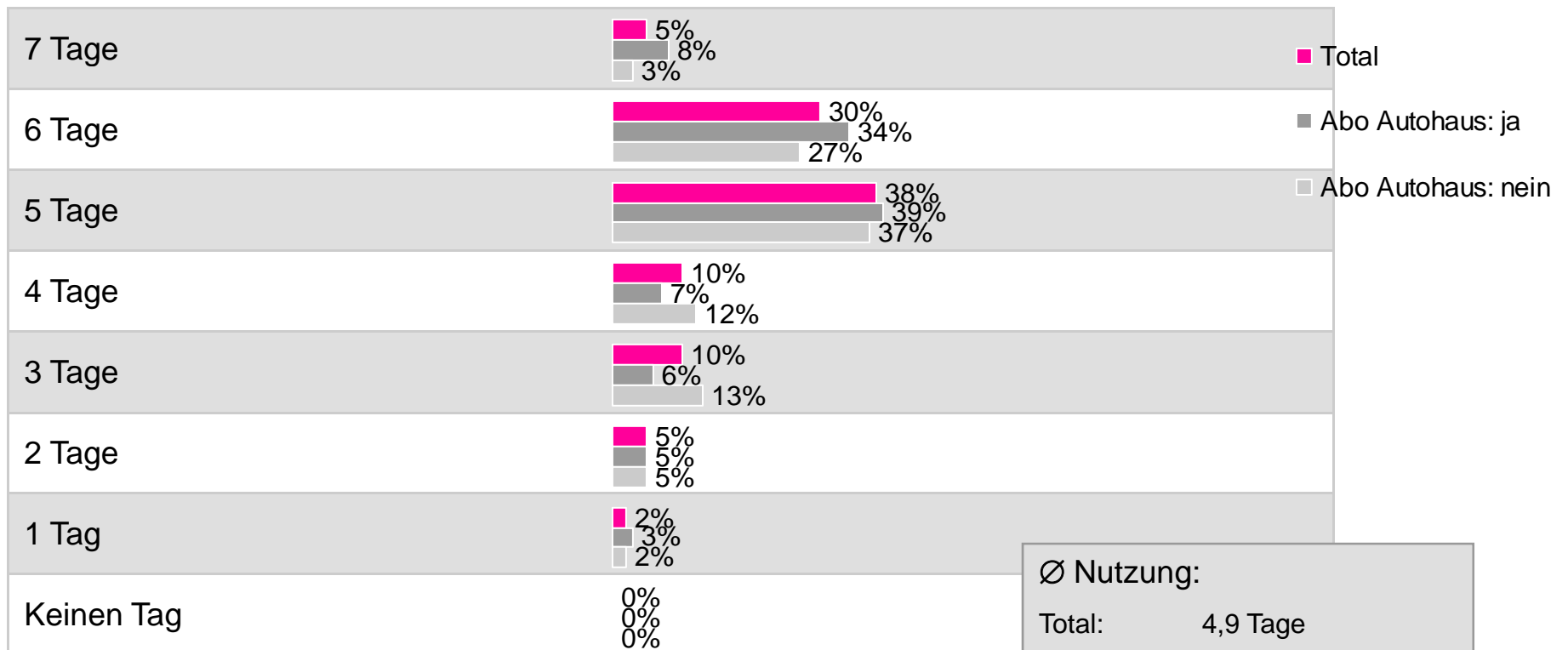


# Ergebnisse der Marktforschung für autohaus.de

Bielefeld, 02. Dezember 2009

# Nutzungshäufigkeit autohaus.de

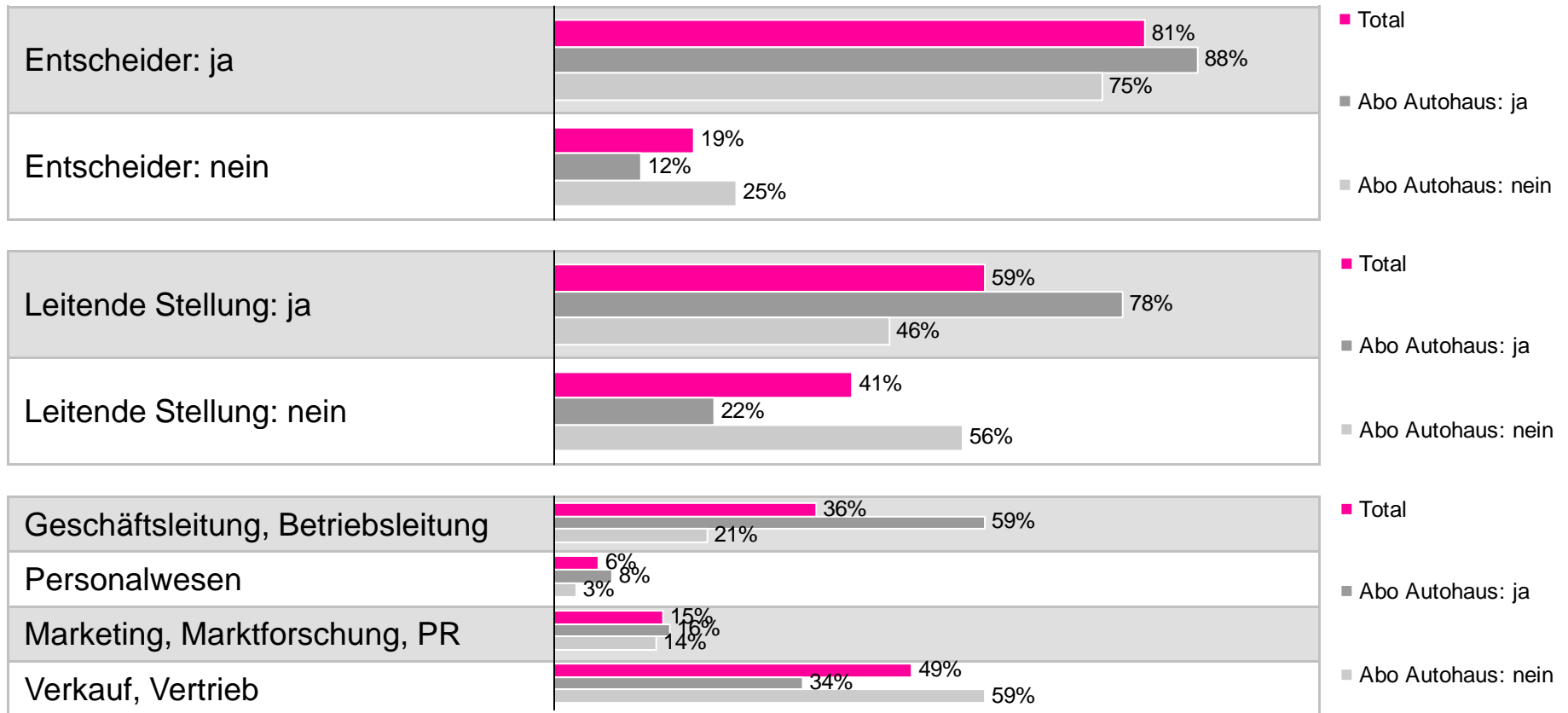
## Anzahl genutzte Tage in der Woche



Ø Nutzung:  
Total: 4,9 Tage  
Abo ja: 5,1 Tage  
Abo nein: 4,7 Tage

# Strukturmerkmale

## Entscheidungskompetenz / Betriebliche Funktion



# WebStA ★ – Methodische Anlage

- Grundgesamtheit: Nutzer der Website autohaus.de
- Erhebungsmethode: Onsite-Befragung
- Auswahlverfahren mittels e.boss-Stichprobenverfahren
  - Sämtliche Besucher auf der zu untersuchenden Website werden zunächst identifiziert (=Trackingphase).
  - Aus allen identifizierten Websitebesuchern wird eine Zufallsstichprobe gezogen.
  - Nur die Teilnehmer dieser Stichprobe werden gezielt und wiederholt auf der Website eingeladen, bis sie an der Befragung teilgenommen haben.
  - Zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft erscheinen die Layer im Design der Website.

Darstellung  
*e.boss*



- **Grundgesamtheit:** Zeitraum zur Bestimmung z.B. ein Monat
- Cookie zur Identifikation der „Person“ an alle Website-Besucher

- **Stichprobe**
- Gezogen aus allen Cookies / Personen der definierten Grundgesamtheit
- Mehrere Einladungen pro Cookie / Person

- **N=1.000** Befragungsteilnehmer bei einer
- Quote von 10%

## ■ Stichprobe

- n = 266

## ■ Zeitraum:

- Trackingphase: 22.09. – 12.10.2009 (technische Messung sämtlicher Besucher auf autohaus.de).
- Erhebungsphase: 12.10.-17.11.2009

Haben Sie Interesse an mehr Details?  
Sprechen Sie uns an:

**Für Fragen rund um Anzeigen:**

**Springer Automotive Media  
Springer Transport Media GmbH  
Michael Harms  
Leiter Anzeigen  
Aschauer Straße 30  
81549 München**

**Tel: 089/20 30 43 - 1242**

**Fax: 089/20 30 43 - 1240**

**E-Mail: [michael.harms@springer.com](mailto:michael.harms@springer.com)**