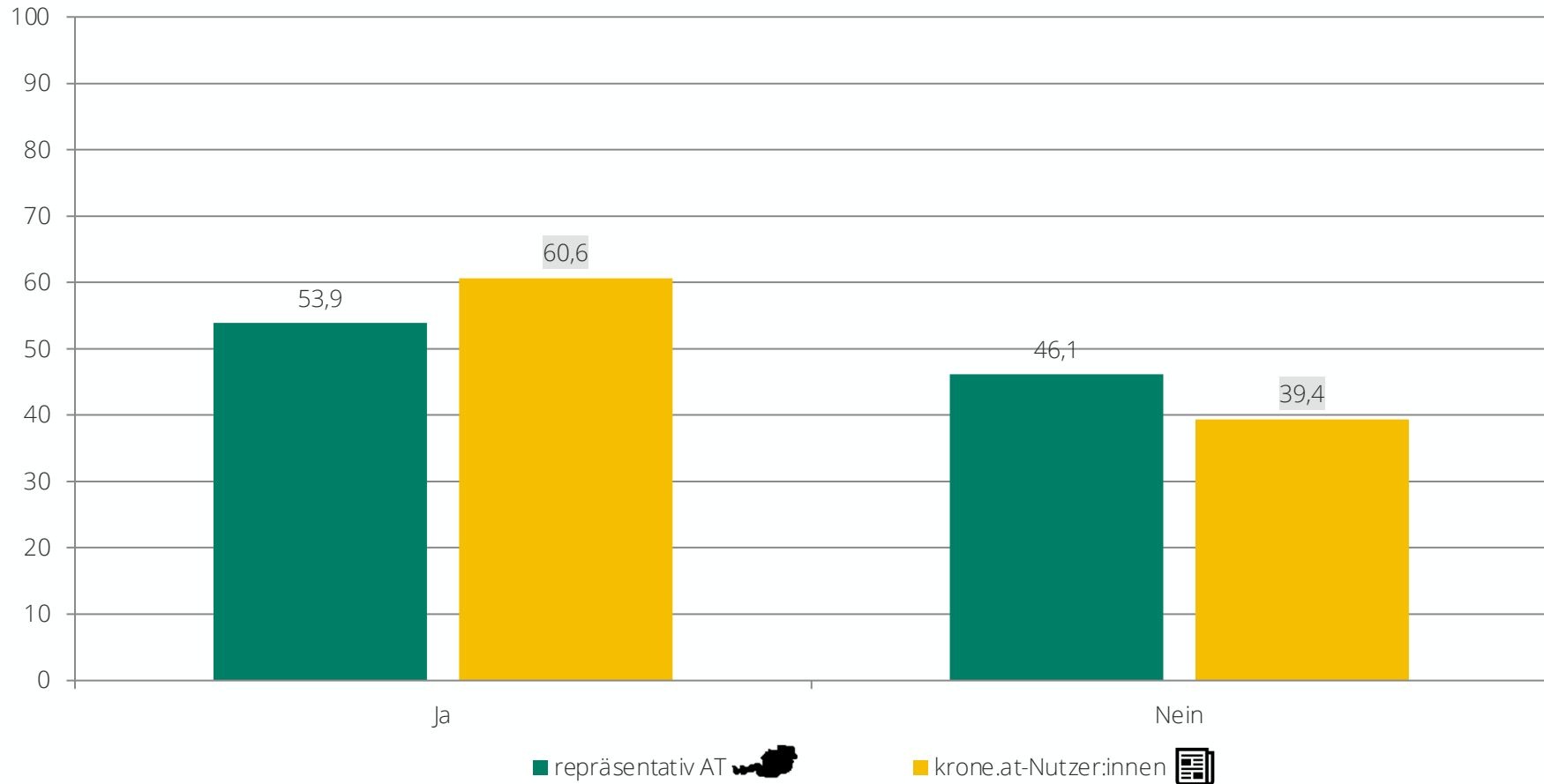
In %, Einfachantwort, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Rund 60% der krone.at- Nutzer:innen geben an, schon einmal Werbung auf krone.at gesehen zu haben

„Wenn Sie an krone.at denken, haben Sie hier schon einmal Werbung gesehen?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



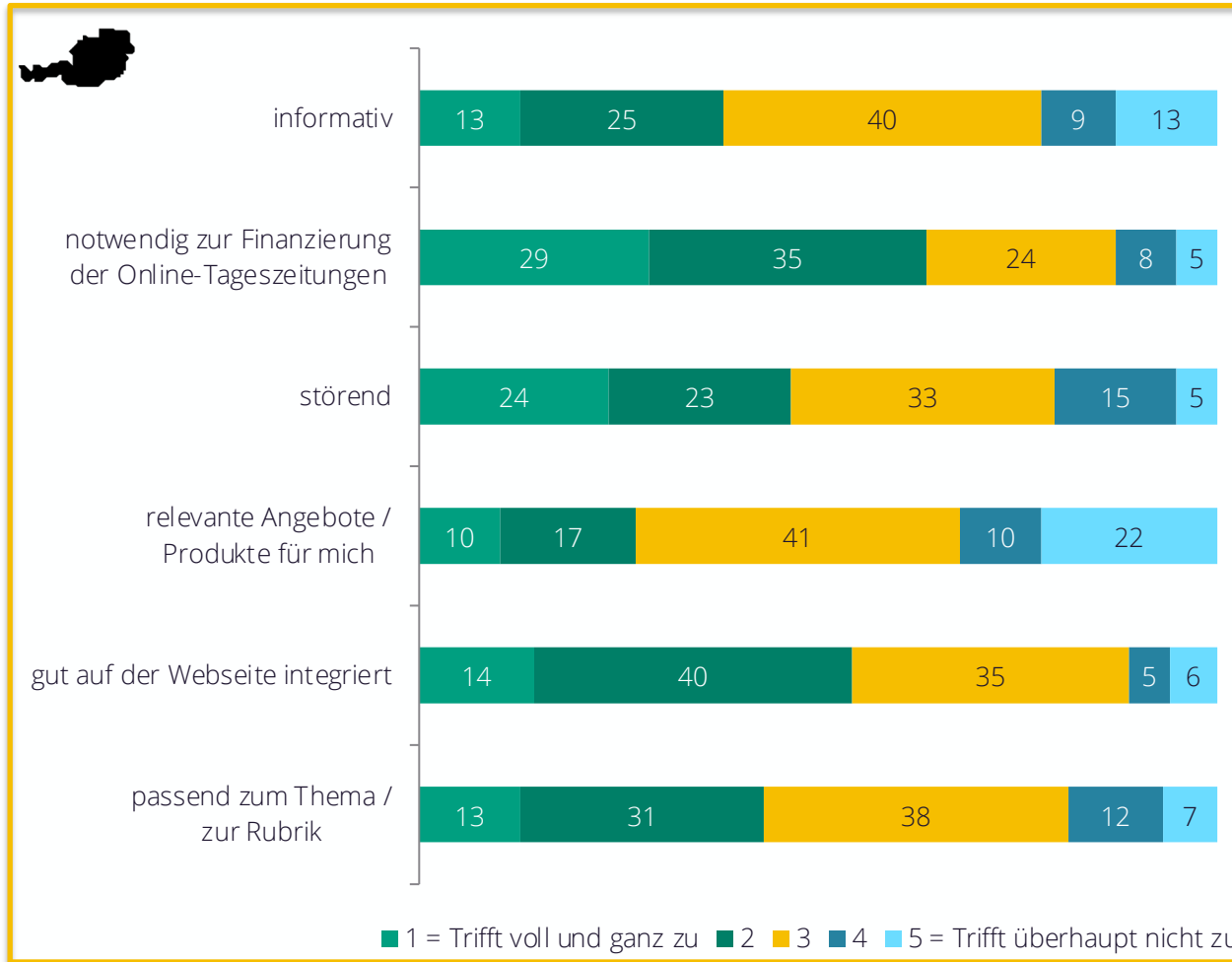
In %, Einfachantwort, Repräsentativ (Personen, die krone.at mindestens einmal pro Monat nutzen): n=219; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=160

# Werbung auf krone.at wird von den Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, vor allem als gut in der Webseite integriert bewertet.

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW 

MW 

2,8

2,8

2,3

2,3

2,6

2,6

3,2

3,1

2,5

2,5

2,7

2,6

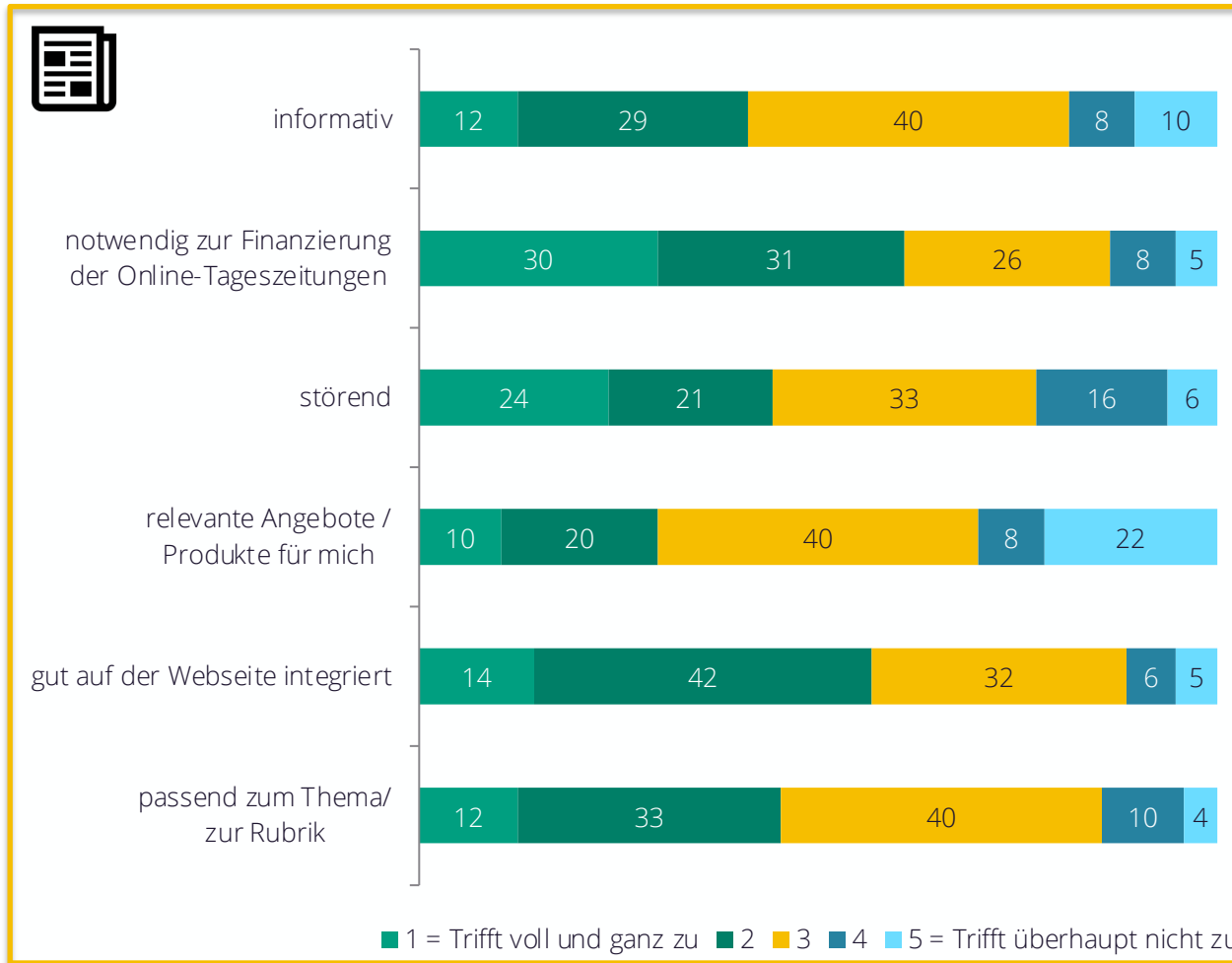
In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97

# Werbung auf krone.at wird von den Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, vor allem als gut in der Webseite integriert bewertet.

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



MW 

2,8

MW 

2,8

2,3

2,3

2,6

2,6

3,2

3,1

2,5

2,5

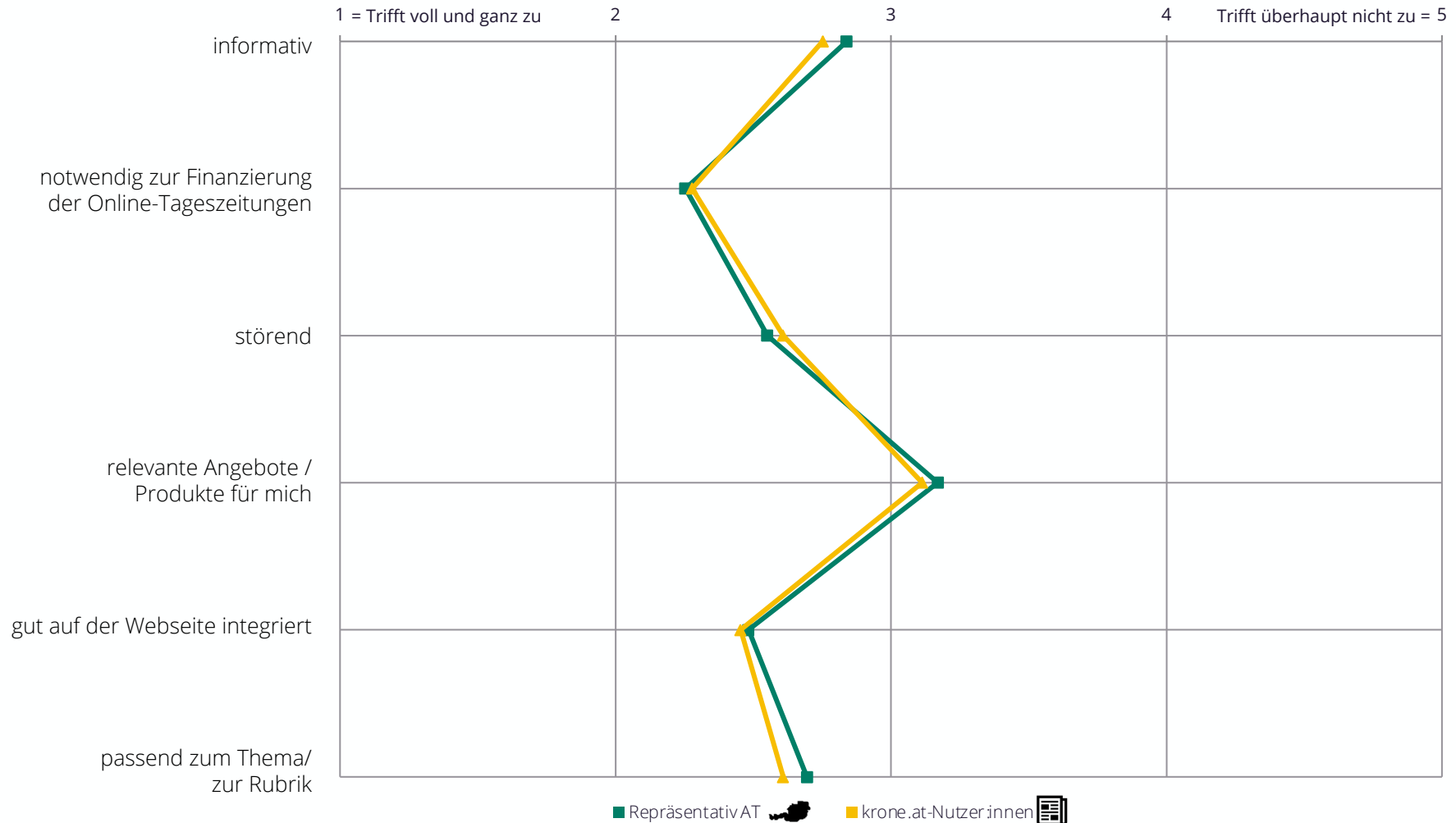
2,7

2,6

In % und Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97

# Werbung auf krone.at wird von den Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, vor allem als gut in der Webseite integriert bewertet.

„Denken Sie nun an Werbung auf krone.at. Wie sehr treffen die folgenden Eigenschaften darauf zu?“



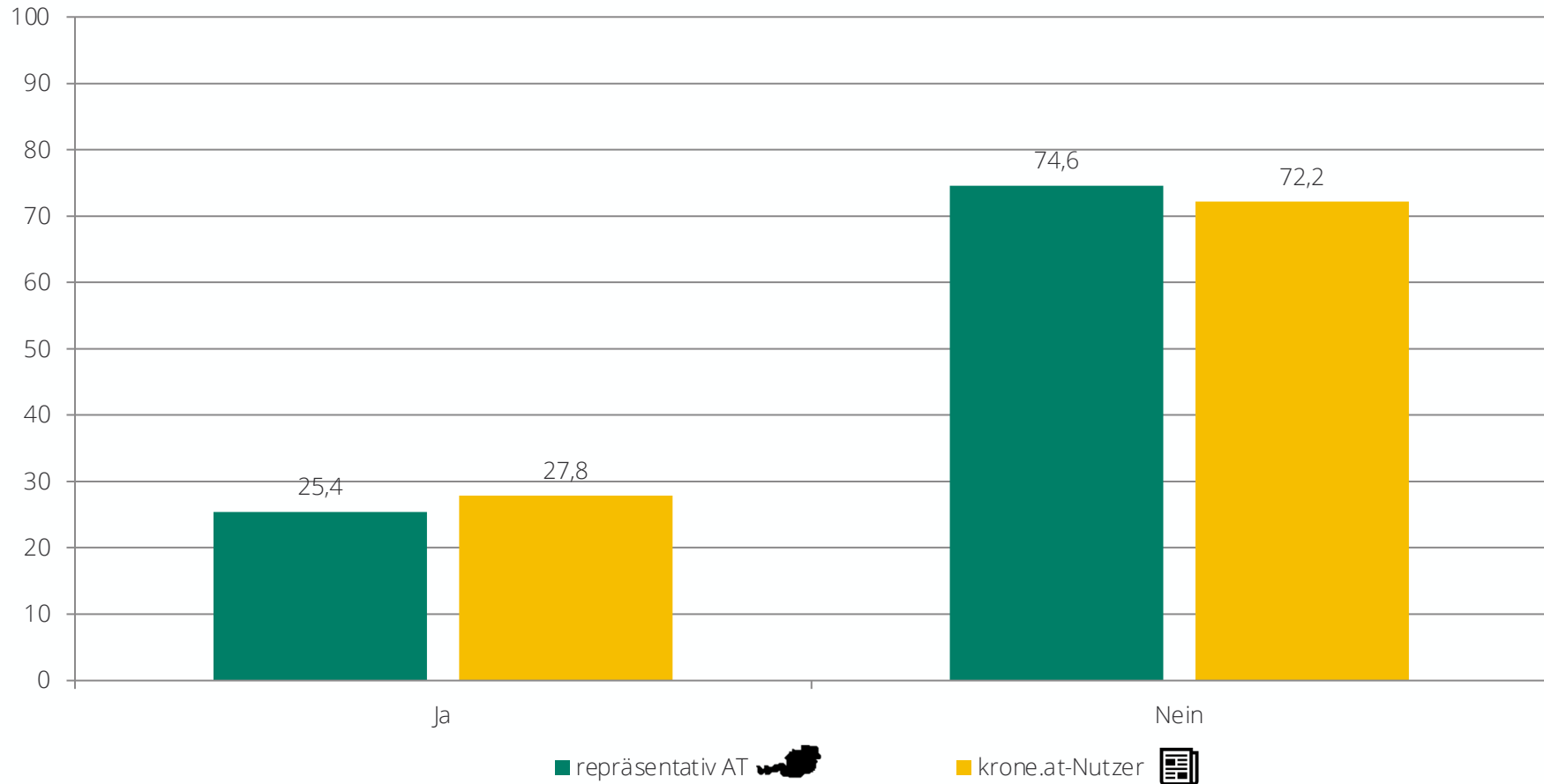
Mittelwerte, Einfachantwort-Matrix, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97

# Rund ein Viertel der Befragten hat bereits einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen.

„Können Sie sich bewusst daran erinnern mindestens einmal aufgrund einer Werbeanzeige auf einem Online-Nachrichtenportal ein Produkt gekauft oder Service in Anspruch genommen zu haben?“

 = repräsentativ AT

 = krone.at-Nutzer:innen



In %, Einfachantwort, Personen, die Werbung auf krone.at gesehen haben, Repräsentativ: n=118; krone.at Nutzer:innen (Personen, die mindestens 1 Mal pro Woche krone.at nutzen): n=97



# Kontakt

MindTake Research GmbH

Karlsgasse 7/5

1040 Wien

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3000686

Tel.: +43 1 228 88 10 10

Fax: +43 1 228 98 01

Mail: [office@mindtake.com](mailto:office@mindtake.com)

Web: [www.mindtake.com](http://www.mindtake.com)

Projektleitung

Juliane Ortner

[Juliane.Ortner@mindtake.com](mailto:Juliane.Ortner@mindtake.com)