

Breakfast of Insights

Vier Themen, ein Morgen

Wien, am 7. Oktober 2025

marketagent.

Part I

Forschungsansätze effizient verknüpfen

Das Beste aus zwei Welten durch KI-gestützte Interviews

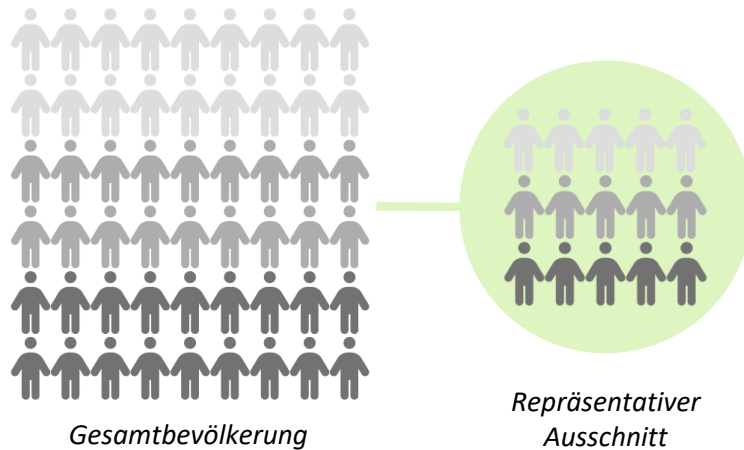


Silke Hirschberger

marketagent.

Forschungsansätze

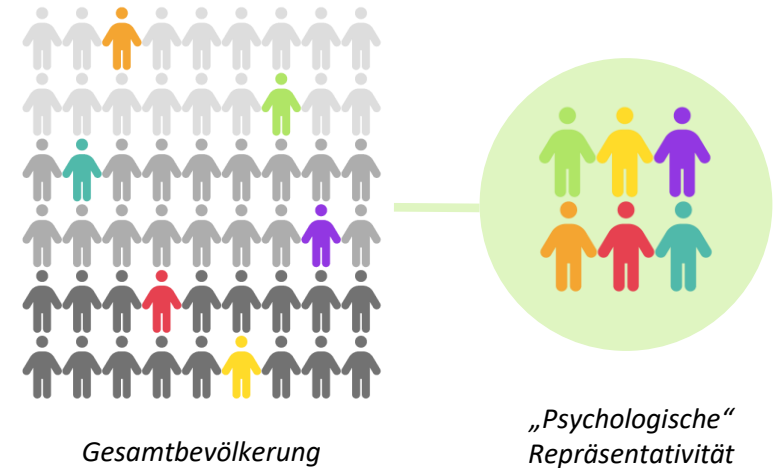
Quantitativ | wie viel, wie oft?



Hard Facts

- Zahlen, Statistiken
- Messen, Skalen
- Klassiker: standardisierte Befragung

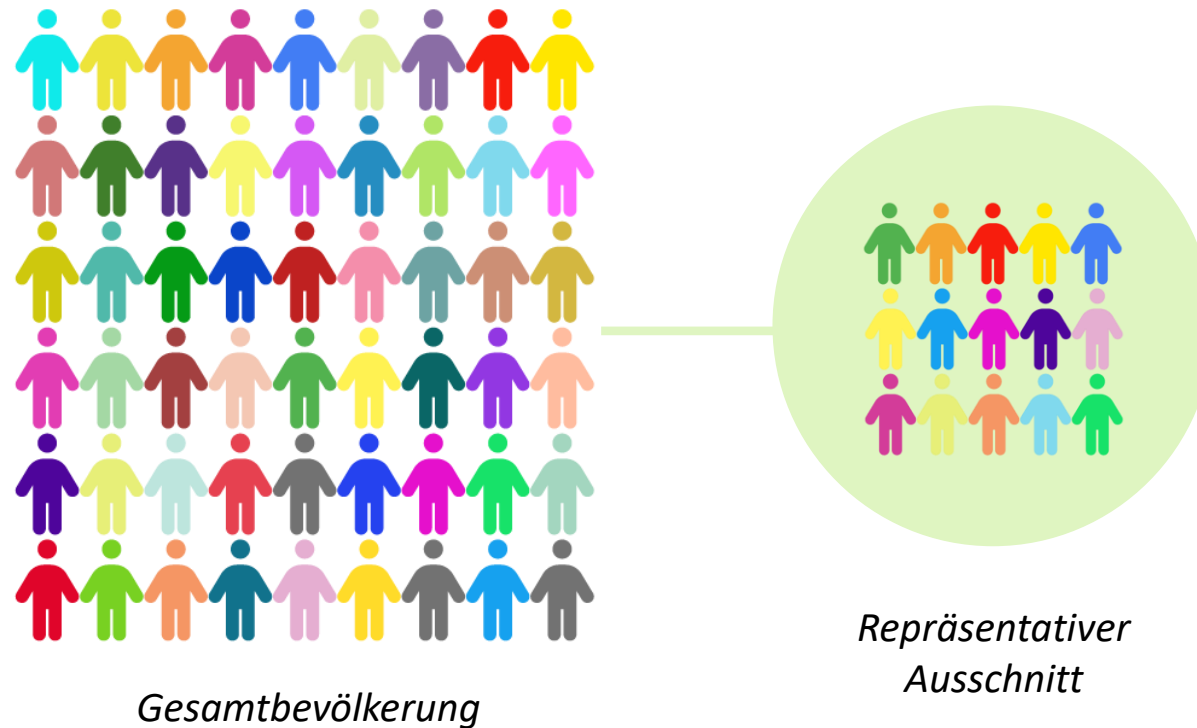
Qualitativ | weshalb, wie genau?



Soft Facts

- Texte, Stimmungen, Stories
- Verstehen, vertiefen, explorieren
- Klassiker: Tiefeninterview, Fokusgruppe

Das Beste aus beiden Welten - quantitativ und qualitativ



Quantitative Studie + KI-gestützte Interviews

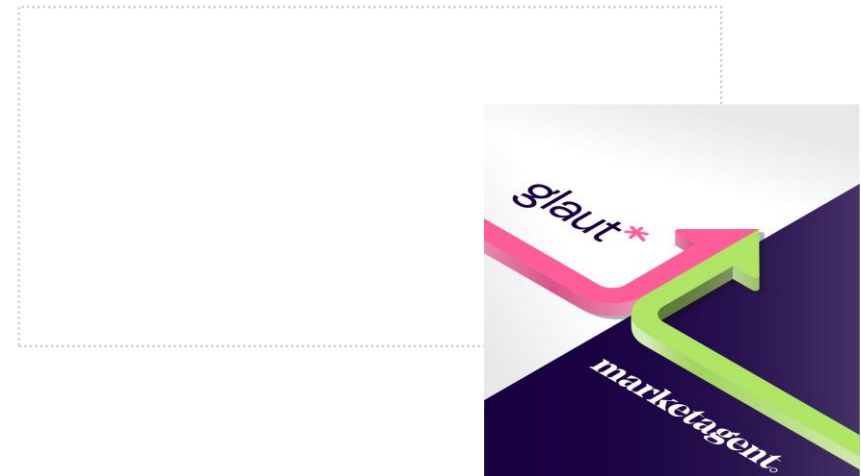
Quantitativ

Wie würden Sie Ihr allgemeines Stresslevel im Alltag auf einer Skala von 1 – sehr niedrig bis 7 – sehr hoch einschätzen?

- ☐ 1 – sehr niedrig
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7 – sehr hoch

Qualitativ

In welchen Situationen fühlen Sie sich angespannt oder gestresst?



Was ist ein KI-gestütztes Interview?

Ein KI-gestütztes Tiefeninterview ist ein **qualitatives Interview**, bei dem **Künstliche Intelligenz** die **Gesprächsführung und Analyse** unterstützt, um schnellere und tiefere Einblicke in **Motive und Einstellungen** zu gewinnen.

marketagent.

Hallo und herzlich willkommen! Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an diesem Interview teilzunehmen. Lassen Sie uns direkt beginnen.

Denken Sie an Ihren Alltag: In welchen Situationen fühlen Sie sich angespannt oder gestresst?



Antworteingabe via Mikrofon oder Tastatur

**marketagent.**

Hallo und herzlich willkommen! Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, an diesem Interview teilzunehmen. Lassen Sie uns direkt beginnen.

Denken Sie an Ihren Alltag: In welchen Situationen fühlen Sie sich angespannt oder gestresst?

In der Arbeit| 

**marketagent.**

Vielen Dank! Könnten Sie mir ein bisschen mehr darüber erzählen? Gibt es bestimmte Aufgaben, Momente oder Situationen bei der Arbeit, die besonders stressig für Sie sind?

Viel zu viele Termine| 

**marketagent.**

Das klingt herausfordernd. Wie wirken sich diese vielen Termine auf Ihren Tag aus? Gibt es bestimmte Momente, in denen Sie den Stress besonders stark spüren?

Ja, wenn ich von Meeting zu Meeting hetze – ohne richtige Pause und ohne Zeit zum Essen



**marketagent.**

Das klingt wirklich anstrengend. Gibt es noch andere Situationen in Ihrem Alltag, außerhalb der Arbeit, in denen Sie sich gestresst oder angespannt fühlen?

Ja, leider mache ich mir selbst auch oft Stress in meiner Freizeit und packe meine Tage zu voll



**marketagent.**

Das verstehe ich. Können Sie mir ein Beispiel geben, wie Sie Ihre Freizeit so voll planen, dass es stressig wird? Was passiert in solchen Momenten?

Zu viele soziale "Verpflichtungen" auf die ich meist gar keine Lust habe 

**marketagent.**

Danke für Ihre Offenheit. Wie fühlen Sie sich, wenn Sie sich zu solchen sozialen Verpflichtungen gezwungen fühlen? Gibt es bestimmte Gedanken oder Emotionen, die dabei besonders hervorstechen?

Genervt, wobei es dann meistens eh lustig ist | 

marketagent.

Das ist interessant, dass es sich am Ende oft als positiv herausstellt. Gibt es etwas, das Sie dazu bringt, trotz des anfänglichen Genervtseins an diesen Verpflichtungen teilzunehmen?

Ja, es gehört sich halt einfach | 

marketagent.

Vielen Dank für Ihre Antwort. Lassen Sie uns nun zur nächsten Frage übergehen.

Jeder von uns erlebt Stress auf seine eigene, einzigartige Weise. Wie äußert sich Stress bei Ihnen? Beschreiben Sie bitte im Detail, wie Sie sich fühlen, welche Gedanken Ihnen durch den Kopf gehen und wie Ihr Körper reagiert, wenn Sie sich im Alltag gestresst fühlen.

Ich bin gereizt, alles spannt sich an | 


marketagent.


Danke, dass Sie das teilen. Können Sie mir mehr darüber erzählen, wie sich die Anspannung in Ihrem Körper äußert? Gibt es bestimmte Bereiche, die besonders betroffen sind, wie zum Beispiel Schultern oder Kopf?

Ja, mein Kiefer ist total angespannt. Nacken steif und Kopfschmerzen




marketagent.


Das klingt wirklich belastend. Wie gehen Sie mit diesen körperlichen Symptomen um, wenn sie auftreten? Gibt es etwas, das Sie tun, um die Anspannung zu lindern?


marketagent.


Das ist eine gute Strategie. Gibt es bestimmte Gedanken, die Ihnen in solchen Momenten durch den Kopf gehen, während Sie versuchen, ruhig zu bleiben?


marketagent.


Vielen Dank für Ihre ehrliche Antwort. Lassen Sie uns zur nächsten Frage übergehen.

Bitte erzählen Sie uns von den Methoden und Strategien, die Sie anwenden, um Stress in Ihrem Leben zu bewältigen oder besser damit umzugehen. Welche Aktivitäten, Gewohnheiten oder Techniken haben sich für Sie als besonders wirksam erwiesen?

Zeit für mich selbst, in der ich alleine bin und Ruhe habe
 


marketagent.


Das klingt nach einer wertvollen Strategie. Wie gestalten Sie diese Zeit für sich selbst? Gibt es bestimmte Aktivitäten oder Orte, die Ihnen dabei helfen, zur Ruhe zu kommen?

am liebsten Radfahren im Wald – Natur und Sport
 


marketagent.


Das kann ich gut nachvollziehen. Gibt es noch andere Methoden oder Gewohnheiten, die Sie nutzen, um Stress zu bewältigen, abgesehen von Radfahren und Zeit in der Natur?

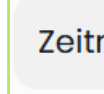
Entspannungsmusik manchmal |



marketagent.


Vielen Dank für Ihre Antwort. Lassen Sie uns zur nächsten Frage übergehen.

Gibt es Herausforderungen oder Hindernisse, die es Ihnen erschweren, Stress effektiv zu bewältigen?

Zeitmangel |



marketagent.


Das verstehe ich. Können Sie mir mehr darüber erzählen, wie der Zeitmangel Ihre Fähigkeit beeinträchtigt, Stress zu bewältigen? Gibt es bestimmte Situationen, in denen Sie das besonders spüren?

Vorteile KI-gestützter Interviews I

INTERAKTIV, AUTHENTISCH, AUFKLÄREND

- Realistische Gesprächssimulation im Chat
- Personalisierte Follow-up Fragen der KI
- Geringer Interviewer Effekt | geringe soziale Erwünschtheit
- Zahlreiche Interviews unterschiedlicher Personentypen

EFFIZIENT

- Große Anzahl an qualitativen Interviews in kurzer Zeit
- Schnelle Identifikation wichtiger Themenbereiche

Vorteile KI-gestützter Interviews II

VIELSEITIG EINSETZBAR

- Optimal für die Exploration, Vertiefung und Klärung von Themen
- Kombination mit quantitativen Umfragedaten

KOMPATIBEL

- Verfügbar auf allen Endgeräten
- Verfügbar in allen Sprachen
- Einbindung von Multi-Media-Files



Was macht der Researcher?

DEFINITION DER FORSCHUNGSFRAGE

LEITFADENERSTELLUNG

- Formulierung von Schlüsselfragen - offen, erzählgenerierend, eindeutig
- Definition der Follow-up Fragen für die KI
 - **Example:** Frage nach Beispielen!
 - **What:** Frage nach genaueren Beschreibungen!
 - **Why:** Erforsche die dahinterliegenden Motive! Frage nach dem Warum!

KONFIGURATION DER KI

- Allgemeines Briefing der KI, Definition des Interviewstils (neutral, empathisch, professionell)
- Ausführliche Tests, Optimierung der KI-Instruktionen

Was macht die KI?

DURCHFÜHRUNG DER INTERVIEWS

- Stellt die vordefinierten Schlüsselfragen
- Stellt dynamische Follow-up Fragen pro Schlüsselfrage

ZEITGLEICHE ANALYSE

- Codierung der Antworten

ANALYSE-GRUNDLAGE

- Prozentuelle Verteilung der wichtigsten Themenbereiche
- Beschreibung der jeweiligen Themenbereiche durch Detail-Codes



Was macht der Researcher?

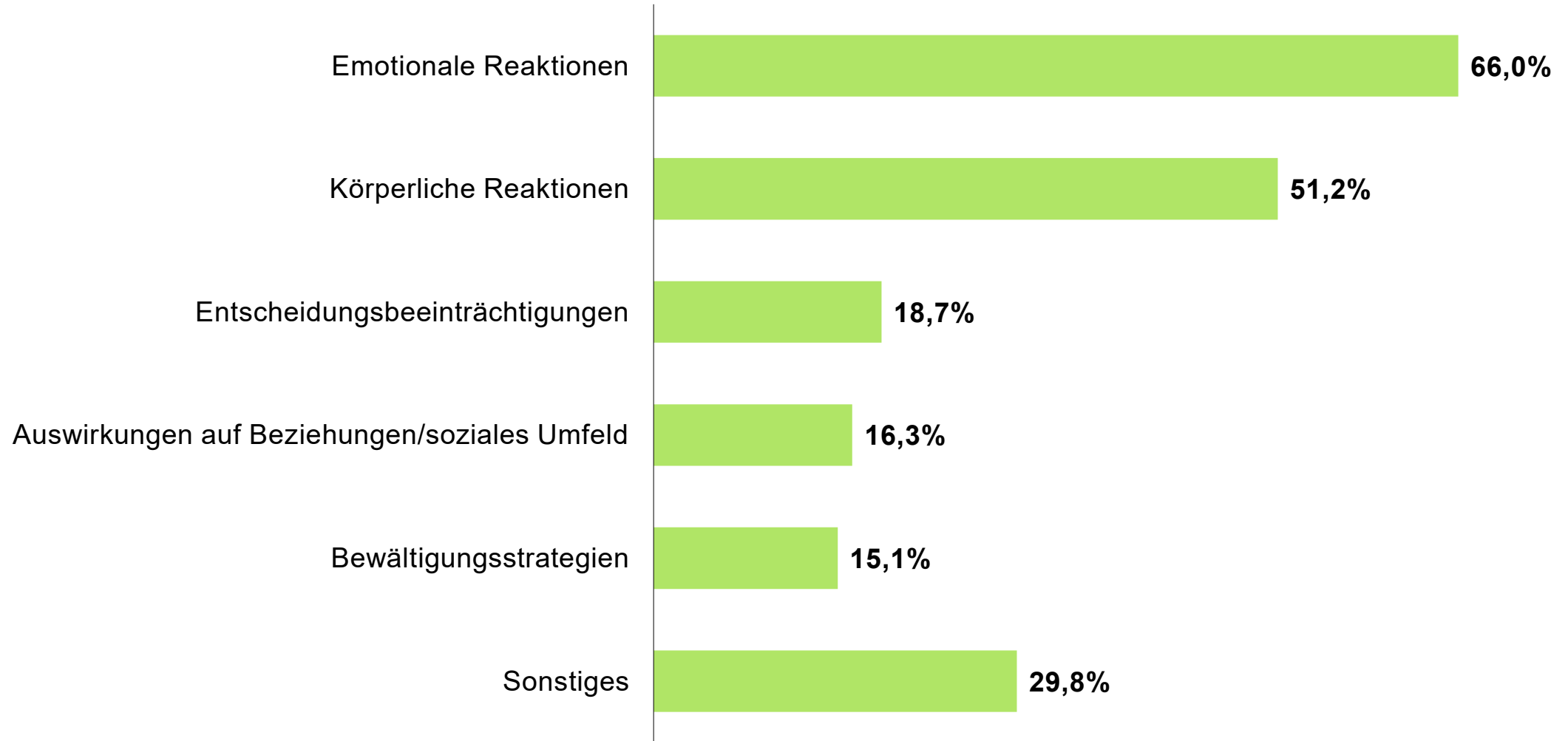
ÜBERPRÜFUNG, ANPASSUNG, FINALE AUFBEREITUNG

- Anpassung der Kodierung
- Optimierung der Themenbereiche
- Zusammenfassendes Reporting
 - Visualisierung der Ergebnisse
 - Auswahl aussagekräftiger O-Töne
 - Interpretation der Ergebnisse - Summary

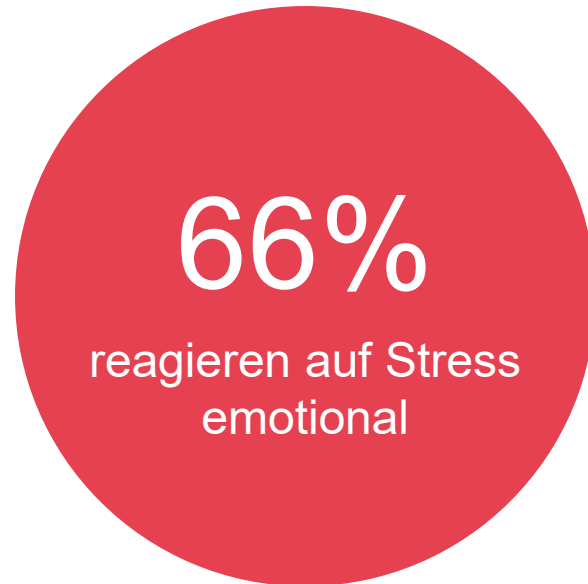
Hauptthemen: Stressreaktionen

ungestützt via KI-Interview | Themenanalyse

Show
Case



Emotionale Reaktionen im Detail



- ▶ Negative Interaktionen, Gereiztheit und Genervtheit
- ▶ Nervosität und Unbehagen
- ▶ Sozialer Rückzug und Isolation
- ▶ Traurigkeit und Freudlosigkeit
- ▶ Frustration und Aggressivität
- ▶ Emotionale Instabilität
- ▶ Selbstzweifel | Selbsthass
- ▶ Müdigkeit | Erschöpfung
- ▶ Zwischenmenschliche Probleme
- ▶ Fehlinterpretation der Situation | negative Gedankenspirale
- ▶ Ungeduld | Rastlosigkeit

Emotionale Reaktionen | in Worte gefasst

Ich werde schnell gereizt und frustriert und verliere oftmals die Motivation am Arbeiten. Mein Selbstwertgefühl und meine Sicherheit in meine Kompetenzen sinken stark und ich fange an mich anzuzweifeln.

Langfristig geht es an die Substanz, zuerst fühlt man sich gehetzt, am Ende kaputt und die Freude was anderes zu tun ist dahin

Kopf: keine klaren Gedanken, wenig Konzentration... Körper: Hitzewallung, Schwindelattacken, bewusster Herzschlag, pochen in den Ohren... Wenn ich zum Arbeitsplatz komme wirke ich für mein Umfeld von vornherein hektisch, obwohl ich es selbst nicht merke!

Ich werde grantig und mag mich selbst nicht .

Hohe, nicht erfüllbare Erwartungen an den Partner. Und bei der Arbeit dann so, dass man gegenüber anderen nur genervt und beleidigend ist

Ich fühle mich unwohl und mache mir Sorgen über die Zukunft

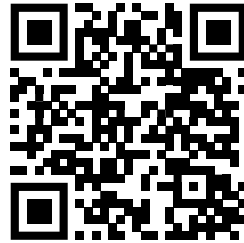
Fazit: Warum KI-gestützte Interviews?

- **QUANTIFIZIERBAR** - große Anzahl qualitativer Interviews in kurzer Zeit
- **AUTHENTISCH** - echte Einblicke in die Gedankenwelt der Befragten
- **INSIGHT-STARK** - mehr Wert aus offenen Antworten
- **OBJEKTIV** - klare Erhebung und Themenanalyse ohne Interviewer-Bias
- **BRÜCKE** - macht Zahlen, Daten und Fakten lebendig und verständlich

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Jetzt KI-Interview
selbst testen:

<https://www.marketagent.com/Glaut/Stress>



marketagent.

Part II

Mental Wellbeing & soziales Engagement



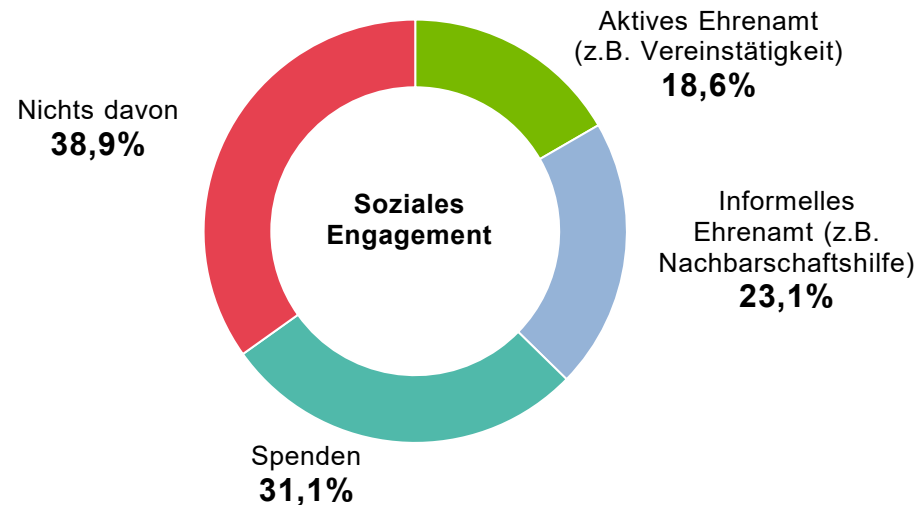
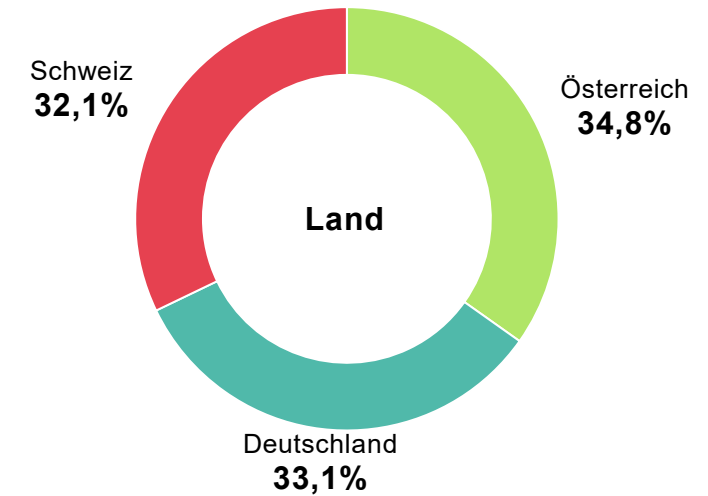
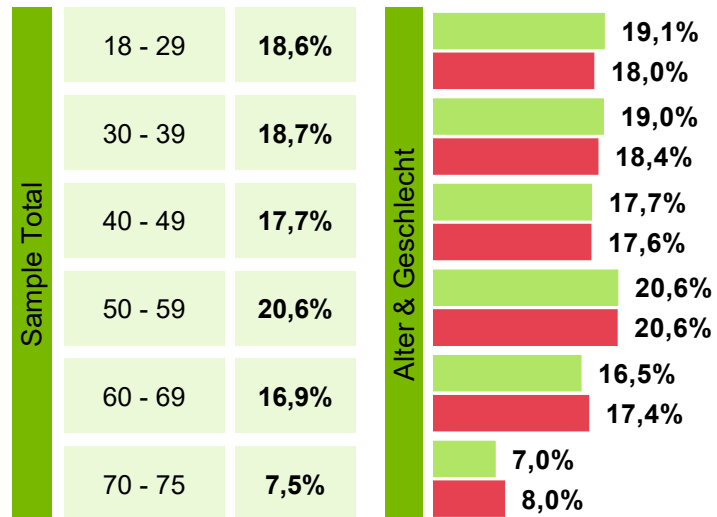
Tommy Schwabl & Fikret Zendeli

Umfrage-Basics | Studiensteckbrief

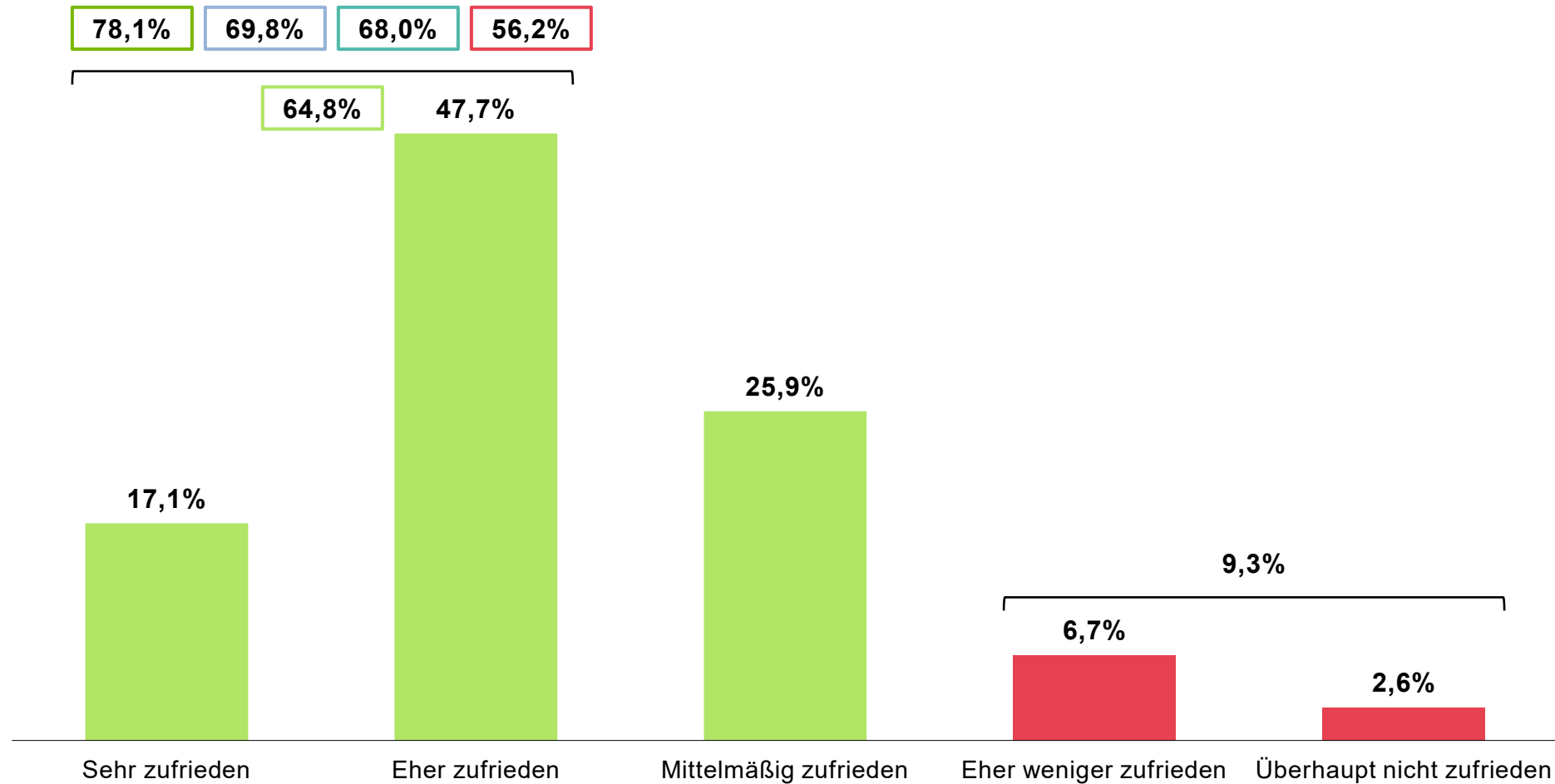
Auftraggeber	Eigenstudie in Kooperation mit der Social Friday - Initiative
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 3.143 Netto-Interviews in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DE + FR)
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 18 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die jeweilige Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	18.03.2025 - 02.04.2025
Studienumfang	59 Fragen
Mobile Teilnahme	48,6%

Zusammensetzung des Samples | n = 3.143

♂ 50,0% ♀ 49,9% Divers: 0,1%



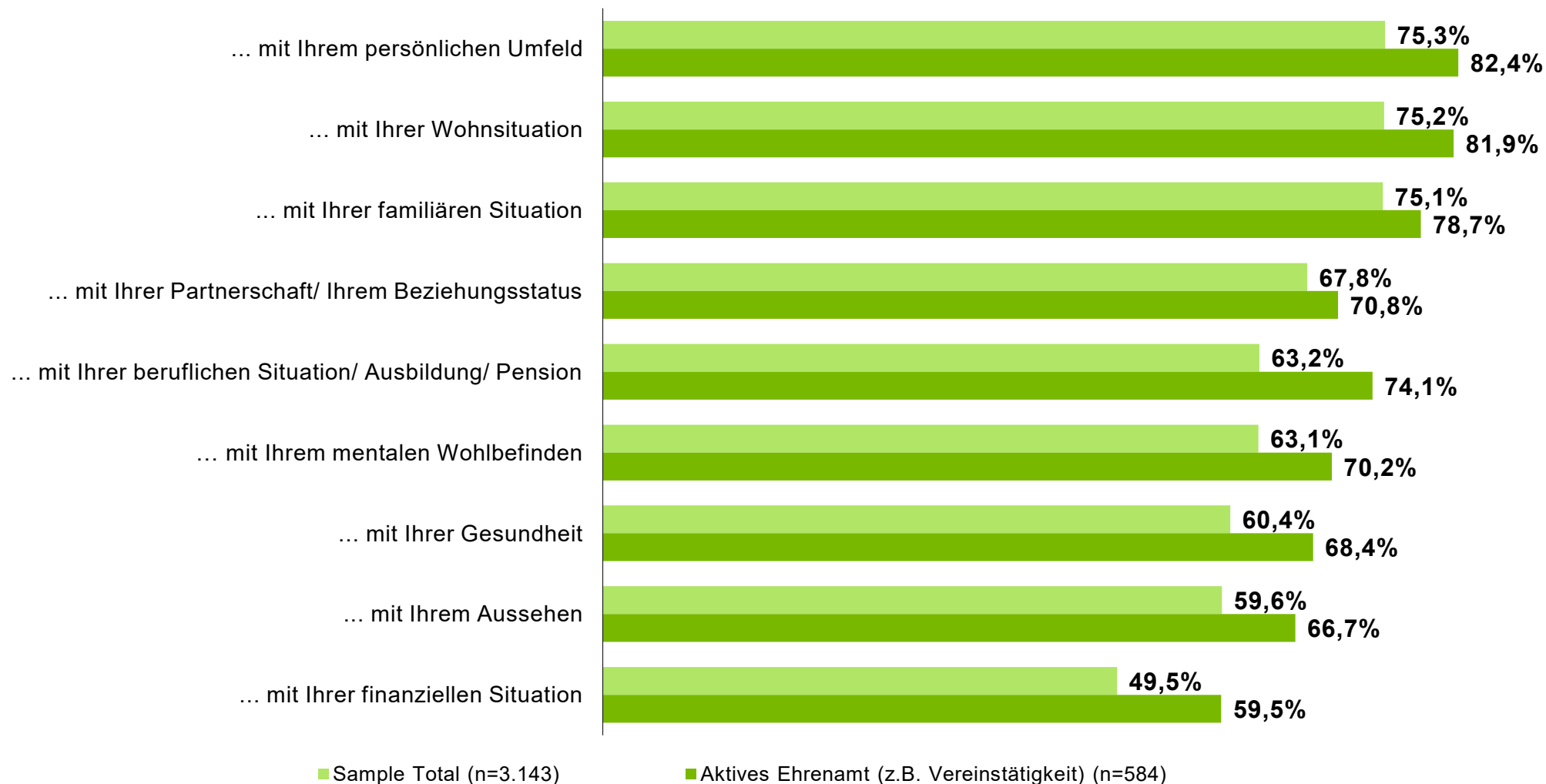
Allgemeine Lebenszufriedenheit



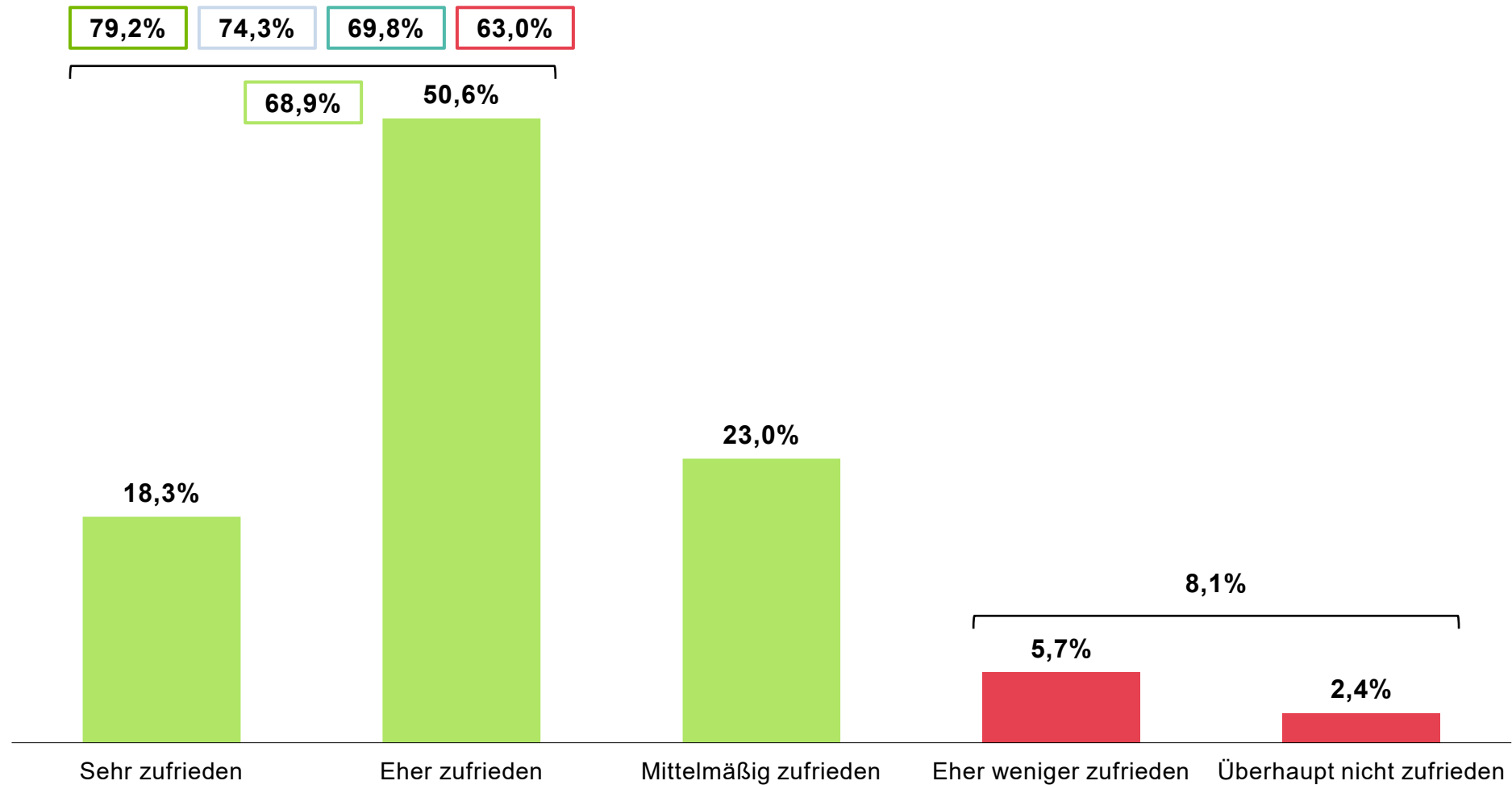
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Zufriedenheit mit Lebensbereichen

Vergleich Sample Total vs. Aktives Ehrenamt

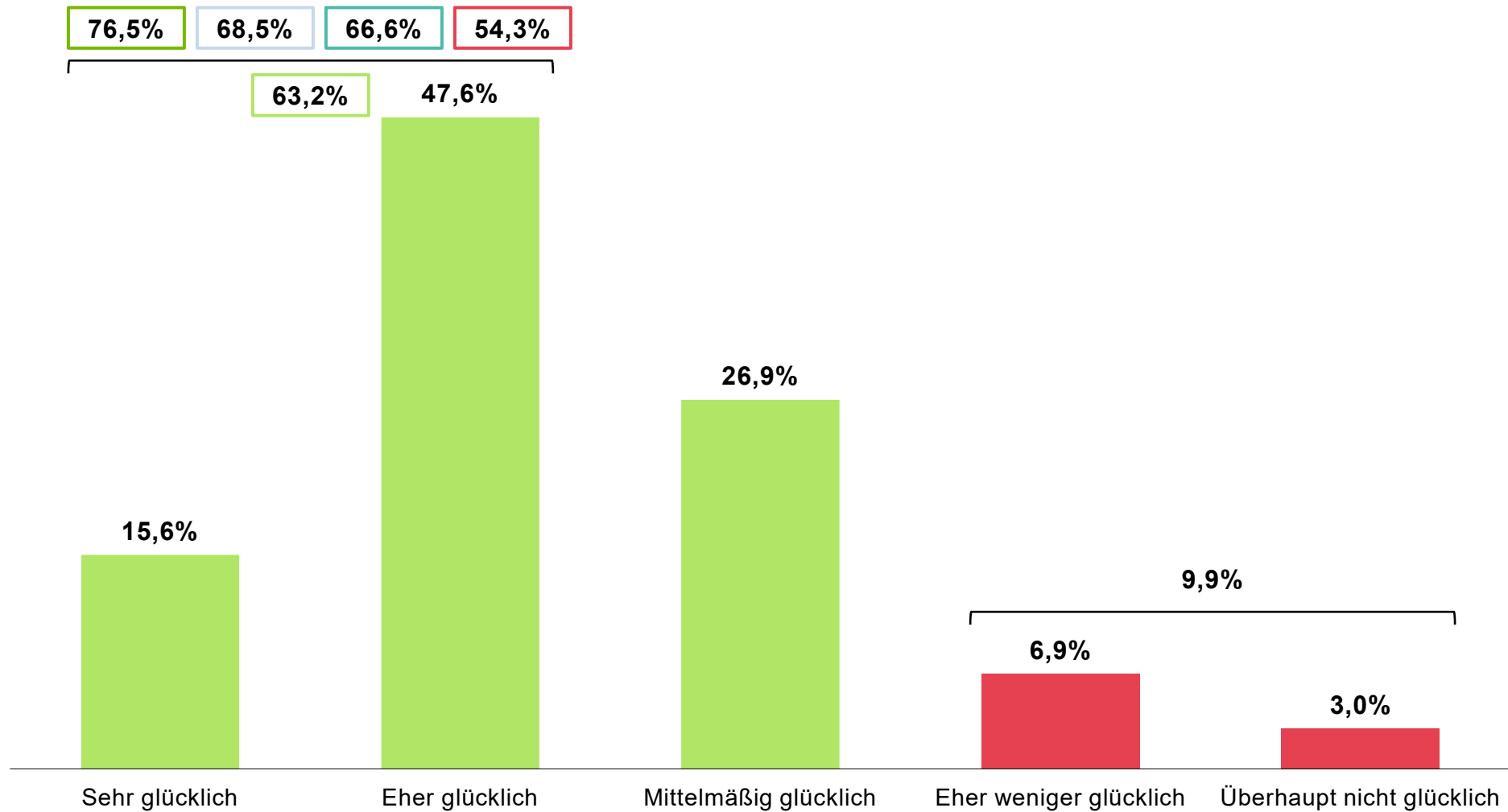


Zufriedenheit mit sich selbst



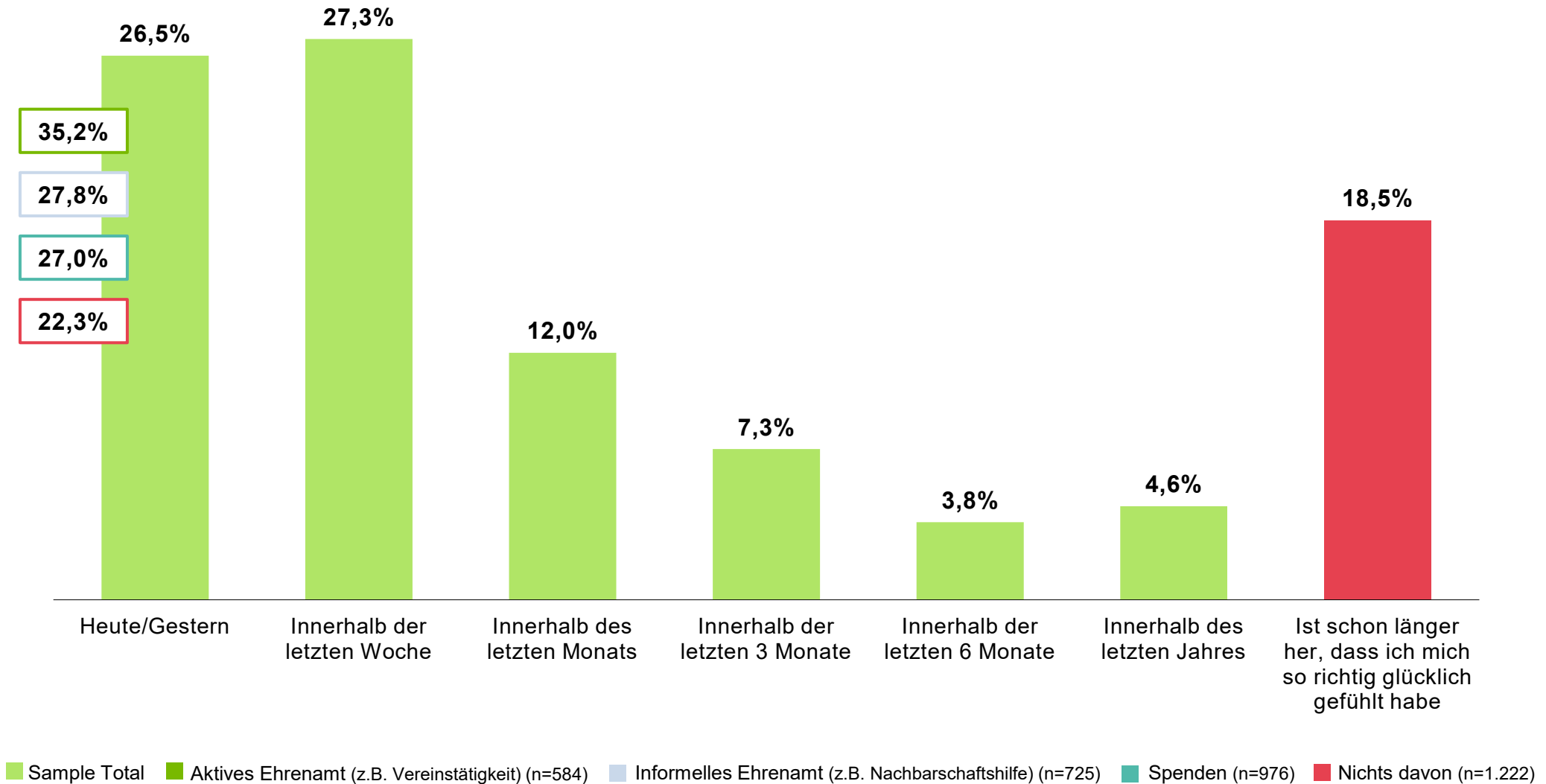
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Selbsteinschätzung des eigenen Glücks

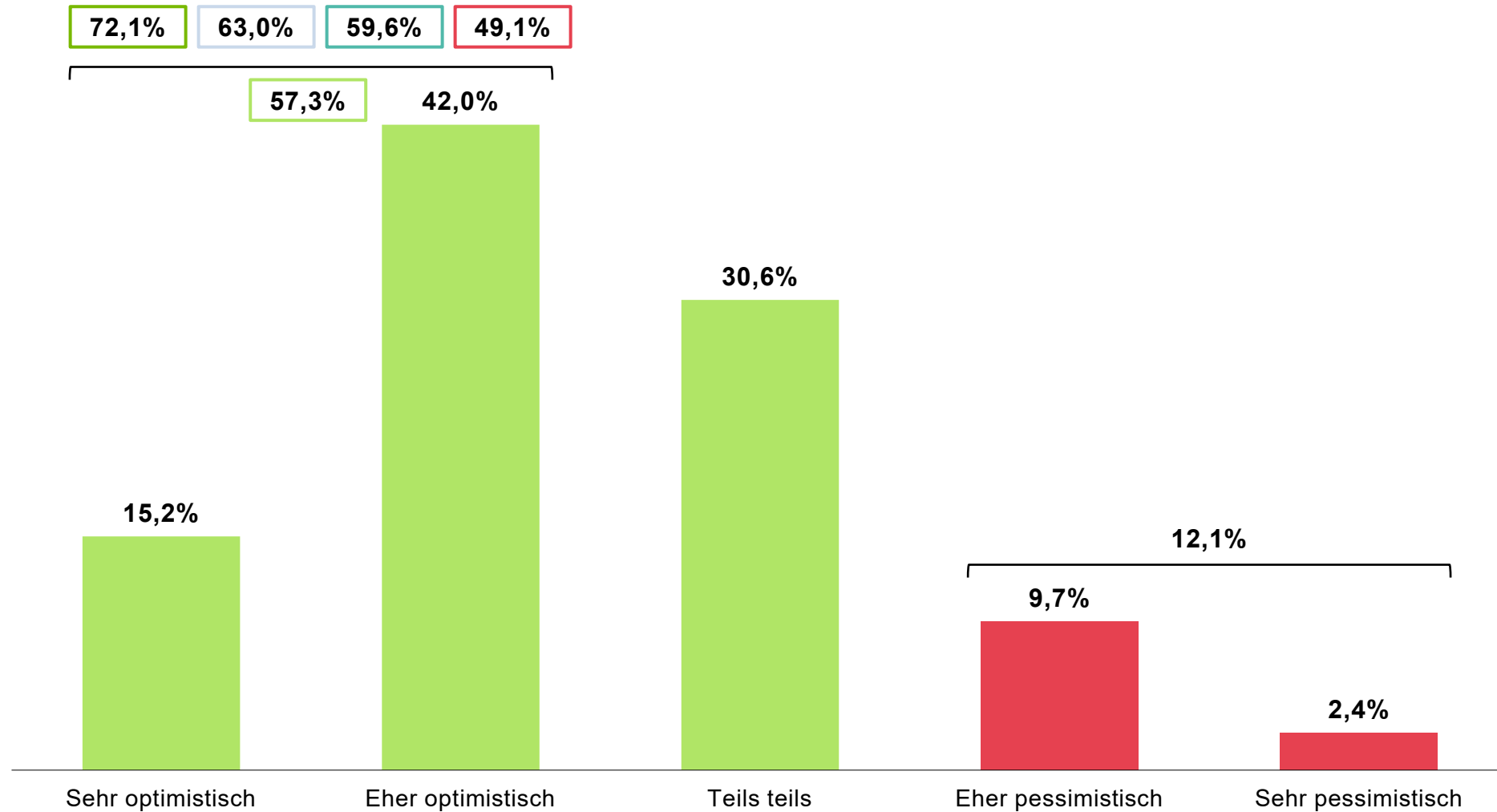


■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Zeitpunkt des letzten intensiven Glücksgefühls

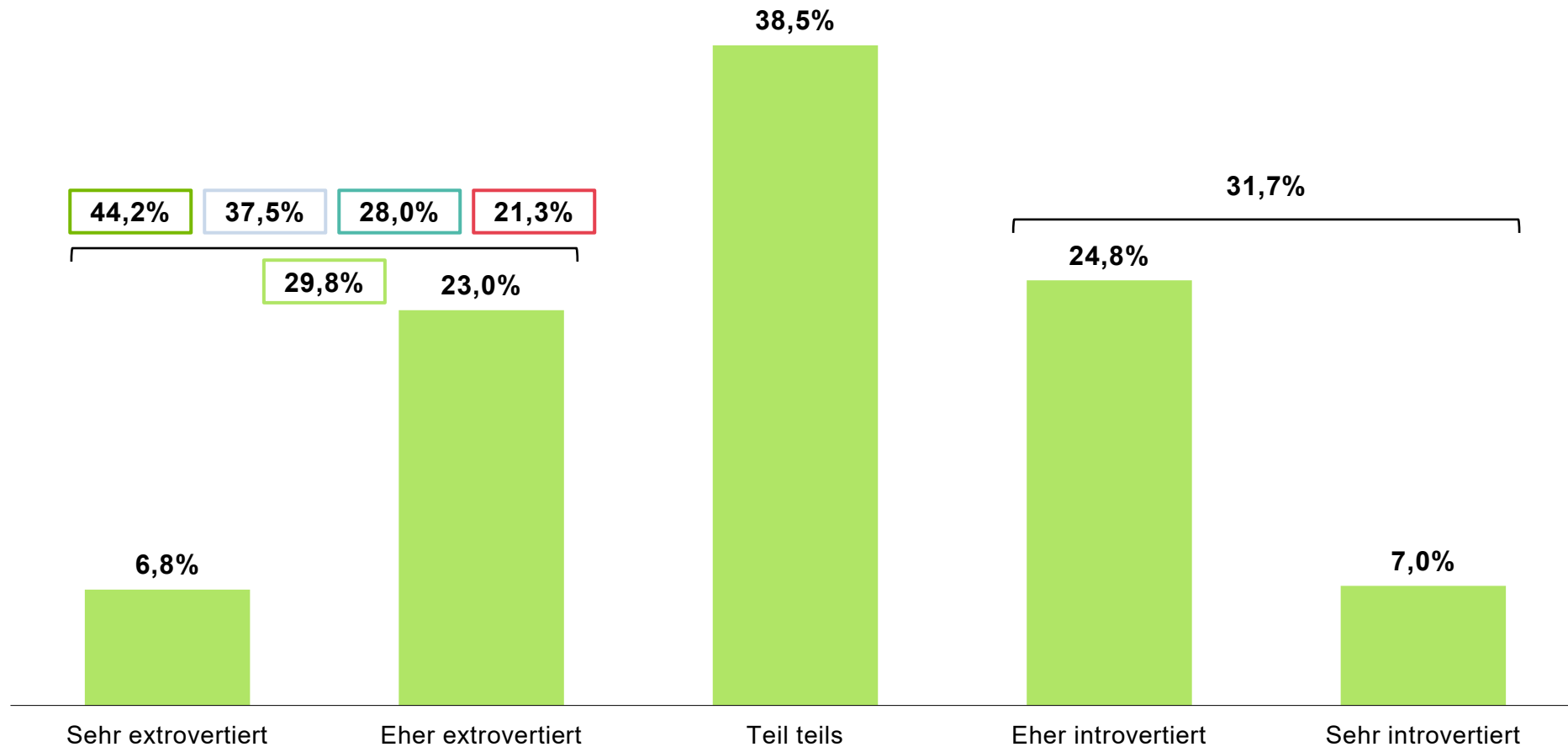


Selbsteinschätzung: Optimismus vs. Pessimismus



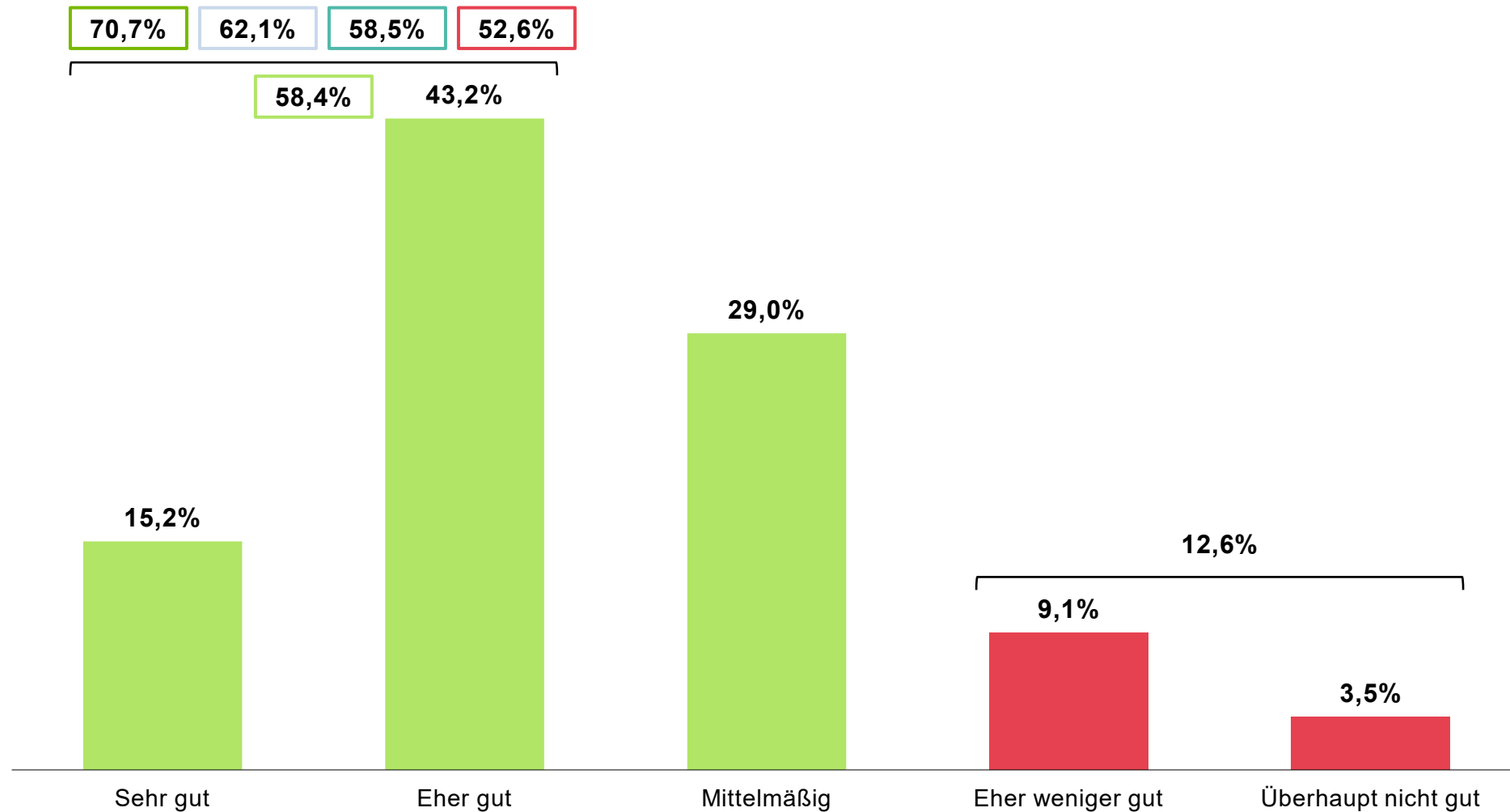
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Selbsteinschätzung: Extrovertiertheit vs. Introvertiertheit



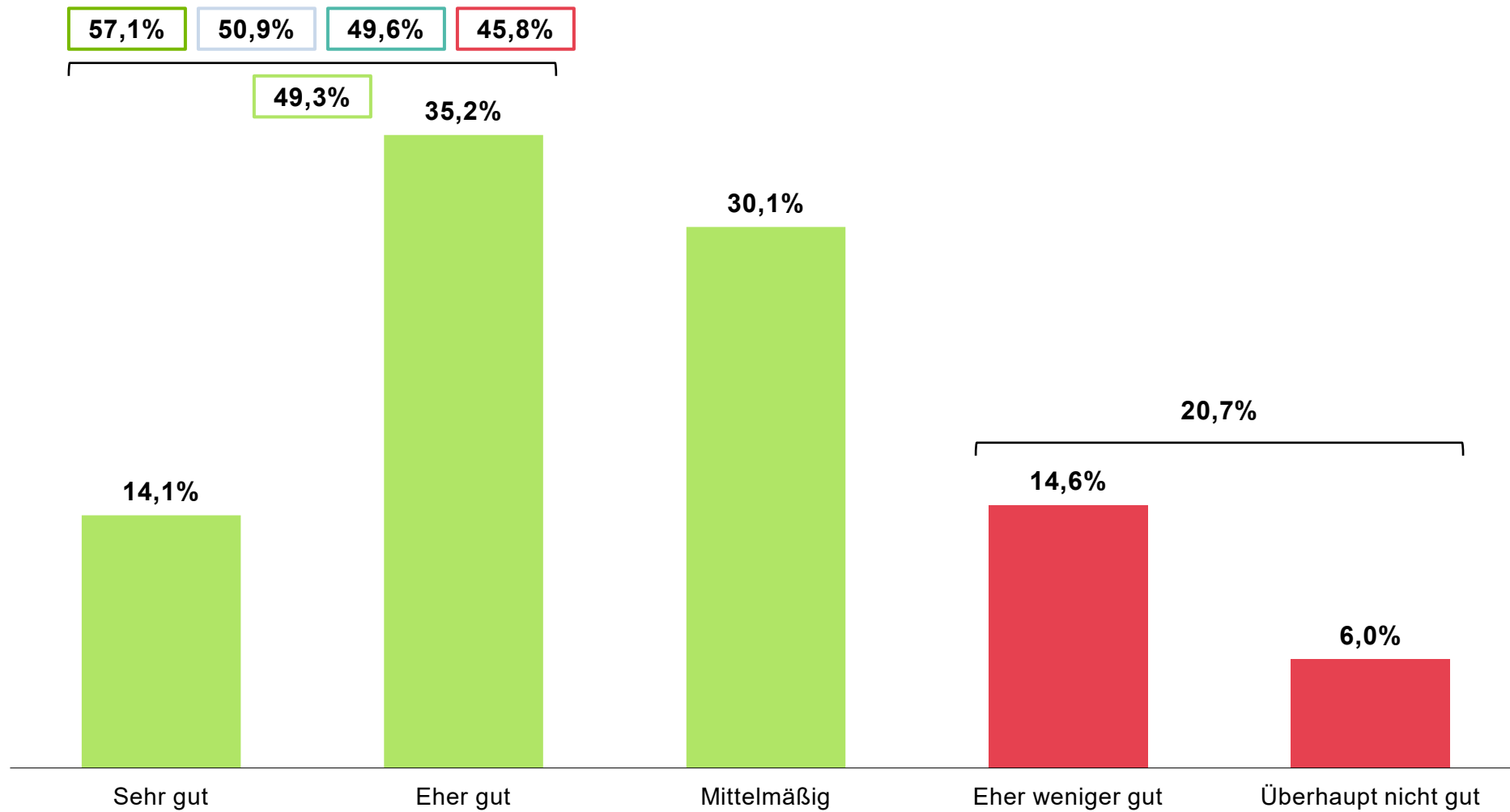
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Selbstwertgefühl



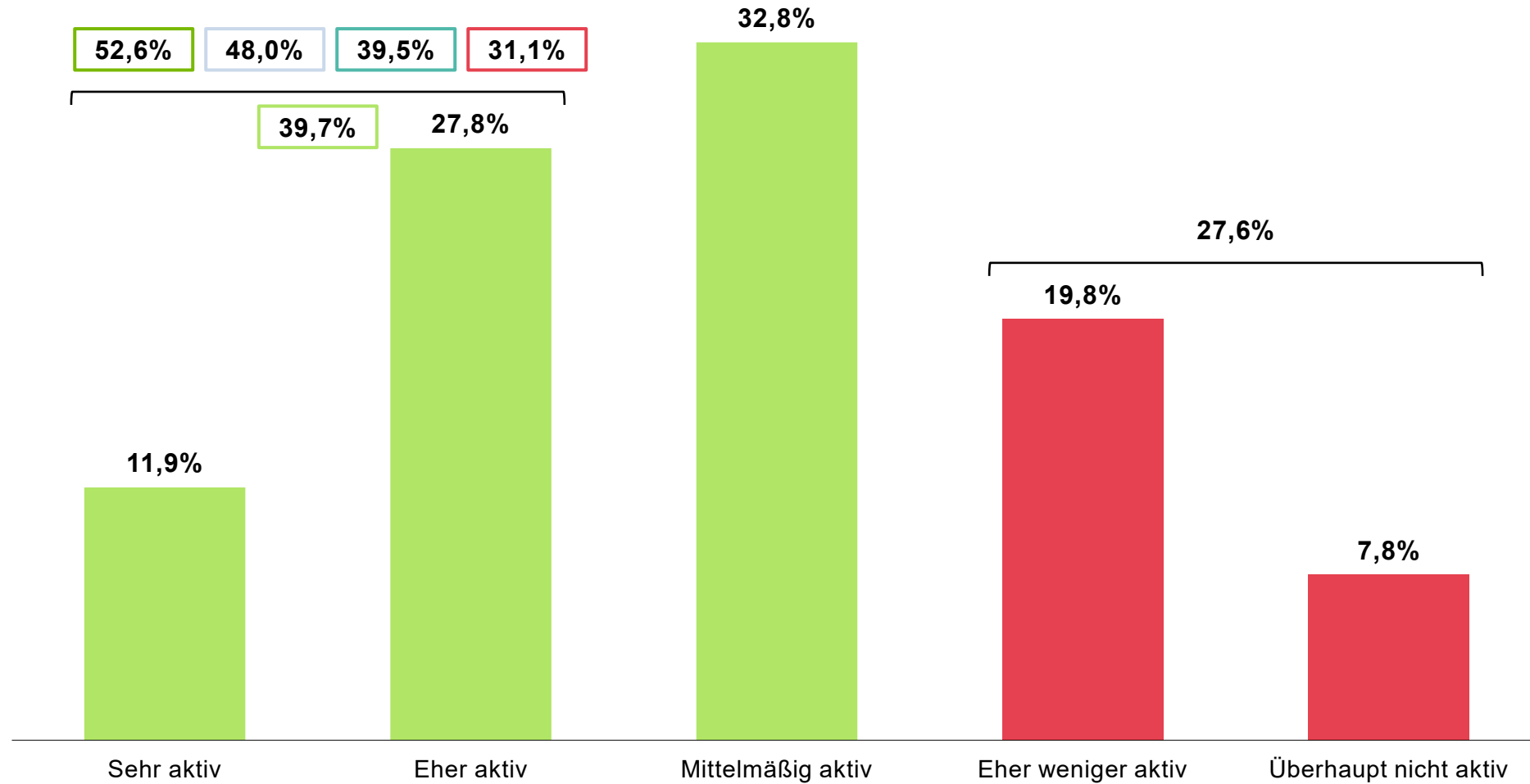
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Schlafqualität



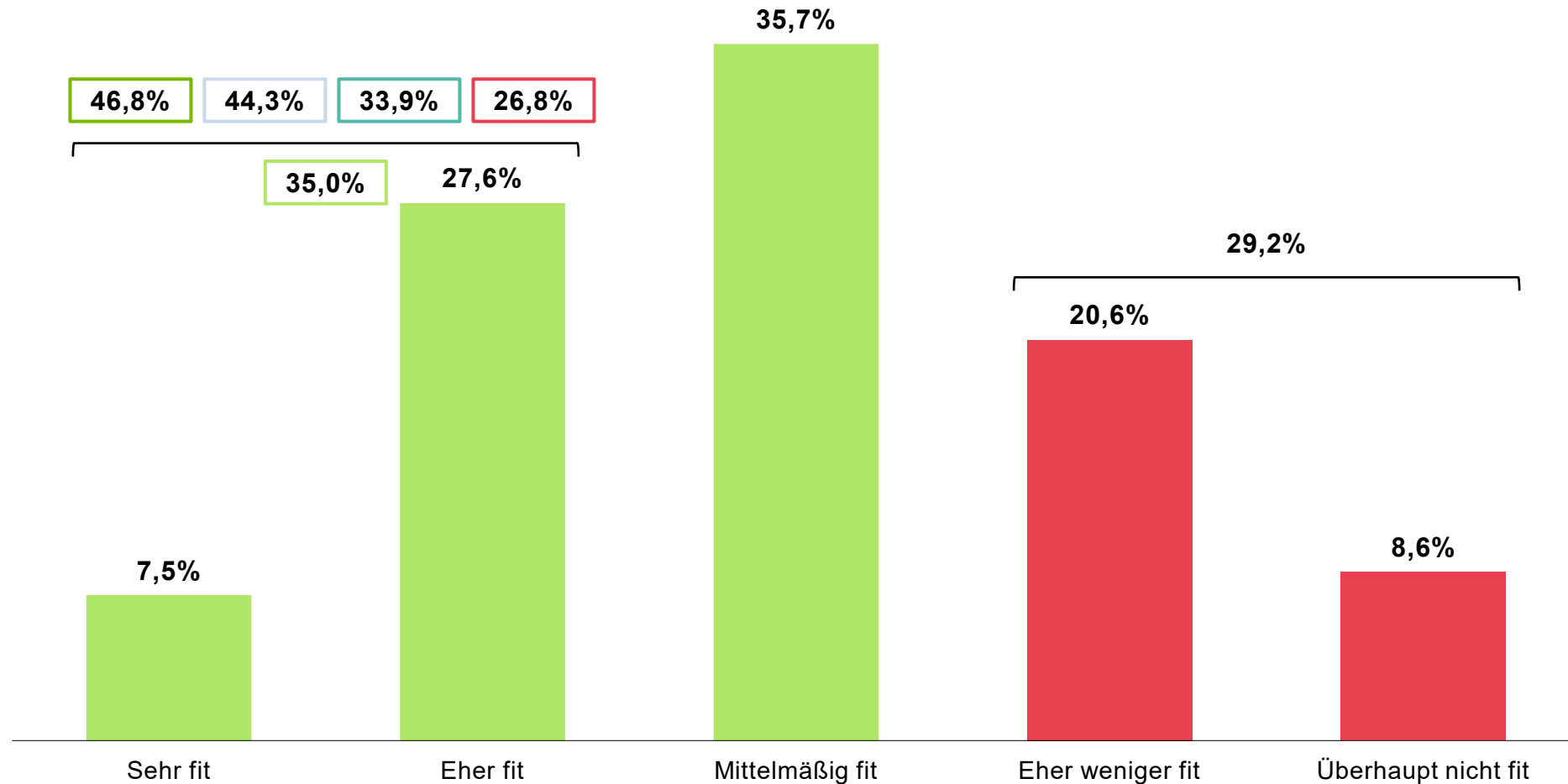
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Aktiver Lebensstil



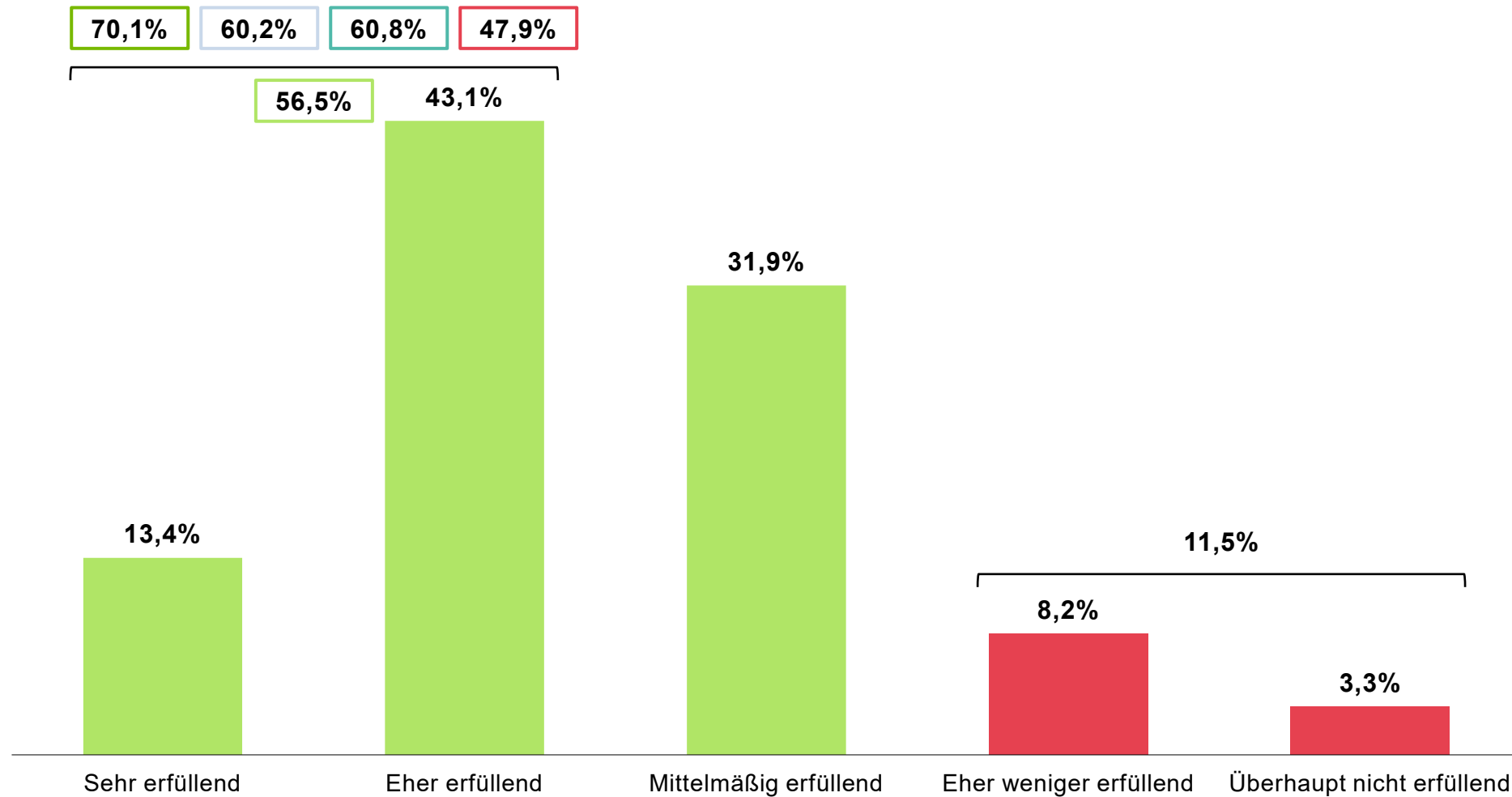
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Körperliche Fitness



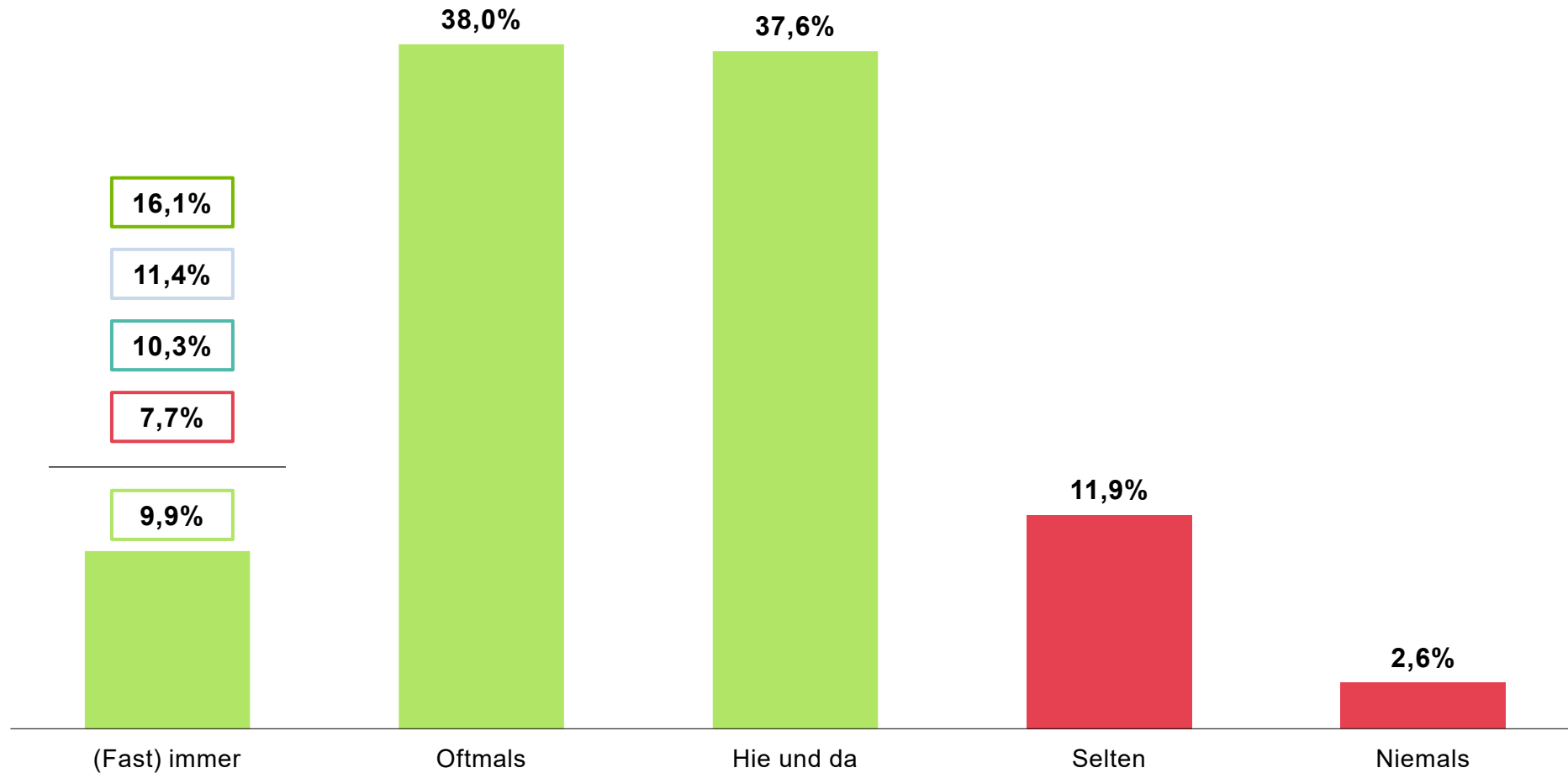
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Sinnhaftigkeit und Erfüllung im Leben



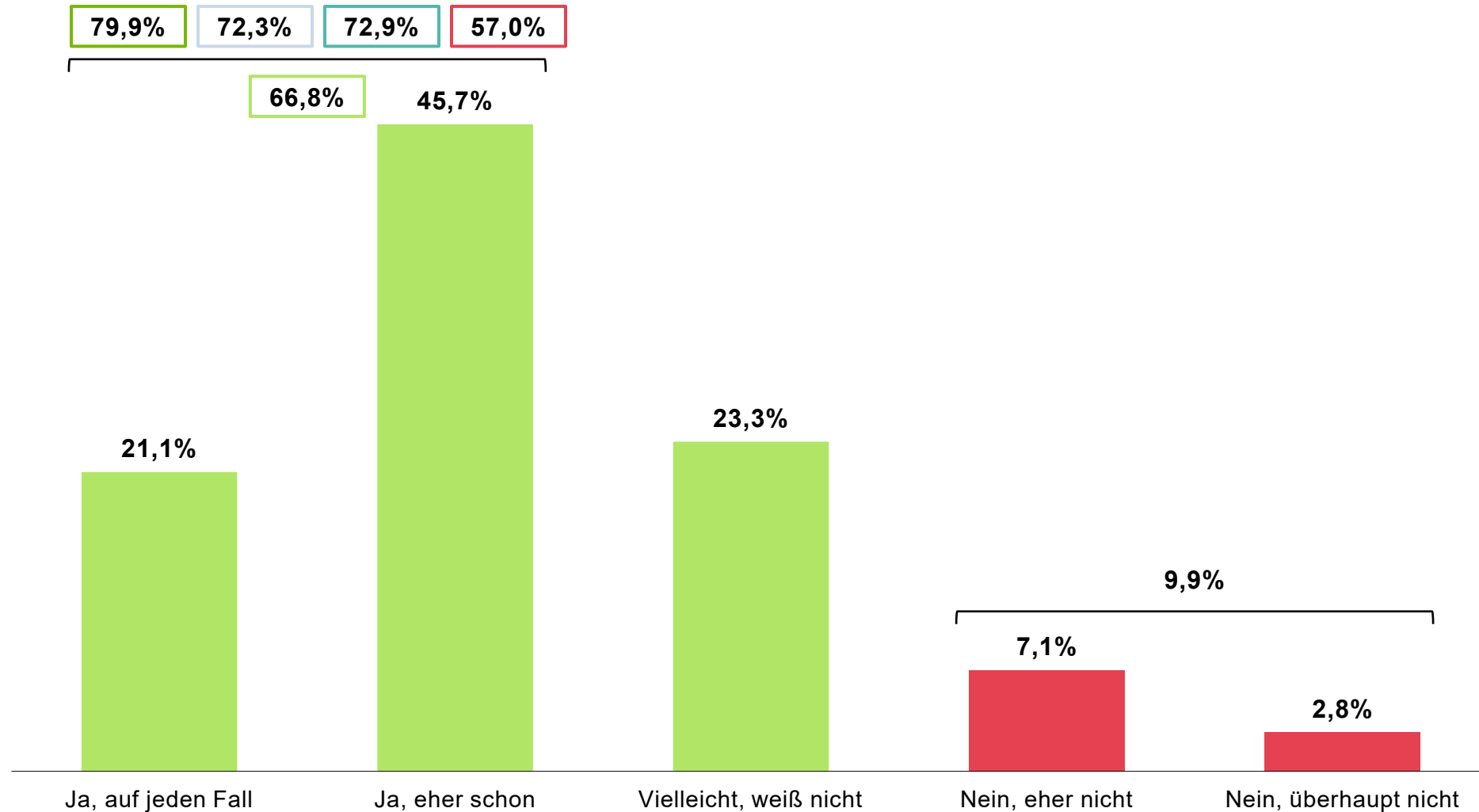
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Inspiration durch eigene Tätigkeit



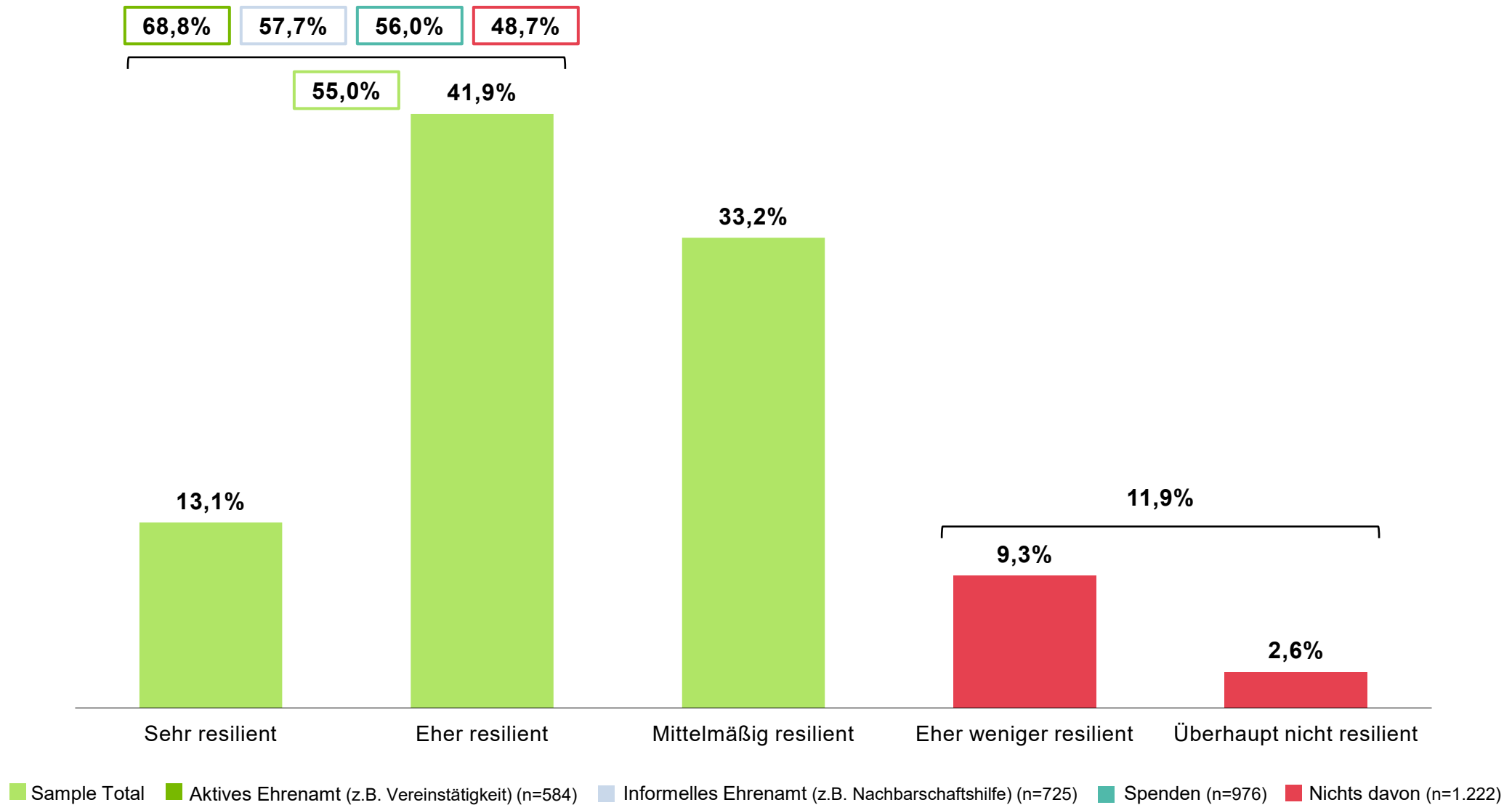
■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

Zufriedenheit mit dem bisherigen Lebensweg



■ Sample Total ■ Aktives Ehrenamt (z.B. Vereinstätigkeit) (n=584) ■ Informelles Ehrenamt (z.B. Nachbarschaftshilfe) (n=725) ■ Spenden (n=976) ■ Nichts davon (n=1.222)

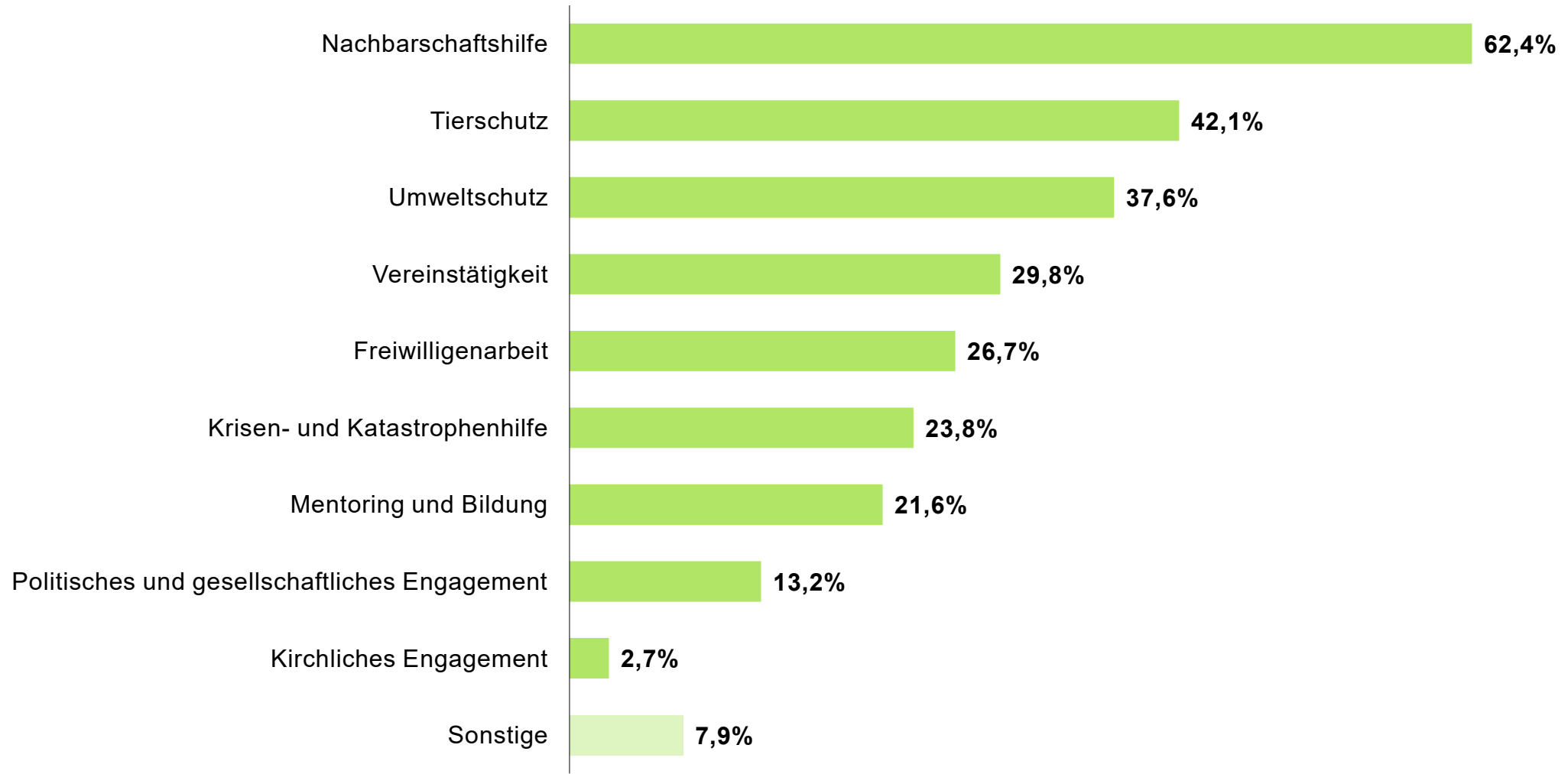
Resilienz im Umgang mit Belastungen



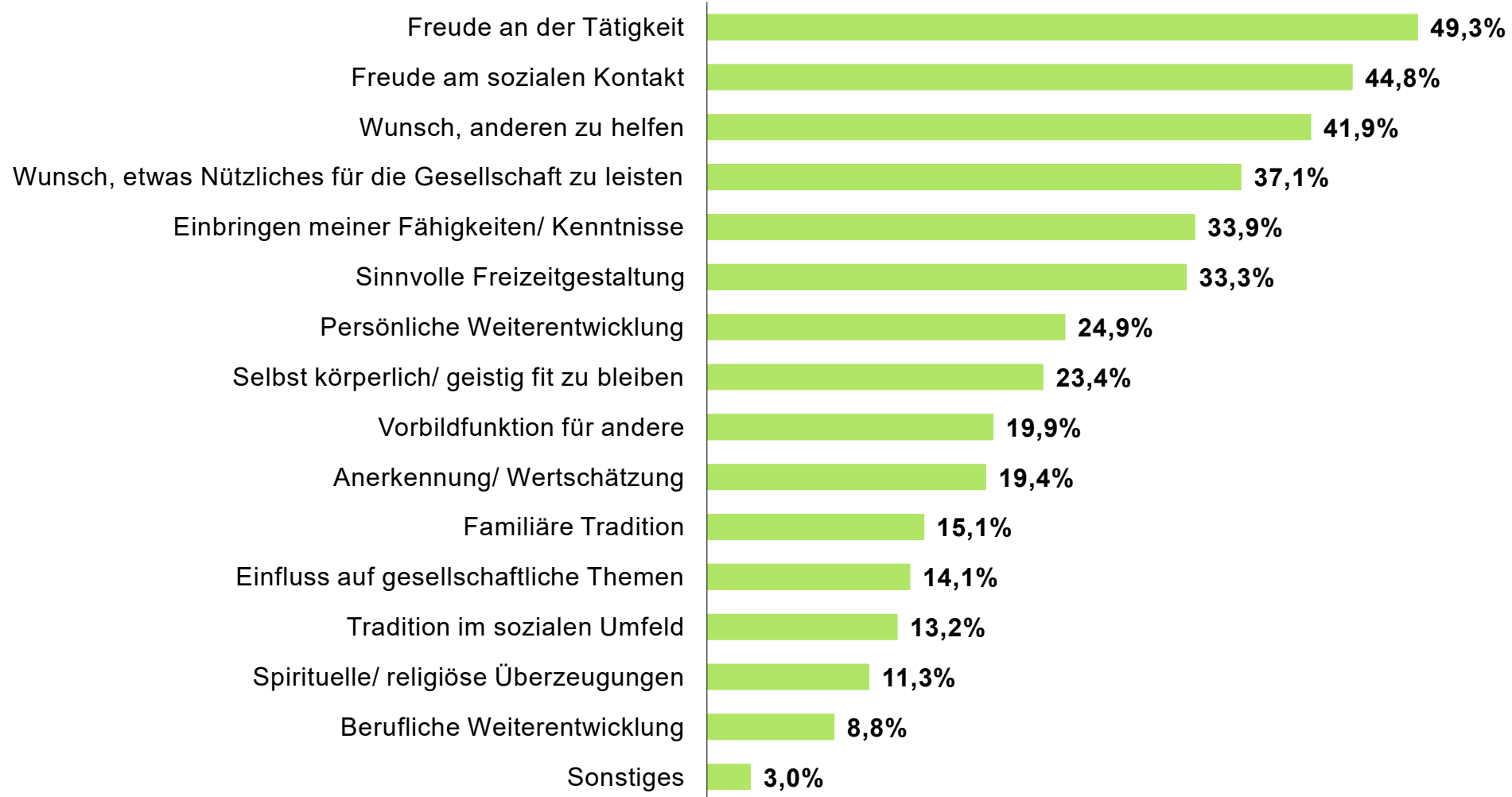
Summary | To make a long story short

	Sample Total (n=3.143)	Aktives Ehrenamt (n=584)
Allgemeine Lebenszufriedenheit	64,8%	78,1%
Zufriedenheit mit sich selbst	68,9%	79,2%
Selbsteinschätzung des eigenen Glücks	63,2%	76,5%
Selbsteinschätzung: Optimismus	57,3%	72,1%
Selbsteinschätzung: Extrovertiertheit	29,8%	44,2%
Selbstwertgefühl	58,4%	70,7%
Schlafqualität	49,3%	57,1%
Aktiver Lebensstil	39,7%	52,6%
Körperliche Fitness	35,0%	46,8%
Sinnhaftigkeit und Erfüllung im Leben	56,5%	70,1%
Zufriedenheit mit dem bisherigen Lebensweg	66,8%	79,9%
Resilienz im Umgang mit Belastungen	55,0%	68,8%

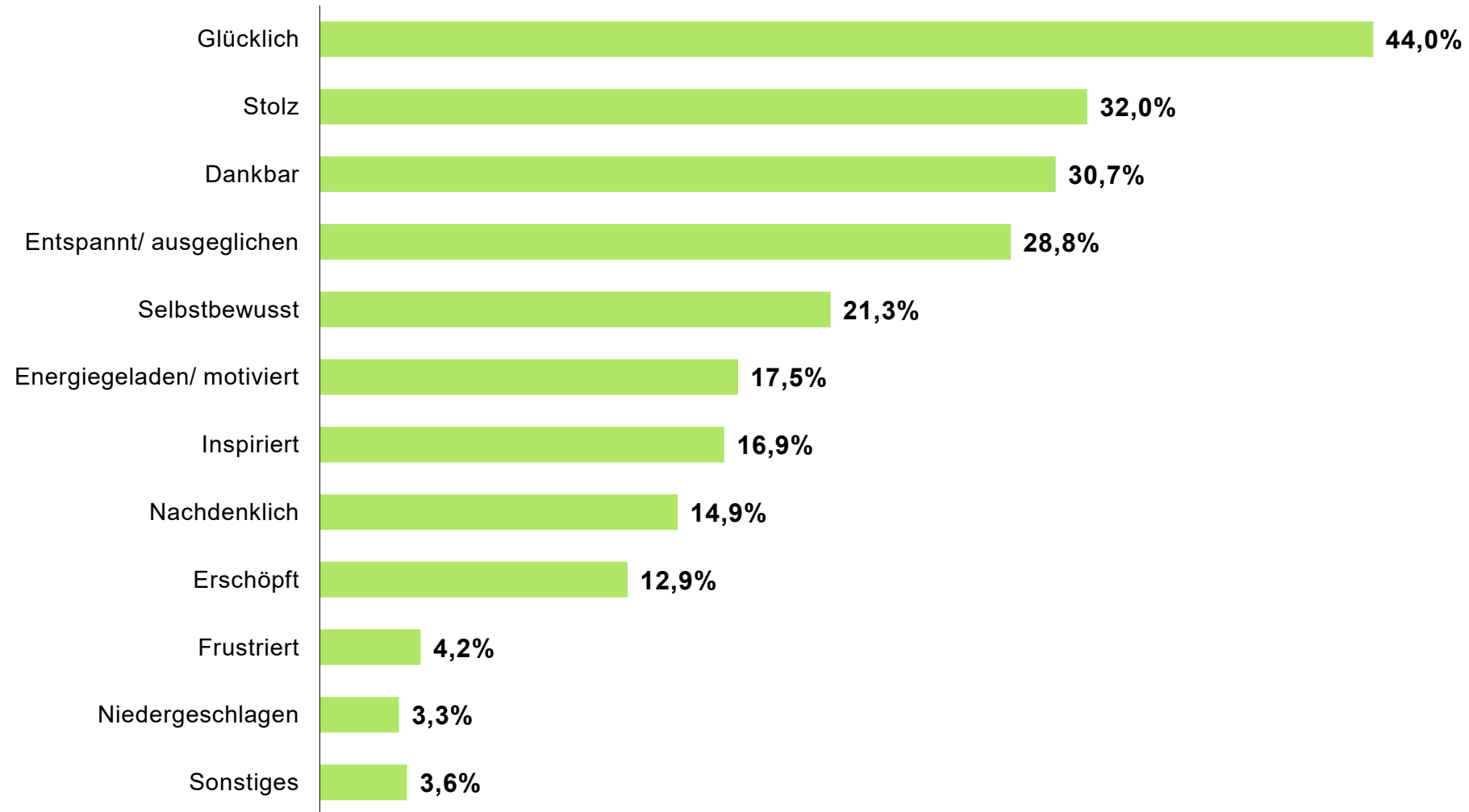
Vorstellbare Bereiche sozialen Engagements



Motivation für soziales Engagement



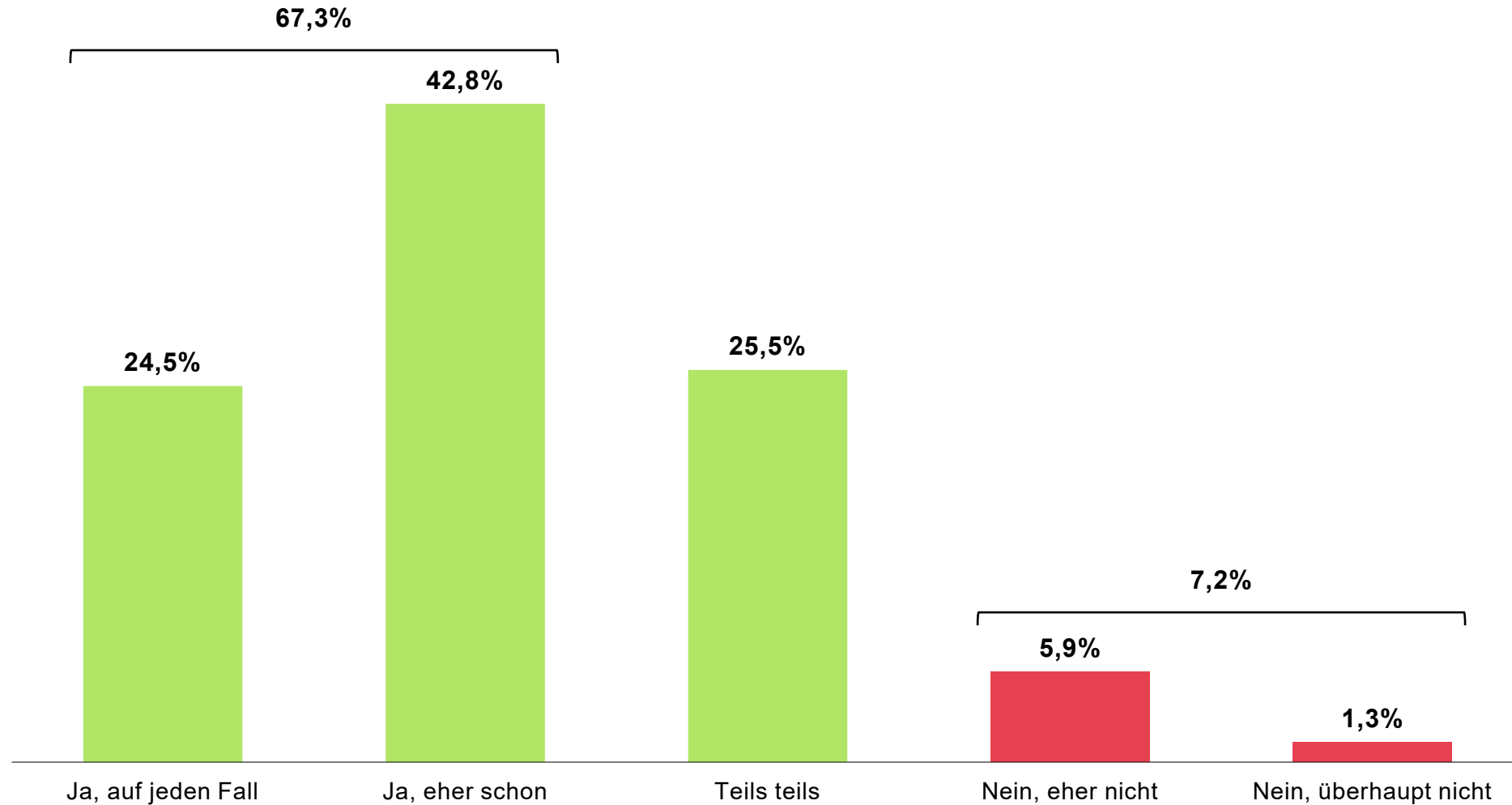
Gefühle nach der letzten sozialen Aktivität



Einflüsse des sozialen Engagements auf das eigene Leben



Ausreichende Wertschätzung des eigenen sozialen Engagements





WHY WE WANT IT

Unproductive Fridays are a \$1.9 trillion problem and

Harvard Business Review

How tech created a 'recipe for loneliness'

The Painful Cycle of Employee Loneliness, and How It Hurts Companies

by Sigal Barsade and Hakan Ozcelik

April 24, 2018

Our Epidemic of Loneliness and Isolation

We're Still Lonely at Work
It's time for companies to take a

NEWS
The rise of the 4-day workweek
Employees are enthusiastic about a shortened schedule. What does the research say?

Bill Gates says a 2-day work week is coming in just 10 years, thanks to AI replacing humans "for most things"

How Overconsumption Affects the Environment and Health, Explained

People spend an average 3 hours and 45 minutes online on their smartphones every day

Hass zwischen politischen Gegnern wird auch zum Risiko für Firmen

Laut einer Studie erreicht die Polarisierung weltweit einen Höchststand. Hass und Wut werden auch für Firmen zum Risiko.

**TURN UNPRODUCTIVE
FRIDAY HOURS INTO MOMENTS
OF TOGETHERNESS AND
SUPPORT FOR EACH OTHER.**

ARE YOU READY TO REINVENT FRIDAYS?

“We know about the benefits of doing social good. We know about the unproductive hours on Friday afternoons. Let’s use these facts for a better society and a healthier economy. Let’s reinvent Fridays together!”



Fikret Zendeli

FOUNDER OF SOCIAL FRIDAY



“LETTER FROM THE FOUNDER”

ACCEPT

or

CHALLENGE

Accept the status quo or challenge it?



LET'S REINVENT FRIDAYS

SOCIAL FRIDAY

Part III

Constructive Journalism



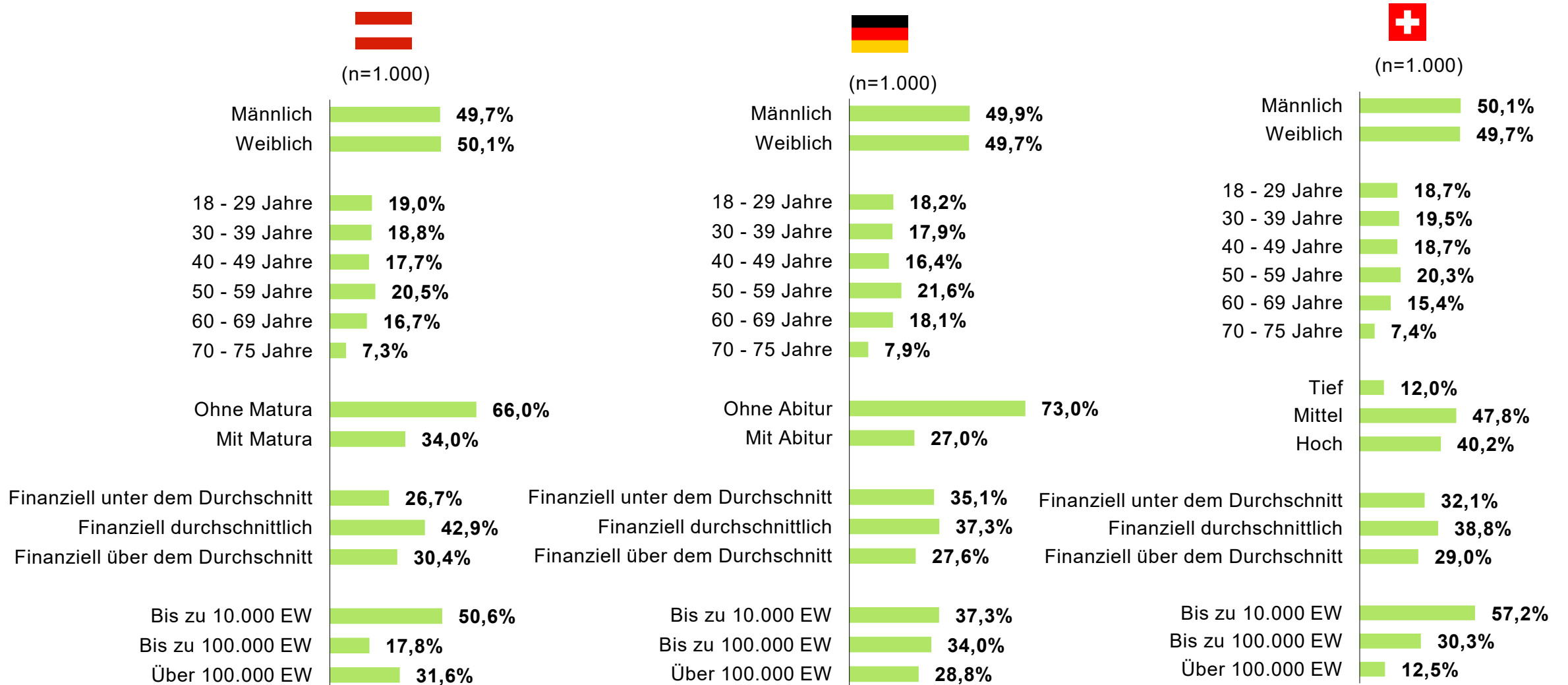
Tommy Schwabl

marketagent.

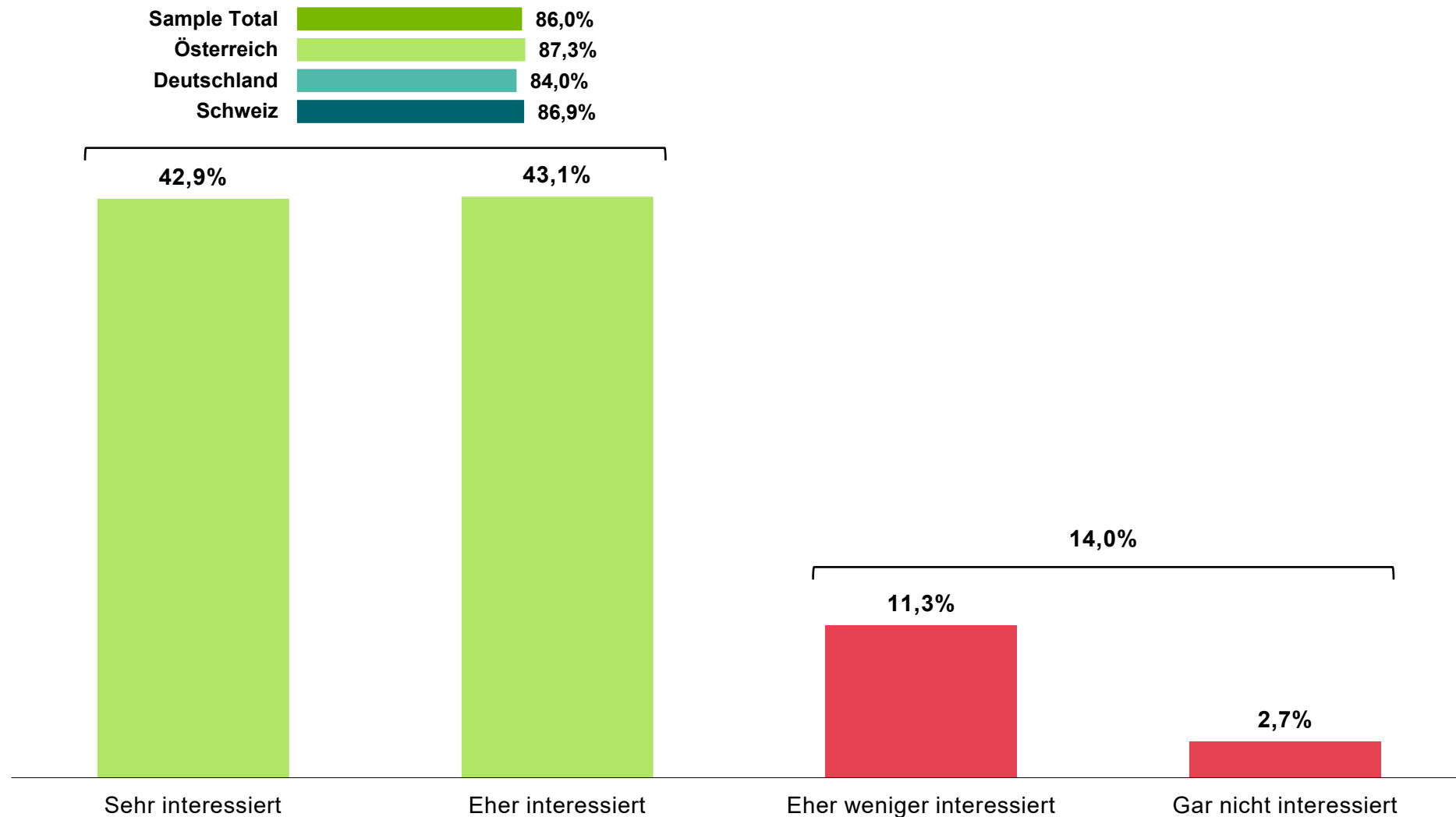
Umfrage-Basics | Studiensteckbrief

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 3.000 Netto-Interviews (DACH)
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 18 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische, deutsche und schweizer Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	11.02.2025 - 20.02.2025
Studienumfang	50 Fragen
Mobile Teilnahme	48,8%

Zusammensetzung des Samples | n = 3.000

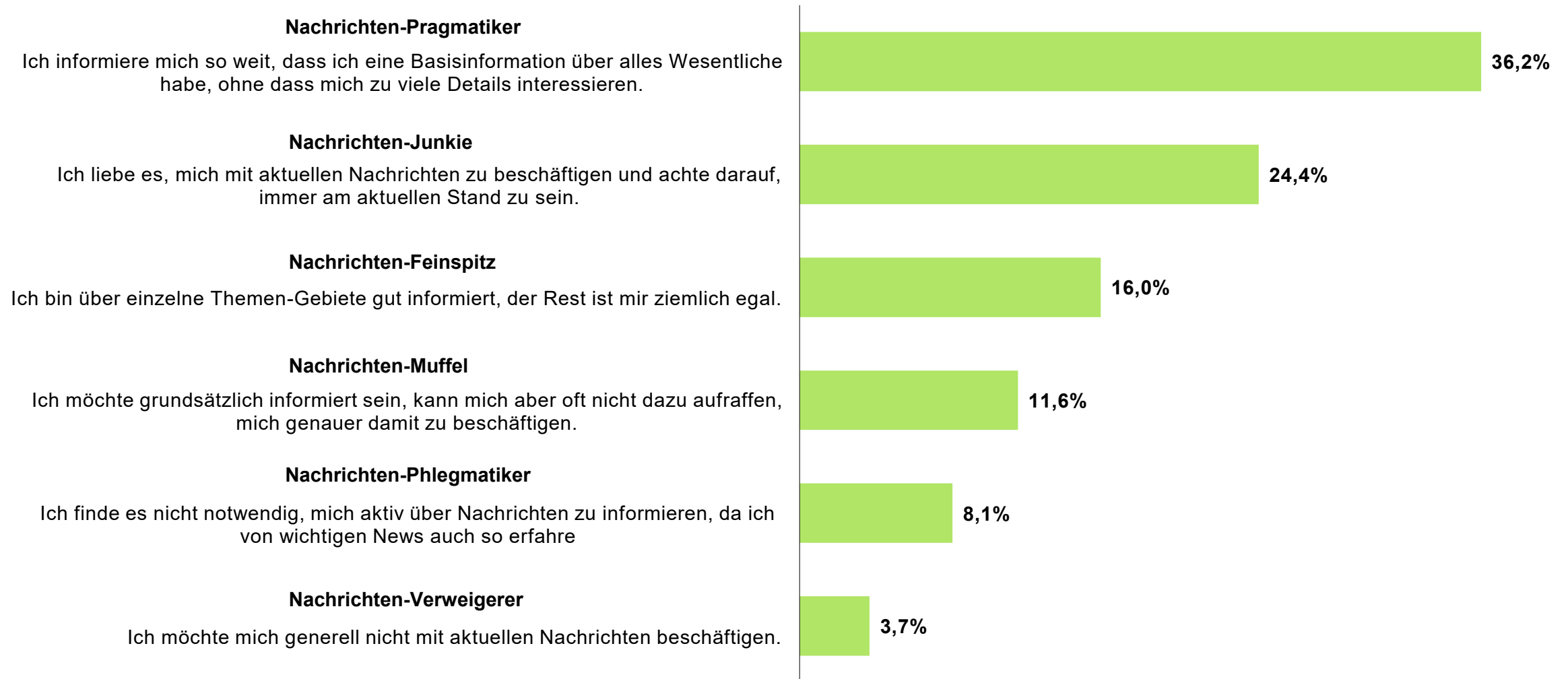


Interesse an aktuellen Nachrichten



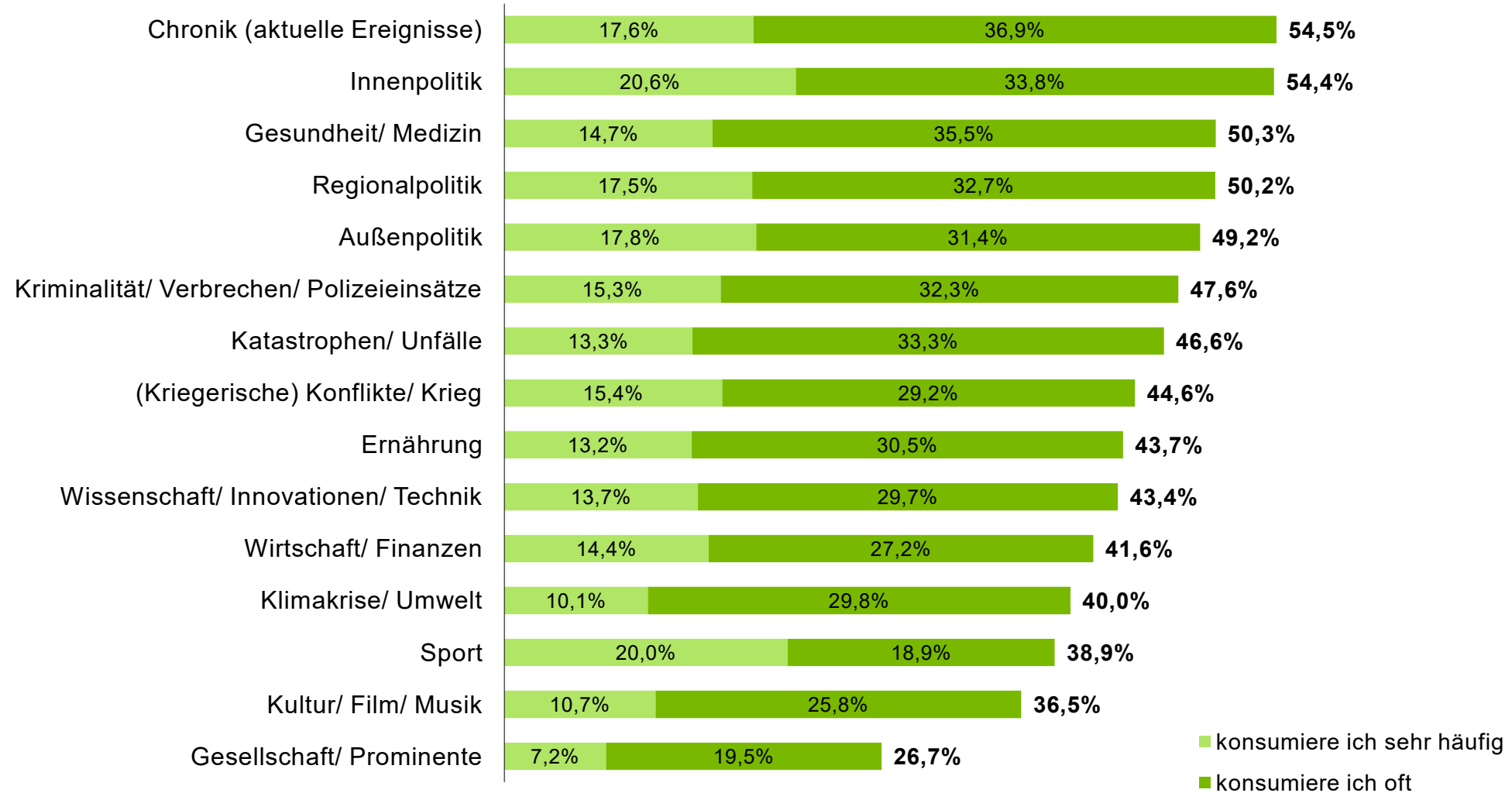
Kommen wir nun zum Thema "Aktuelle Nachrichten" [...] . Wie stark sind Sie ganz generell an aktuellen Nachrichten interessiert? || n=3.000 ||
MW 1,7 (Skala von "1 = Sehr interessiert" bis "4 = Gar nicht interessiert")

Nachrichtentyp



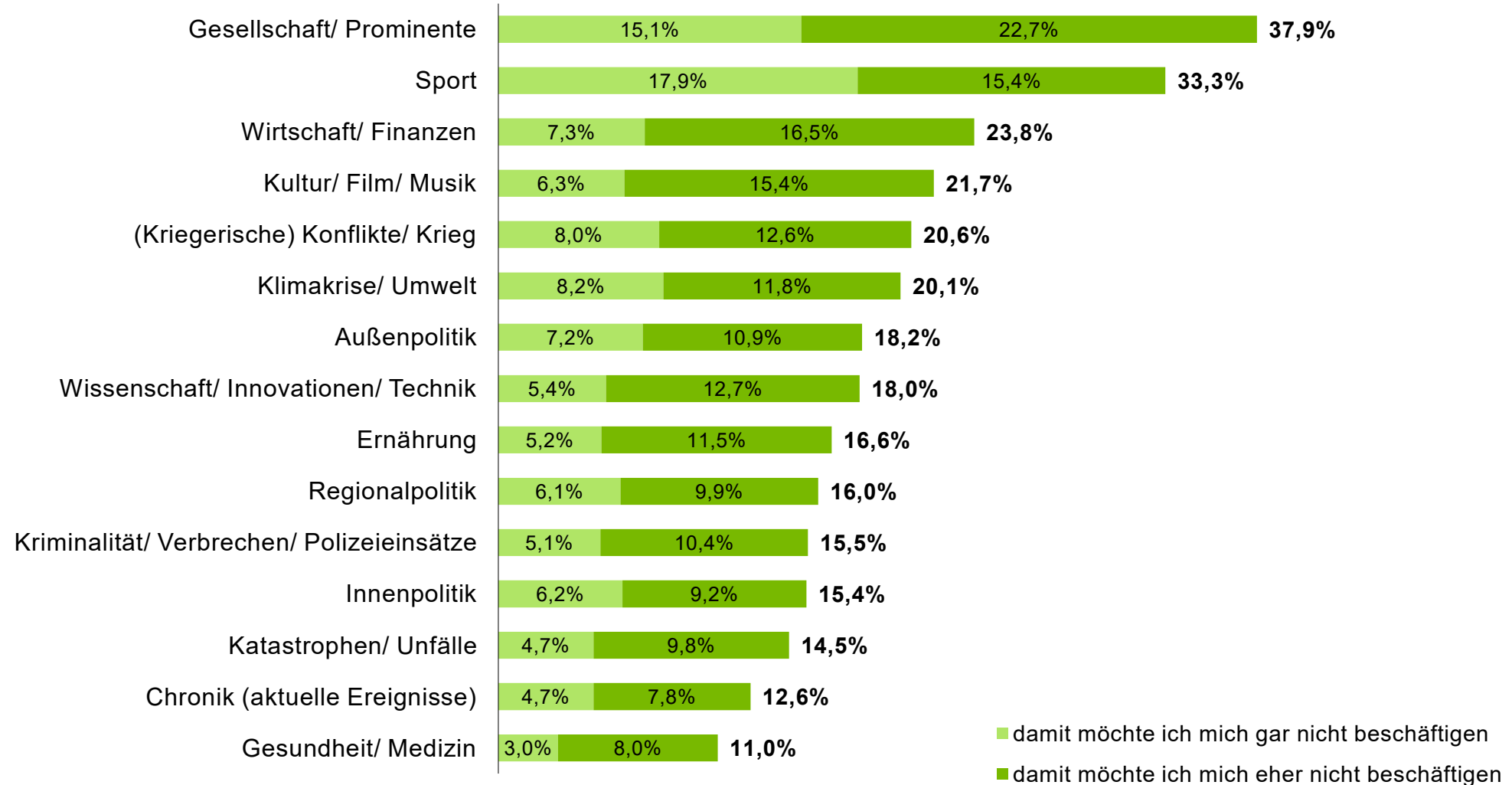
Welchem Nachrichten-Typ würden Sie sich ganz generell am ehesten zuordnen? || n=3.000

Bevorzugte Nachrichten-Themen

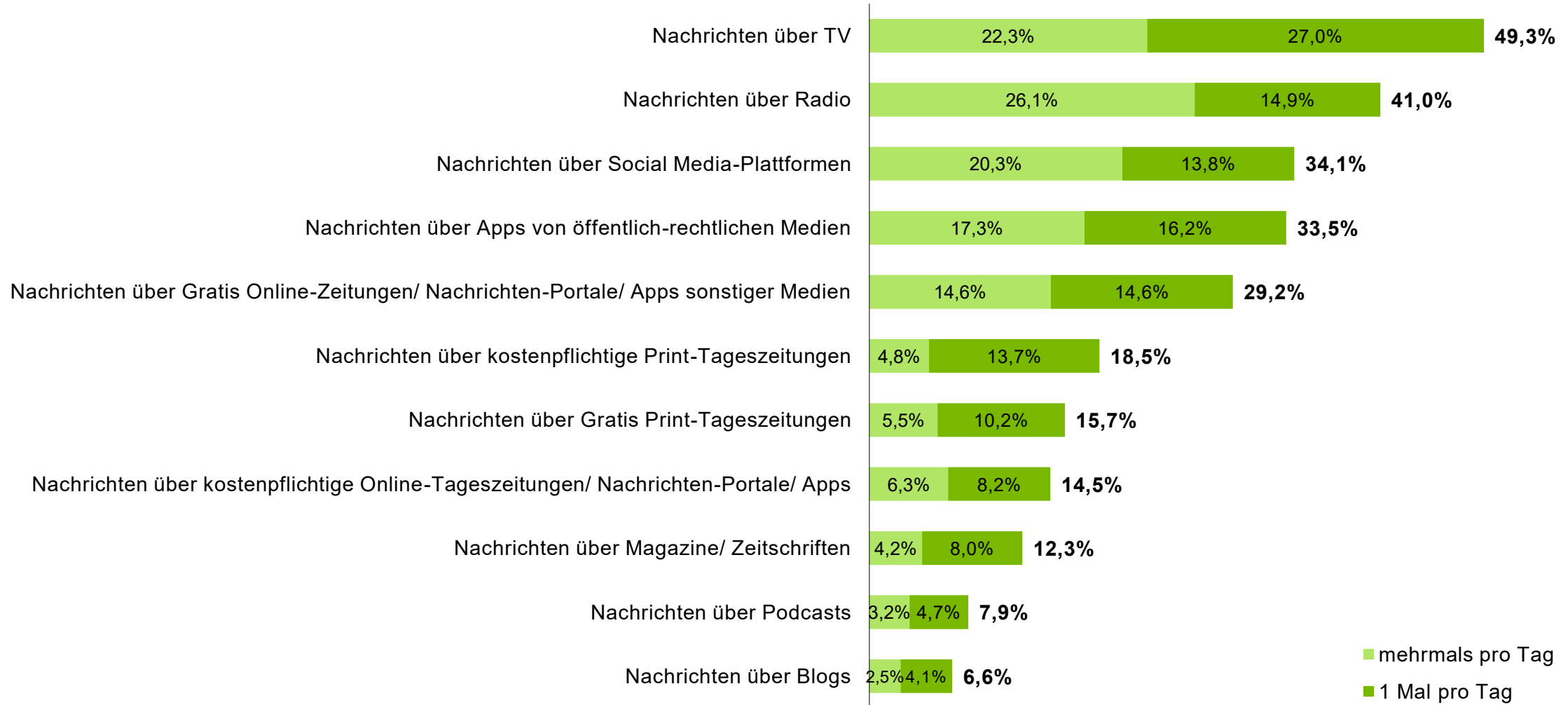


Welche Nachrichten-Themen konsumieren Sie besonders häufig, mit welchen beschäftigen Sie sich eher weniger? || n=3.000 || Konsumieren zumindest oft

Unbeliebte Nachrichten-Themen

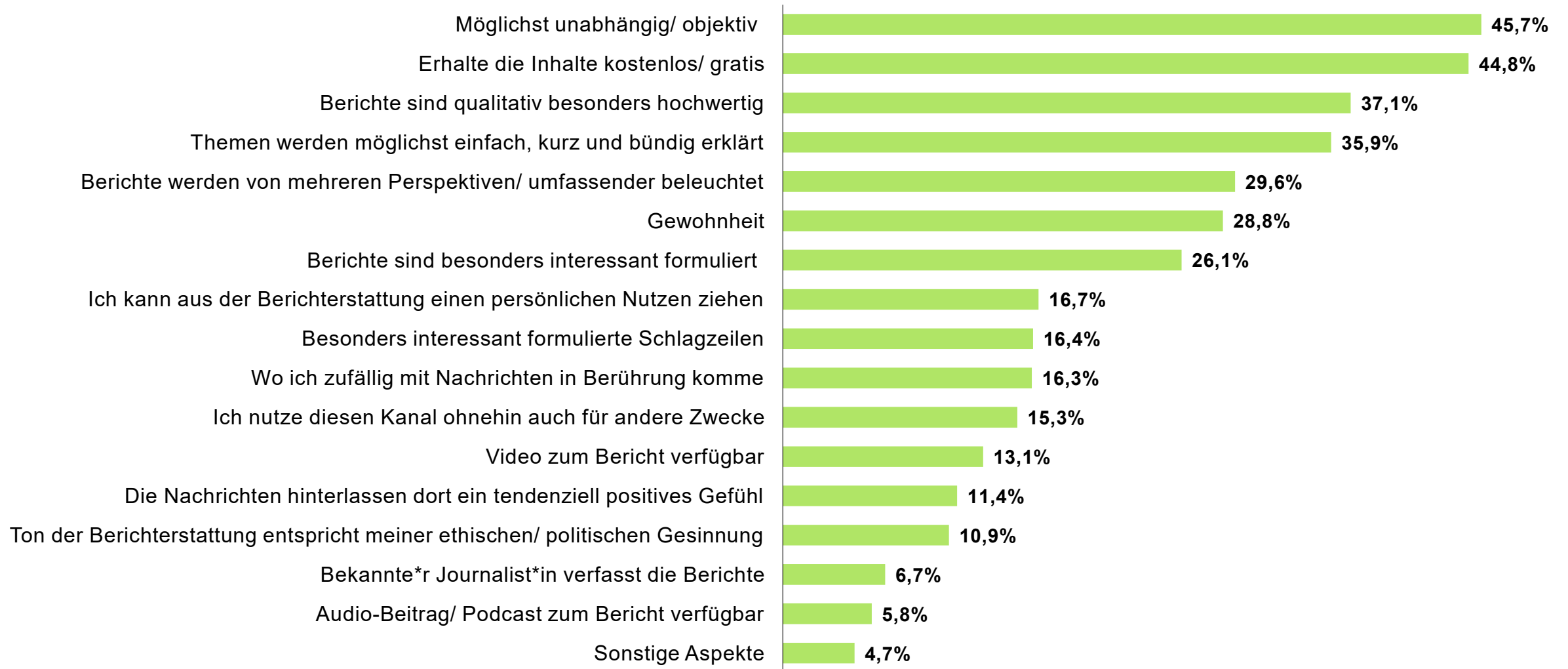


Nutzung verschiedener Nachrichtenkanäle

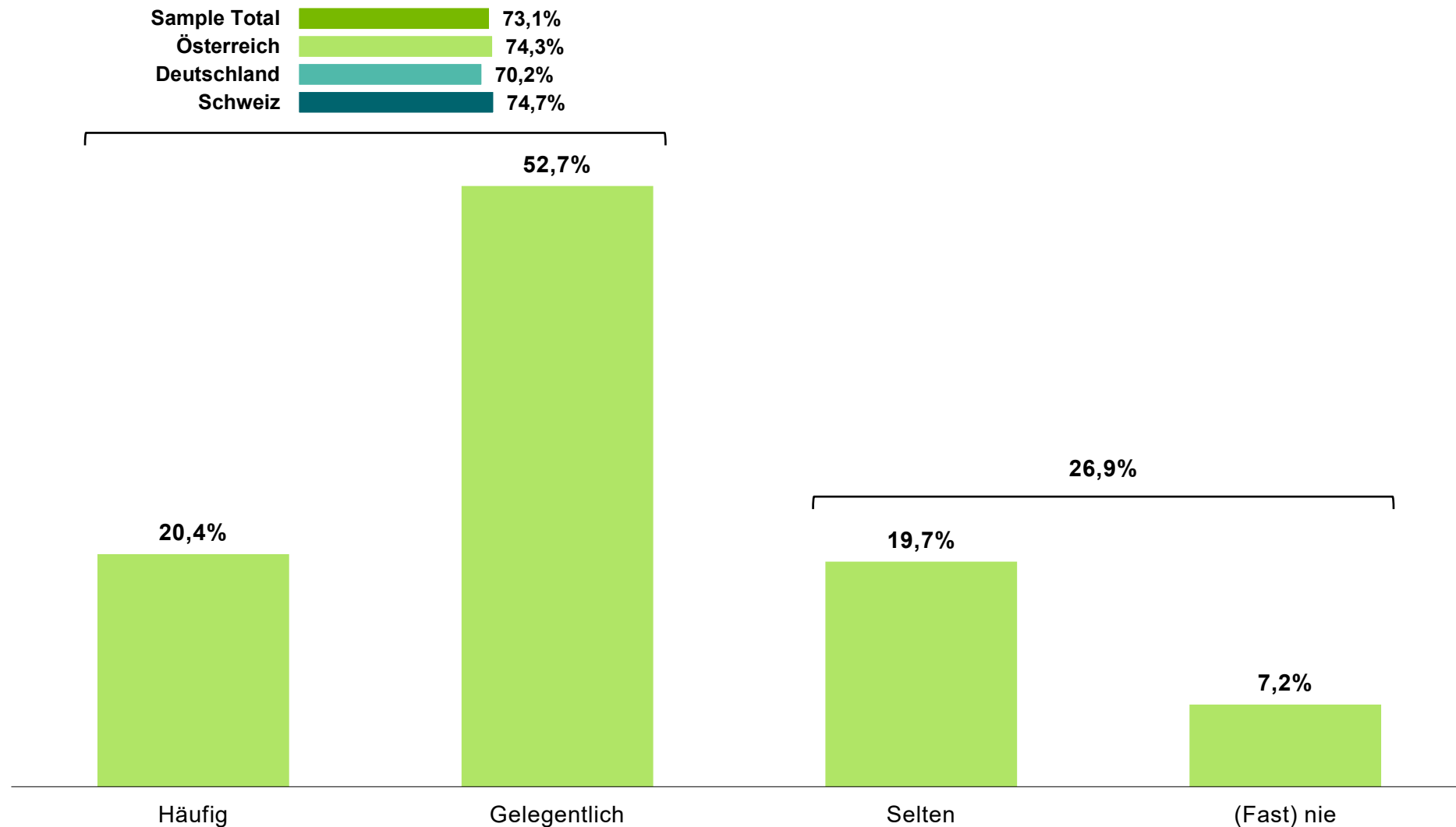


Wie oft konsumieren Sie aktuelle Nachrichten, egal aus welchem Bereich [...], über die folgenden Kanäle? [...] || n=3.000 || Zumindest 1 Mal pro Tag

Kriterien für die Wahl von Nachrichtenquellen

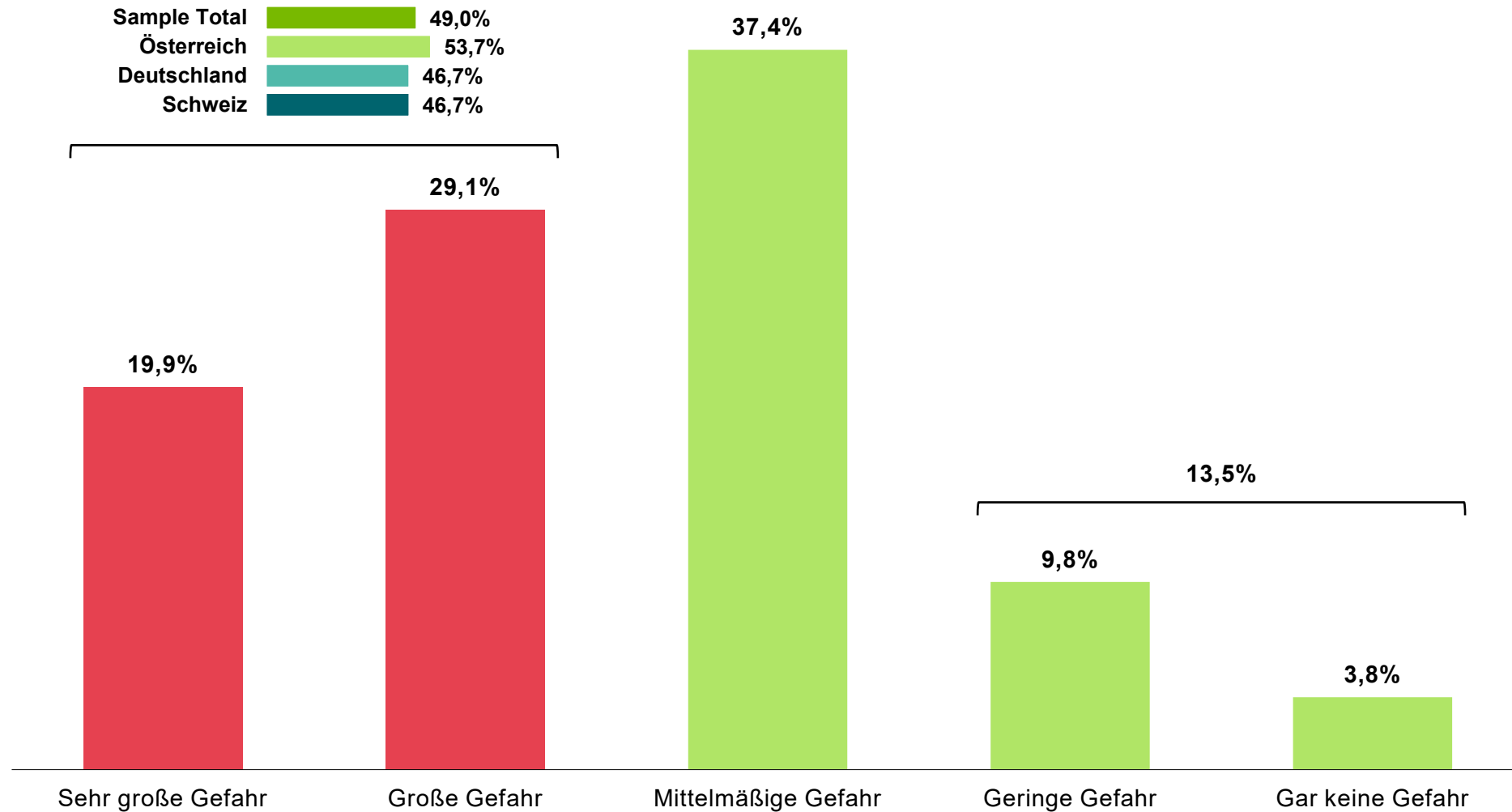


Nutzung mehrerer Quellen zur Vertiefung



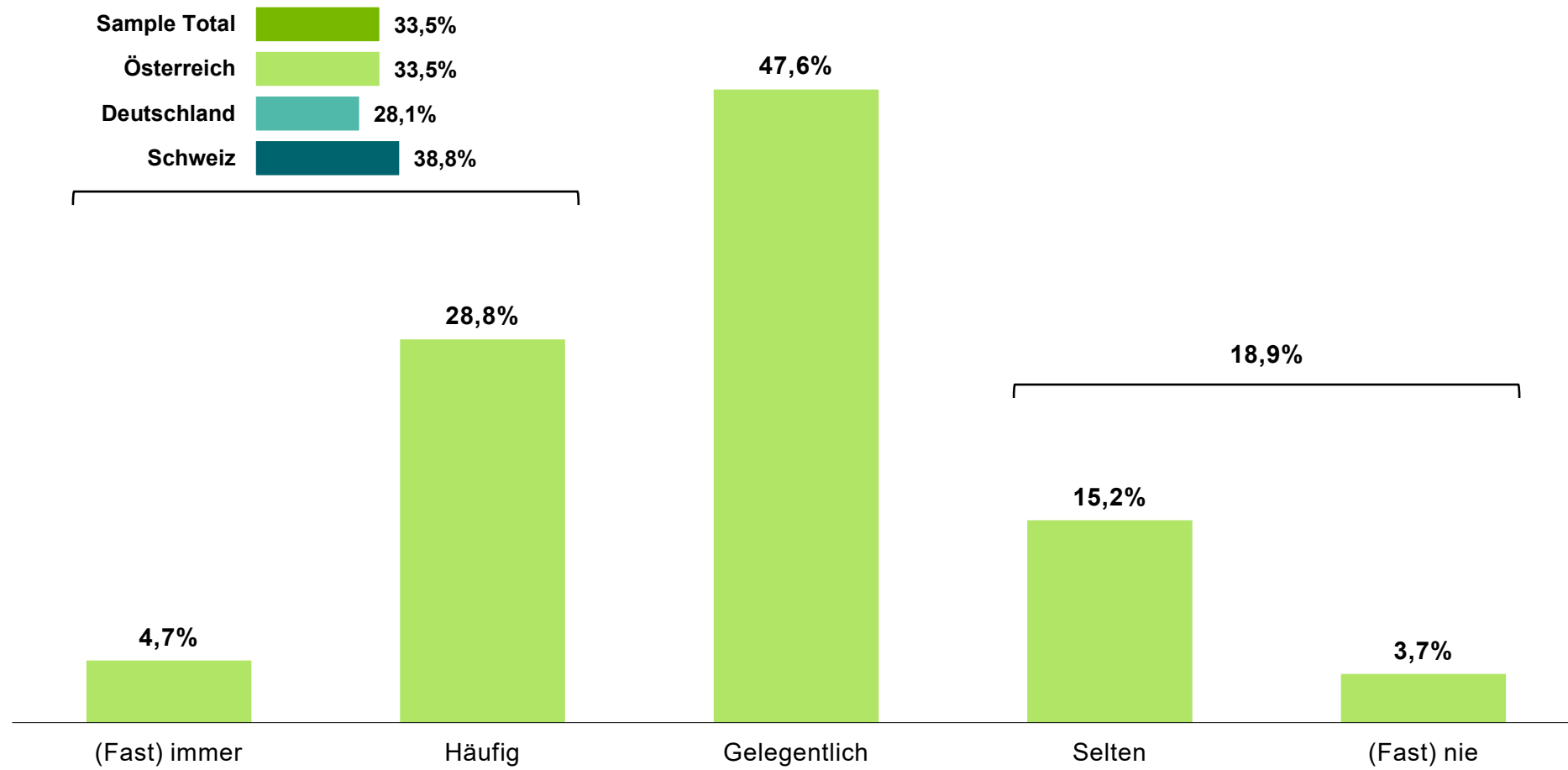
Wie oft kommt es vor, dass Sie zu einem bestimmten Thema/ Bericht bewusst mehrere verschiedene Kanäle/ Medien nutzen, um sich darüber noch umfassender zu informieren oder das Thema von verschiedenen Seiten beleuchtet zu haben? || Basis: Konsumieren Nachrichten || n=2.973

Wahrgenommene Gefahr durch eingeschränkte Medienvielfalt



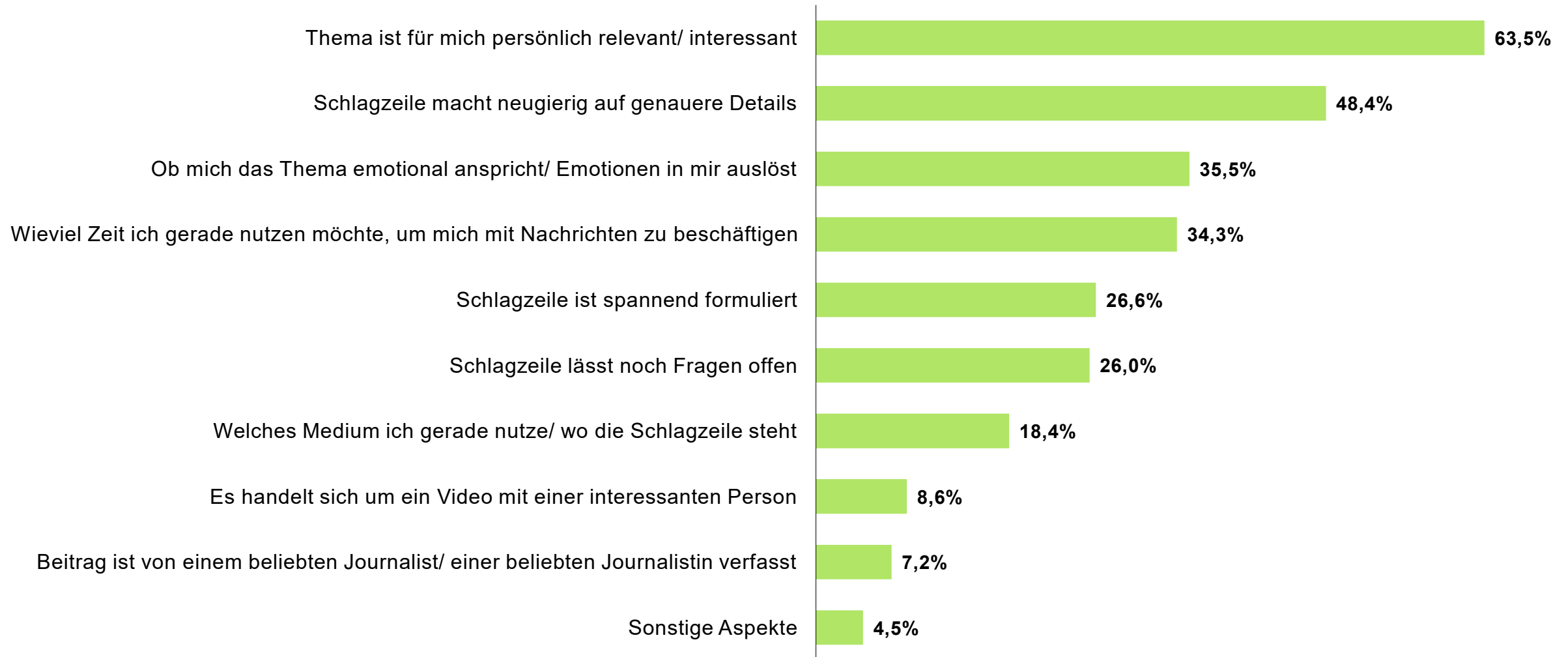
Inwieweit sehen Sie ganz generell eine eingeschränkte Medienvielfalt, d.h. ein eingeschränktes Angebot an unterschiedlichen Nachrichten-Kanälen [...] als eine Gefahr für unsere Gesellschaft? || n=3.000 || MW 2,5 (Skala von "1 = Sehr große Gefahr" bis "5 = Gar keine Gefahr")

Reiner Schlagzeilen-Konsum



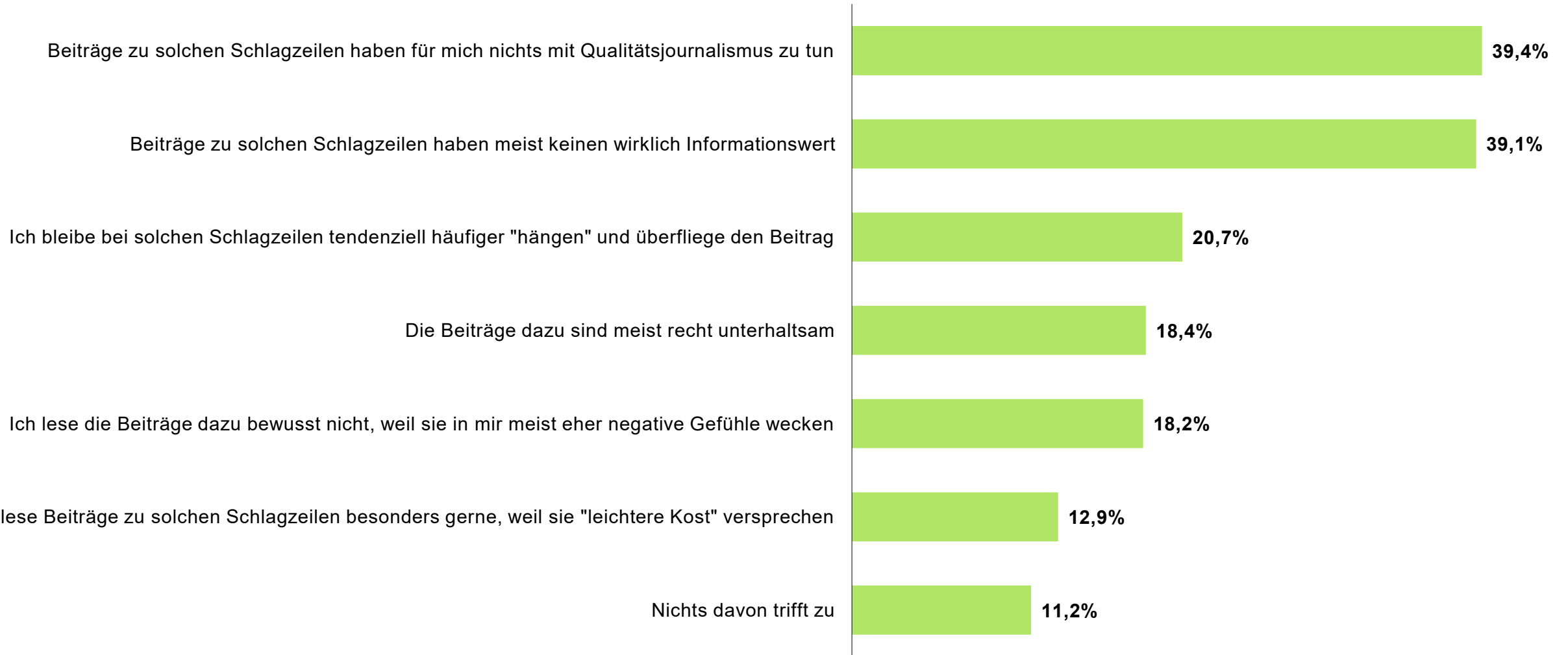
Wie oft kommt es vor, dass Sie von Nachrichten nur die Schlagzeile, d.h. die Überschrift des Beitrags lesen, und nicht auch den ganzen Artikel dazu? ||
Basis: Konsumieren Nachrichten || n=2.973

Einflussfaktoren für intensivere Beschäftigung mit Nachrichten



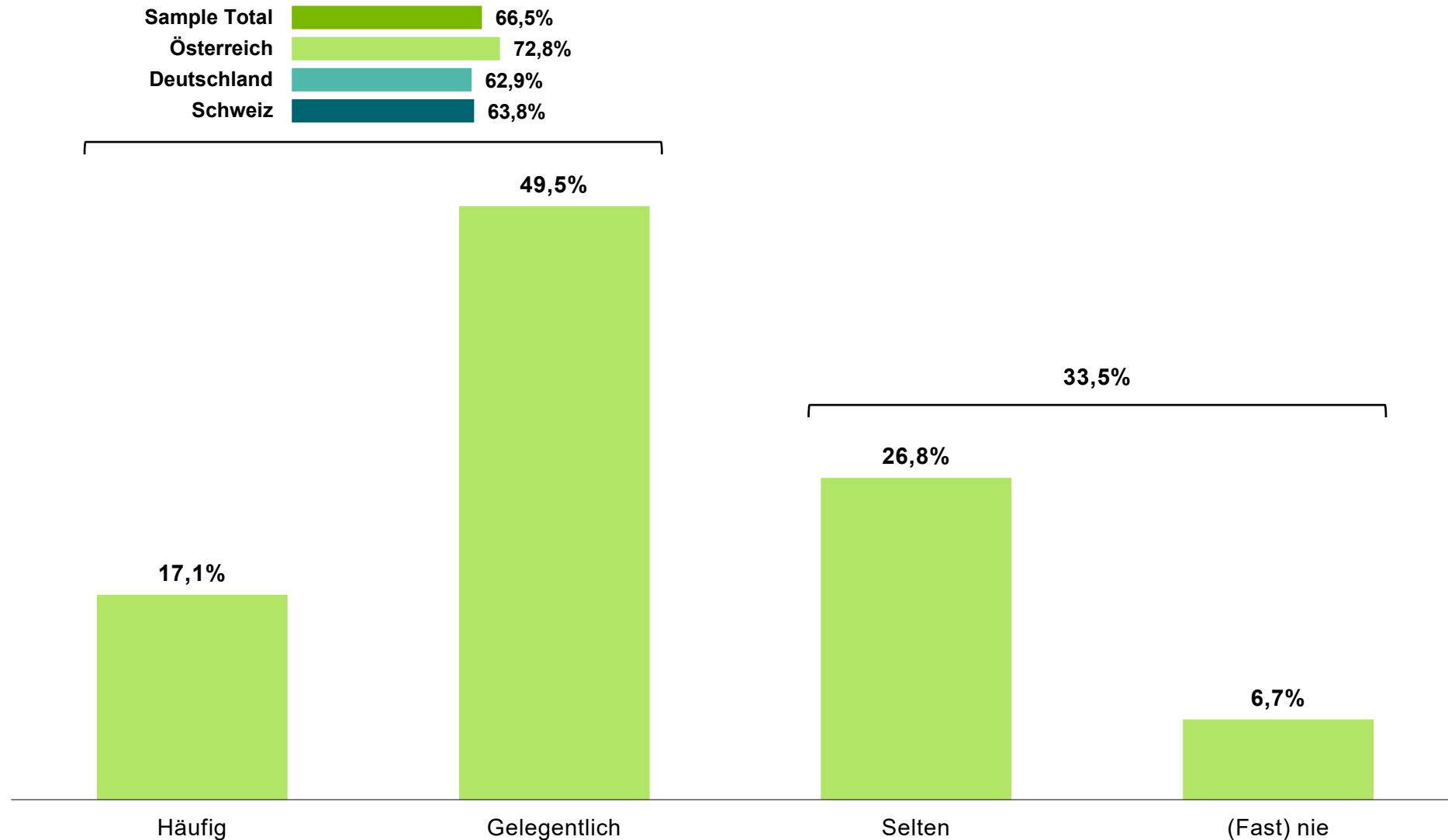
Wenn Sie die Schlagzeile eines Beitrags lesen, welche Aspekte sind normalerweise ausschlaggebend dafür, dass Sie sich mit bestimmten Nachrichtenbeiträgen/-artikeln länger beschäftigen als mit anderen bzw. diese lesen/ ansehen und nicht ignorieren? || Basis: Konsumieren Nachrichten || n=2.973 || Mehrfach-Nennung möglich

Wirkung reißerischer Schlagzeilen



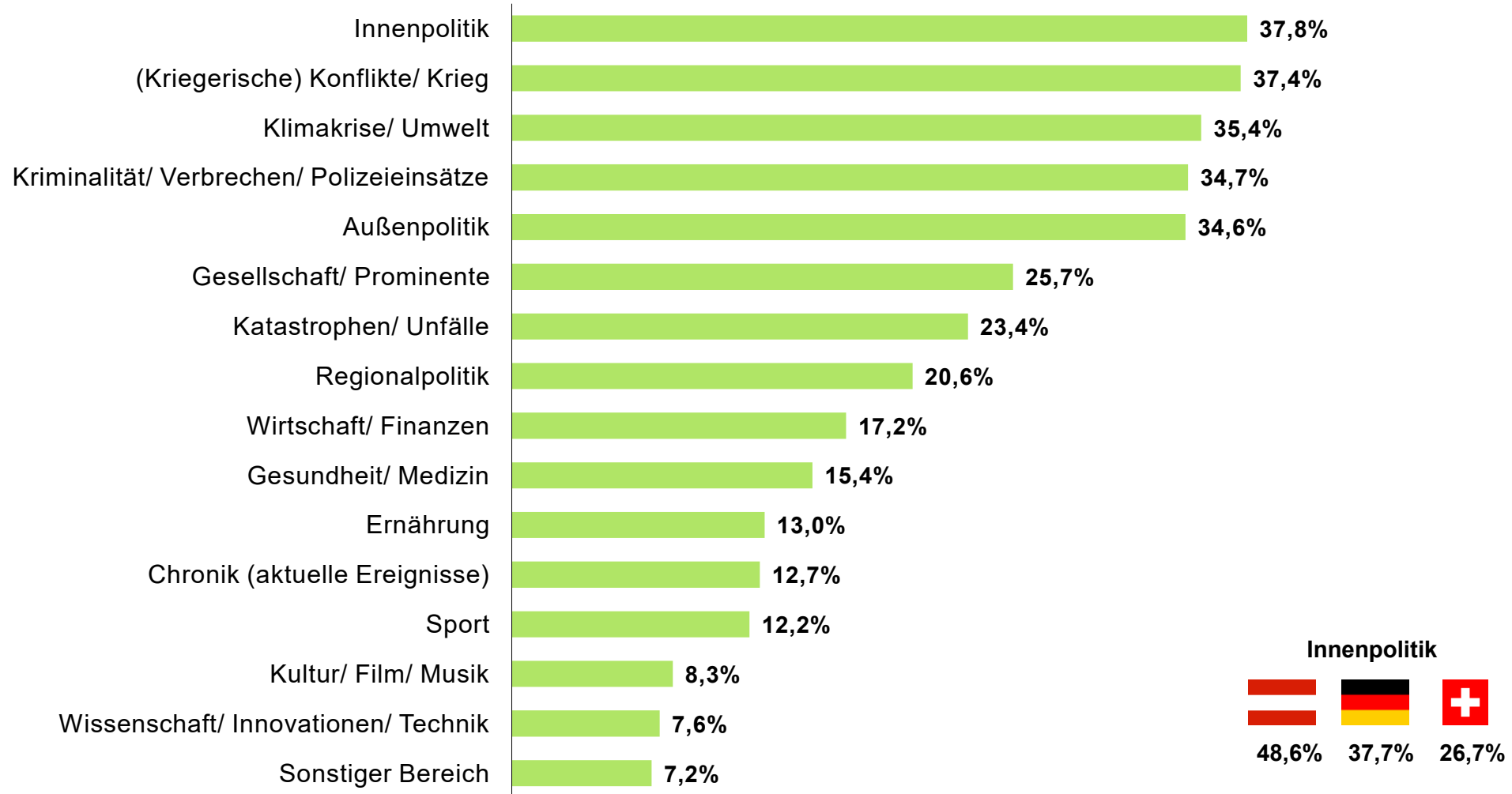
Bitte denken Sie an Schlagzeilen, die besonders "reißerisch", d.h. provokativ/ auffällig formuliert sind. Welche der folgenden Aussagen treffen zu? ||
Basis: Konsumieren Nachrichten || n=2.973 || Mehrfach-Nennung möglich

Ärger über Nachrichtenberichterstattung



Wie häufig ärgern Sie sich über die Berichterstattung zu einem bestimmten Thema bzw. empfinden diese als unangemessen? || Basis: Konsumieren Nachrichten || n=2.973

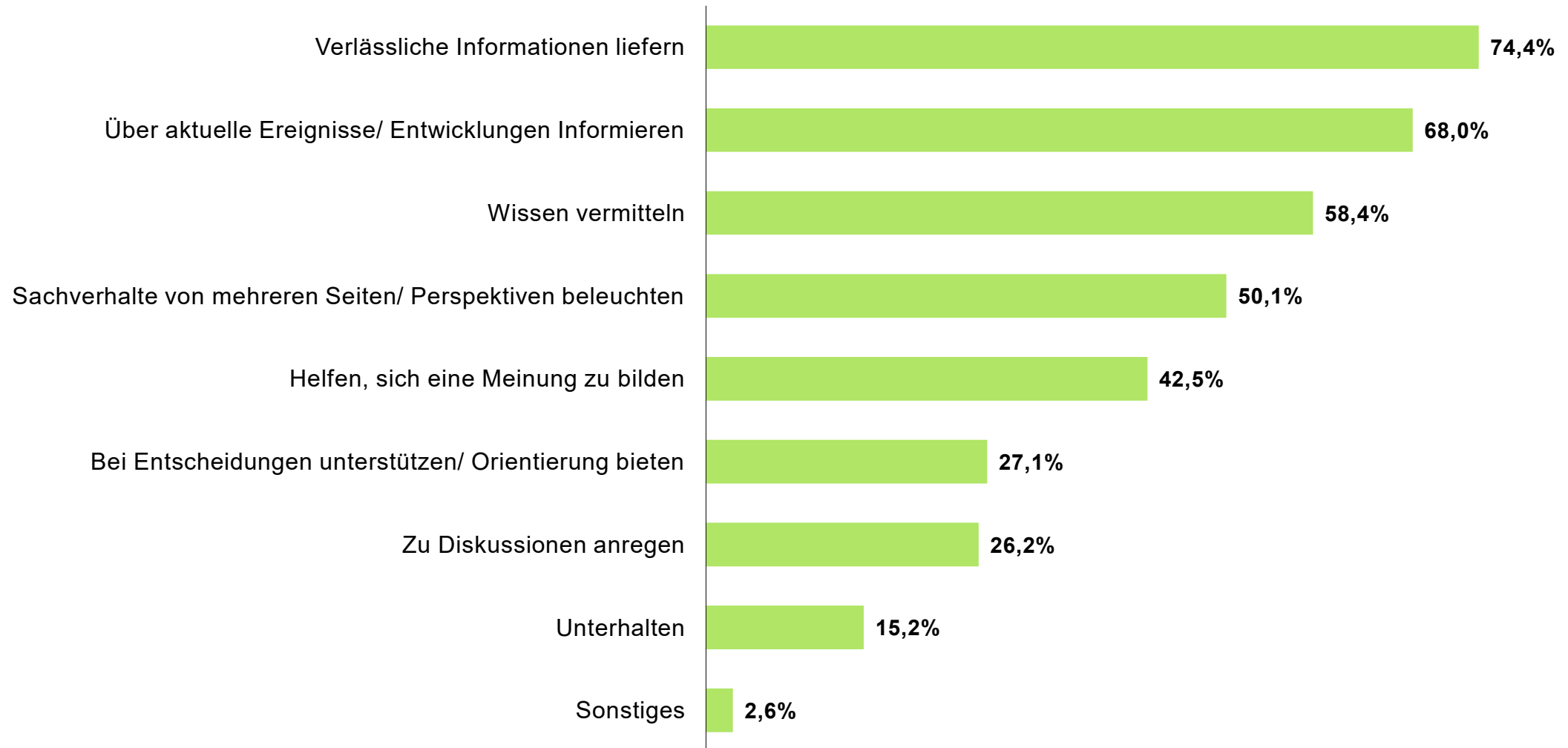
Bereiche mit größter Unzufriedenheit bei der Berichterstattung



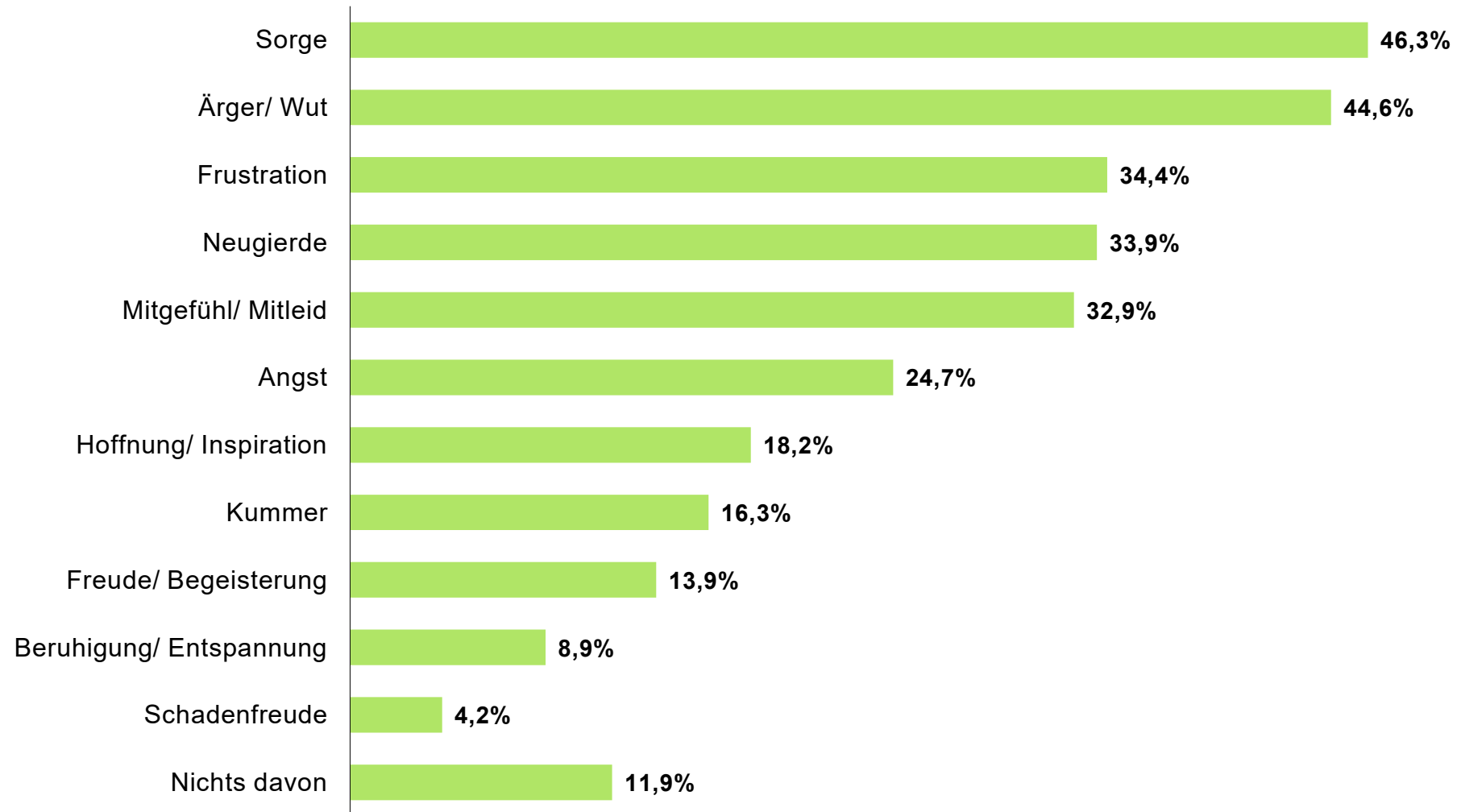
In welchen Bereichen kommt es besonders häufig vor, dass Sie sich über die Berichterstattung ärgern bzw. diese als unangemessen empfinden? ||

Basis: Ärgern sich fallweise über die Berichterstattung || n=2.774 || Mehrfach-Nennung möglich

Zentrale Aufgaben von Nachrichtenmedien

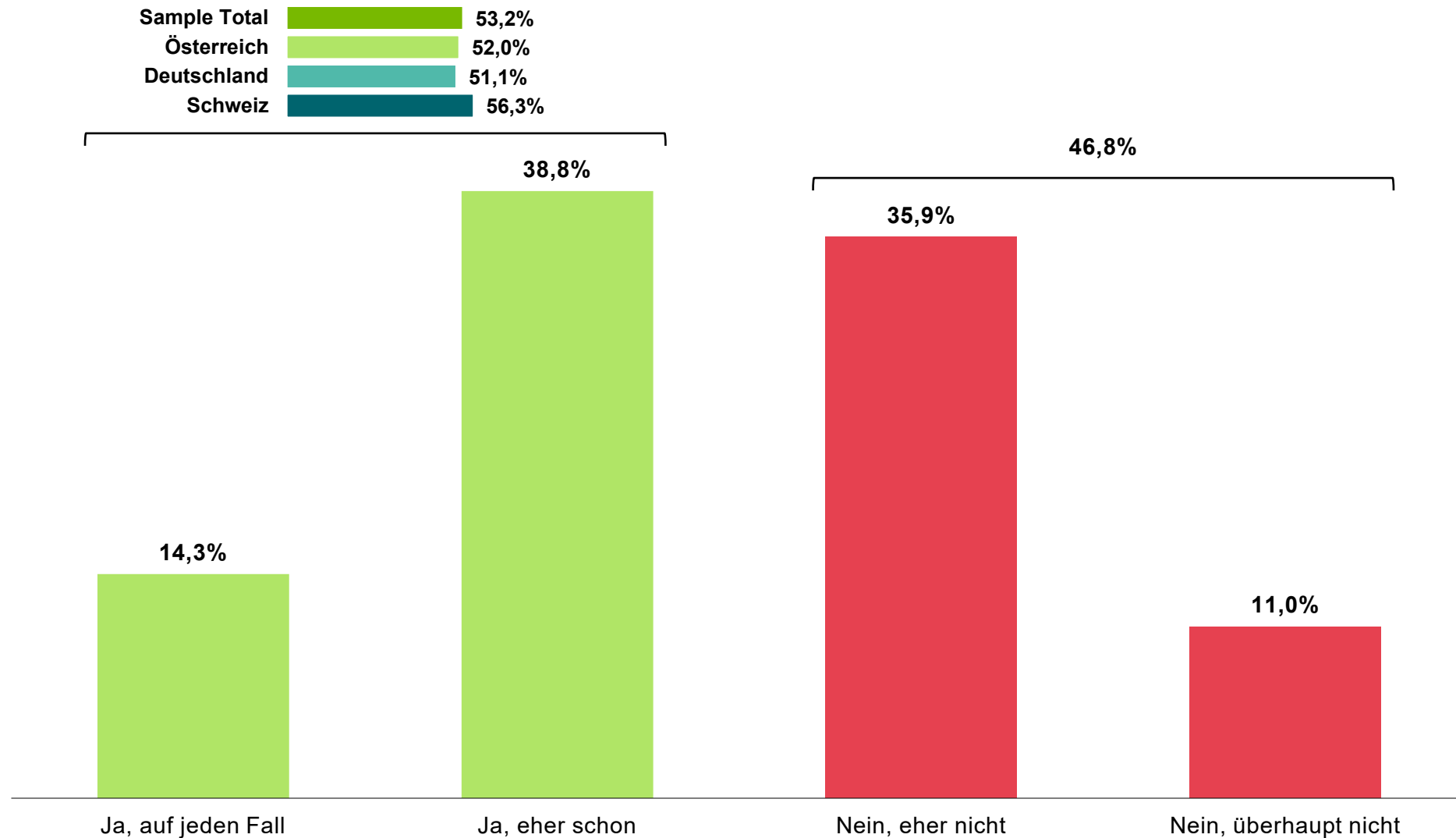


Emotionale Reaktionen auf Nachrichten



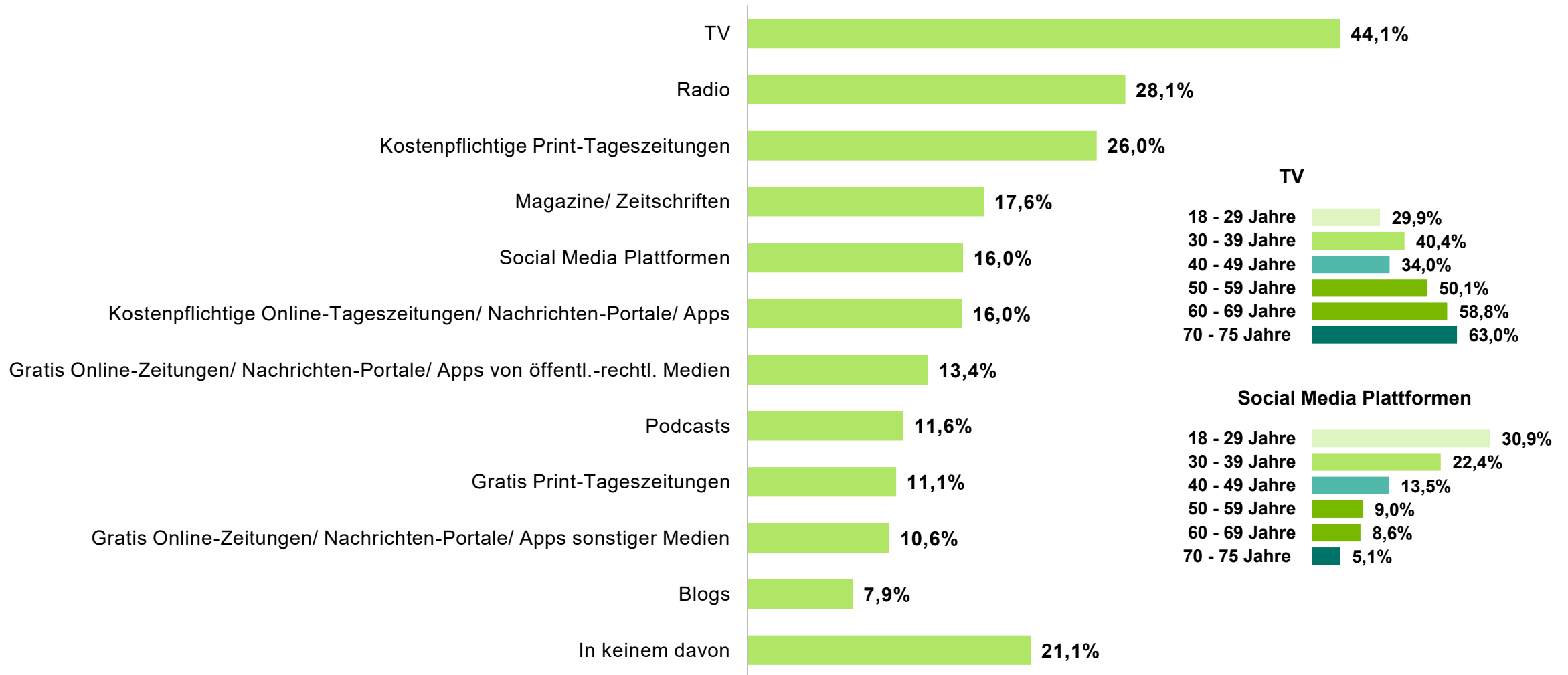
Welche Emotionen lösen Nachrichten bei Ihnen besonders häufig aus? || n=3.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Überforderung durch Nachrichtenflut



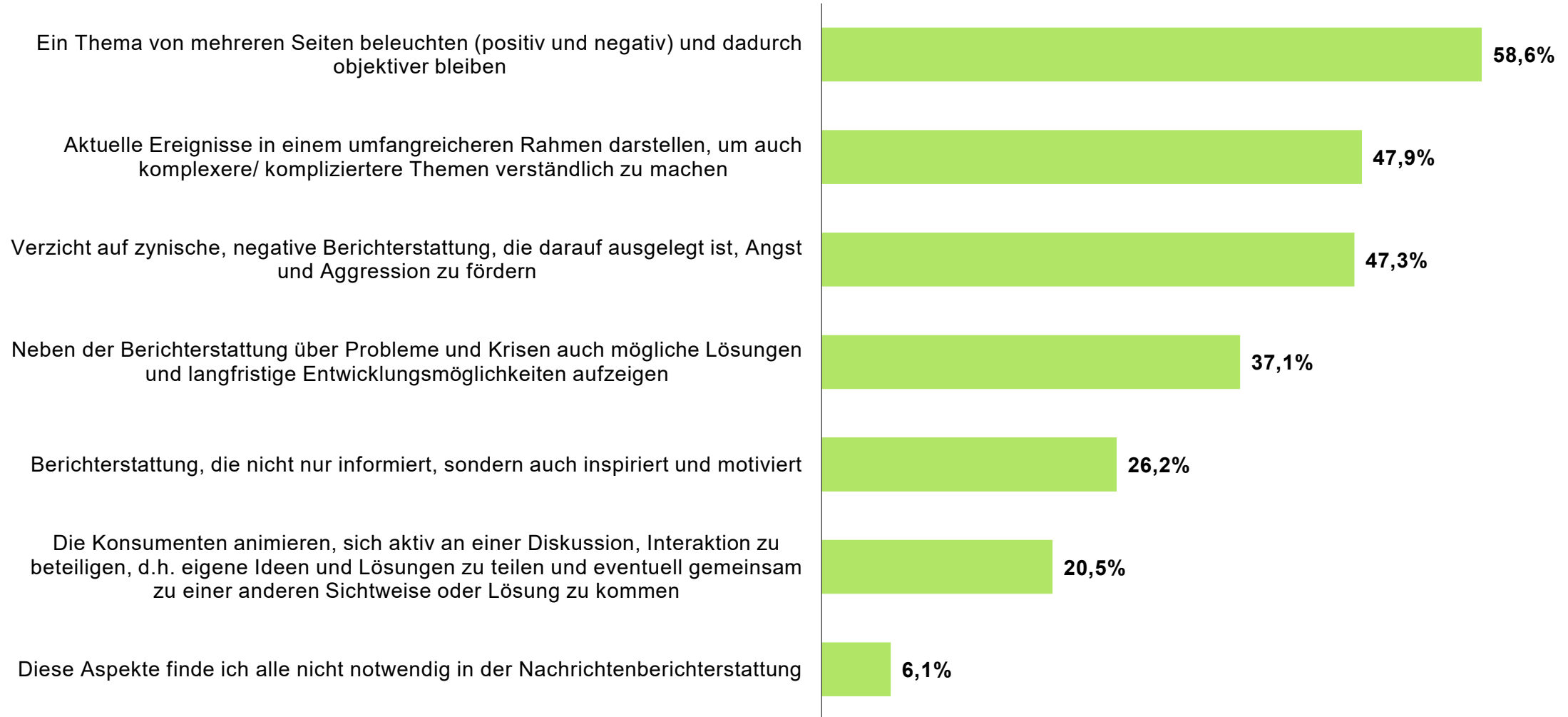
Fühlen Sie sich manchmal von der Menge an neuen Nachrichten erschöpft/ überfordert? || n=3.000 || MW 2,4 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, überhaupt nicht")

Medien mit besonders konstruktivem Journalismus

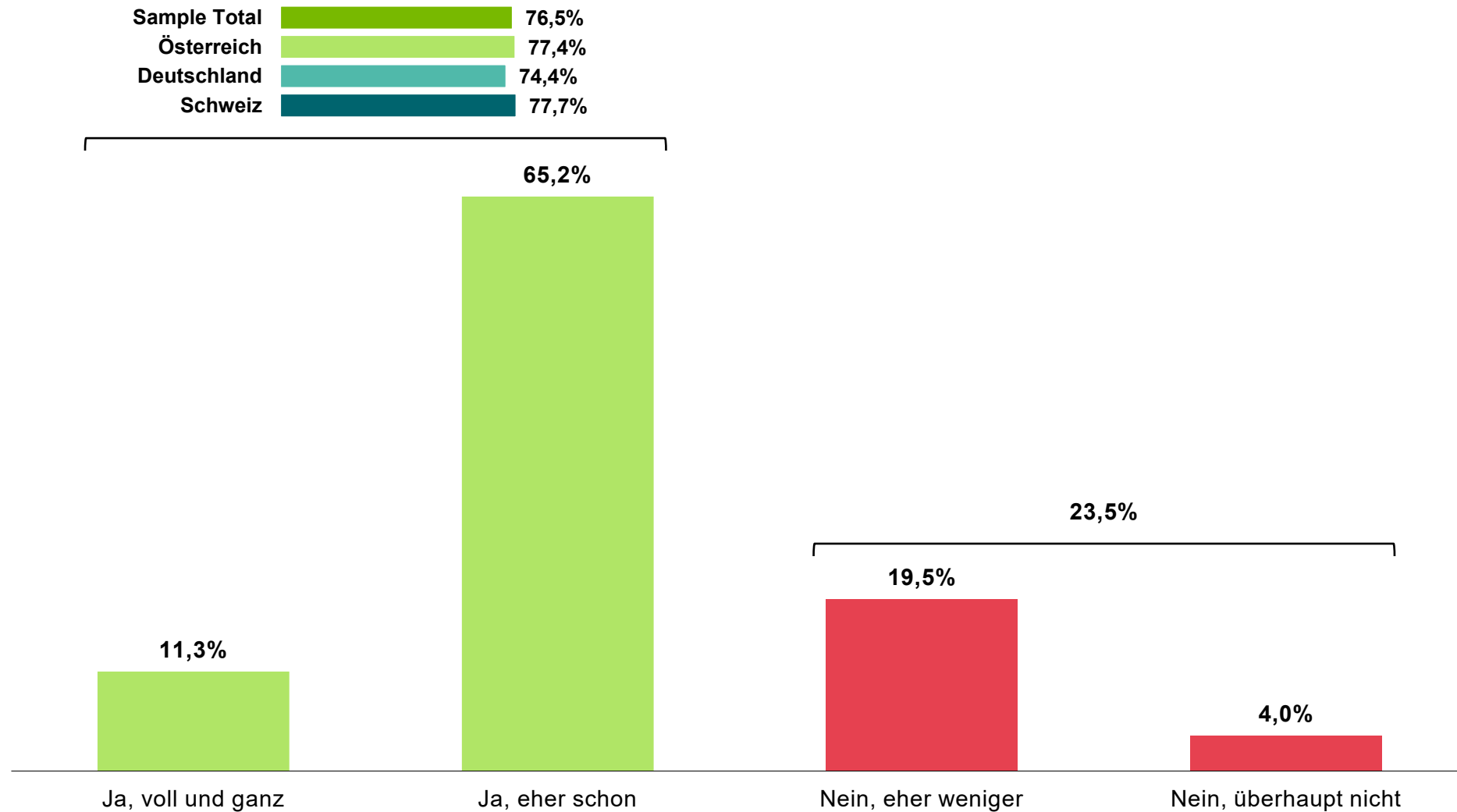


In welchen Medien ist Journalismus aus Ihrer Sicht besonders konstruktiv, d.h. zielt über Probleme hinaus auch darauf ab, Lösungen und positive Entwicklungen zu beleuchten? || n=3.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Wichtige Aspekte für lösungsorientierte Berichterstattung

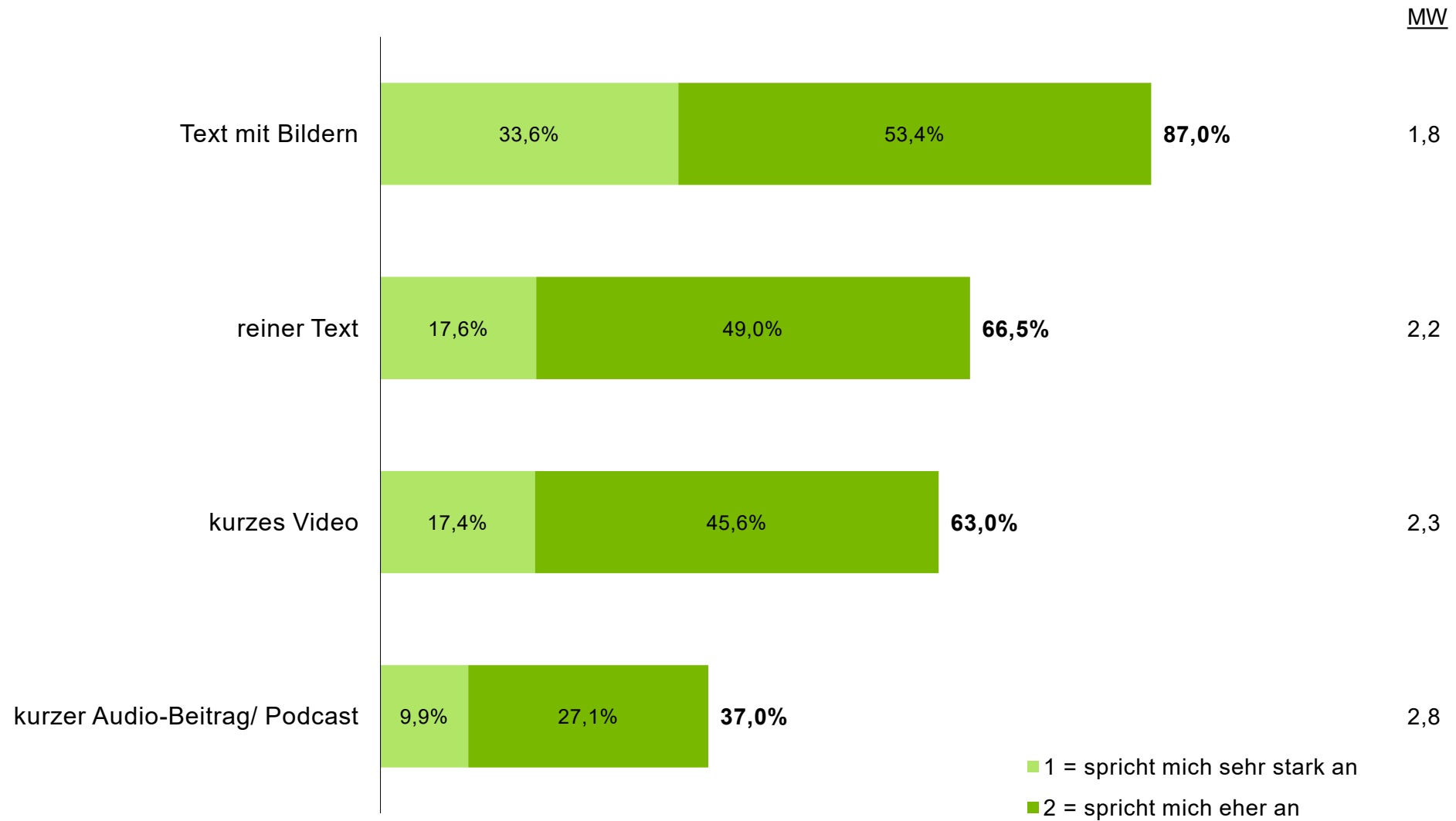


Zeitgemäßheit der aktuellen Nachrichtenberichterstattung

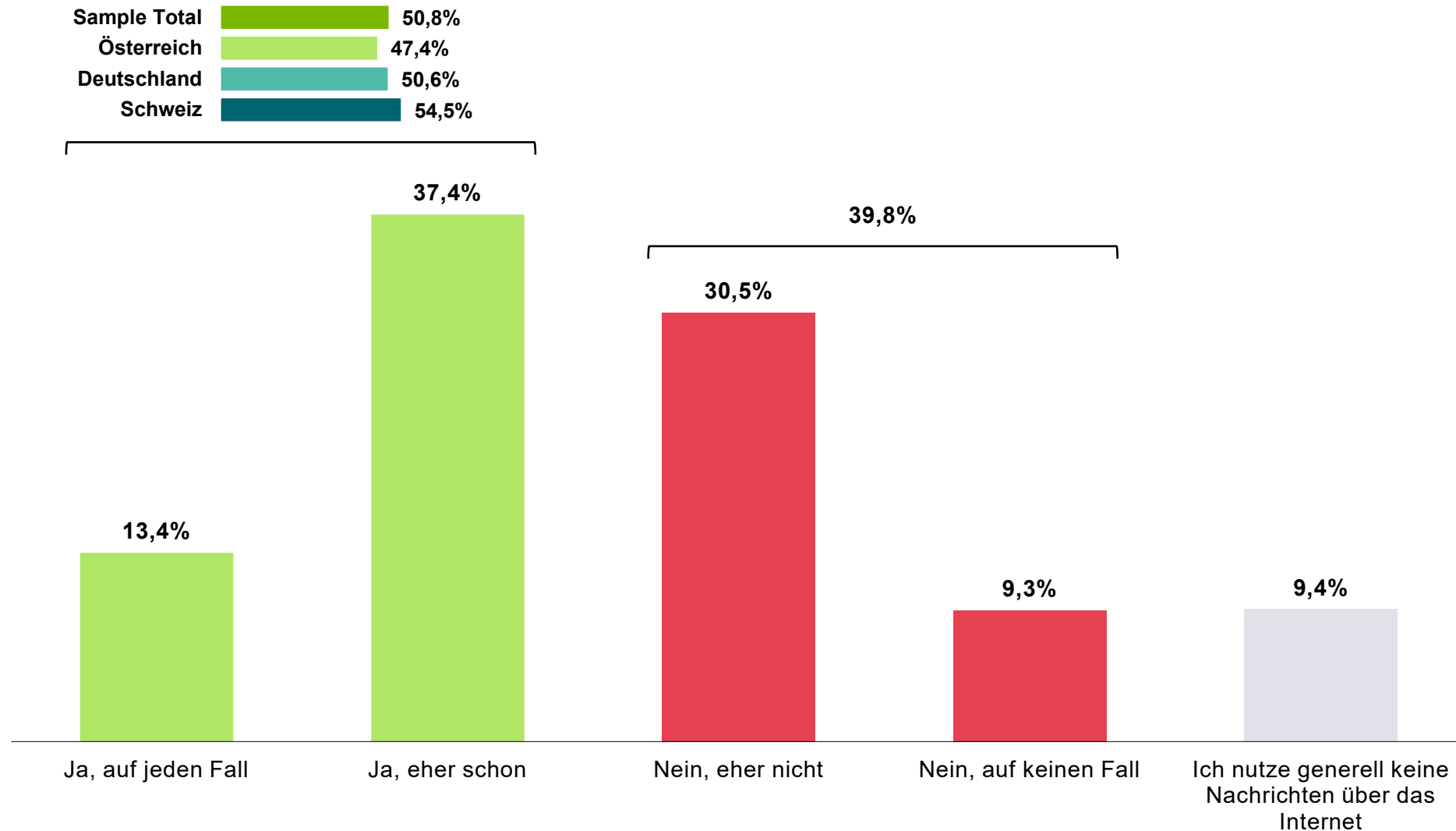


Empfinden Sie die Art der Nachrichtenberichterstattung über die verschiedenen Medien heutzutage im Allgemeinen als zeitgemäß, d.h. wie diese dargestellt/ formuliert/ präsentiert werden? || n=3.000 || MW 2,2 (Skala von "1 = Ja, voll und ganz" bis "4 = Nein, überhaupt nicht")

Präferierte Nachrichtenformate

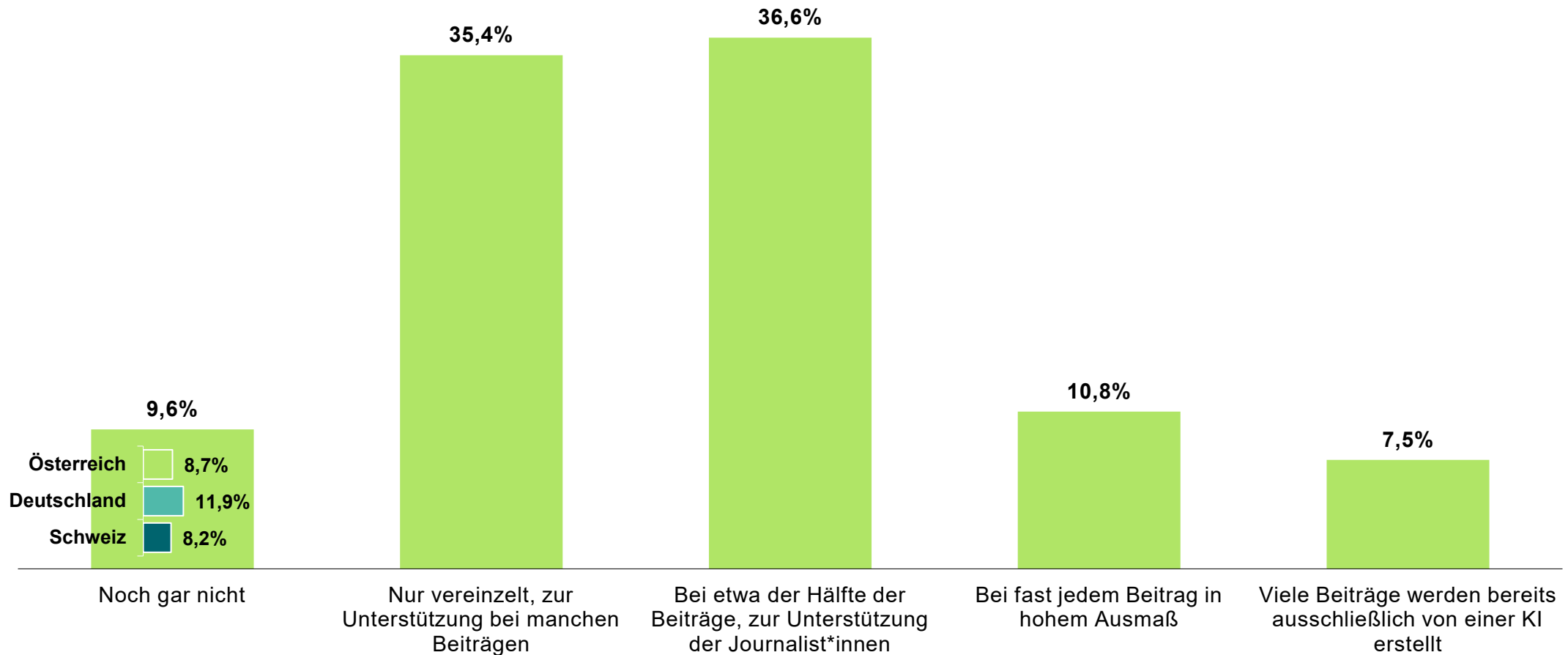


Wunsch nach personalisierbaren Nachrichteninhalten



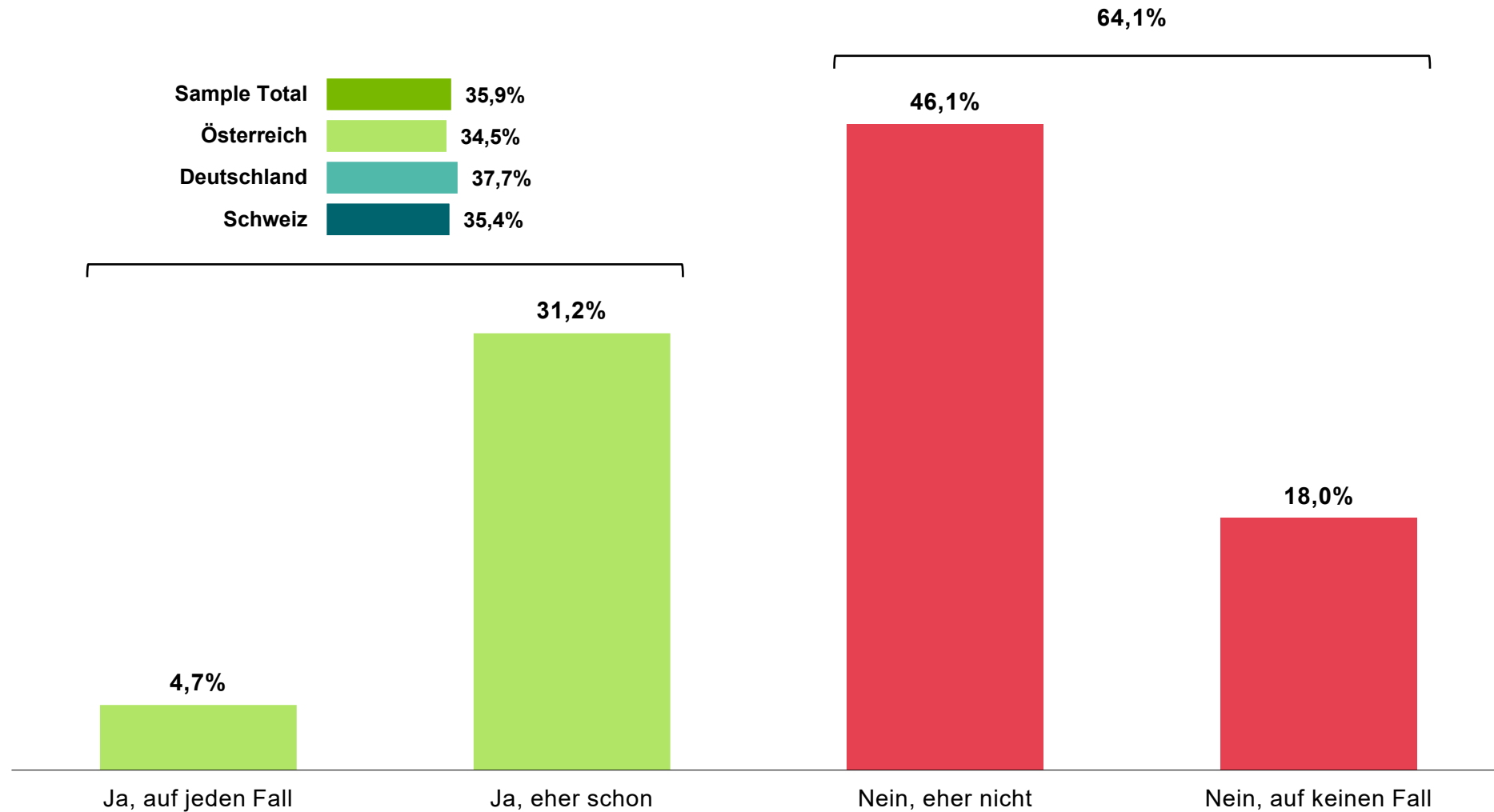
Wenn Sie an Nachrichten denken, die Sie über das Internet konsumieren können, [...] würden Sie gerne einstellen können, dass Sie nur Nachrichten aus bestimmten Ressorts/ Bereichen angezeigt bekommen [...], und aus anderen Bereichen gar keine mehr? || n=3.000 || MW 2,6 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

Wahrgenommener Einsatz von KI im Journalismus



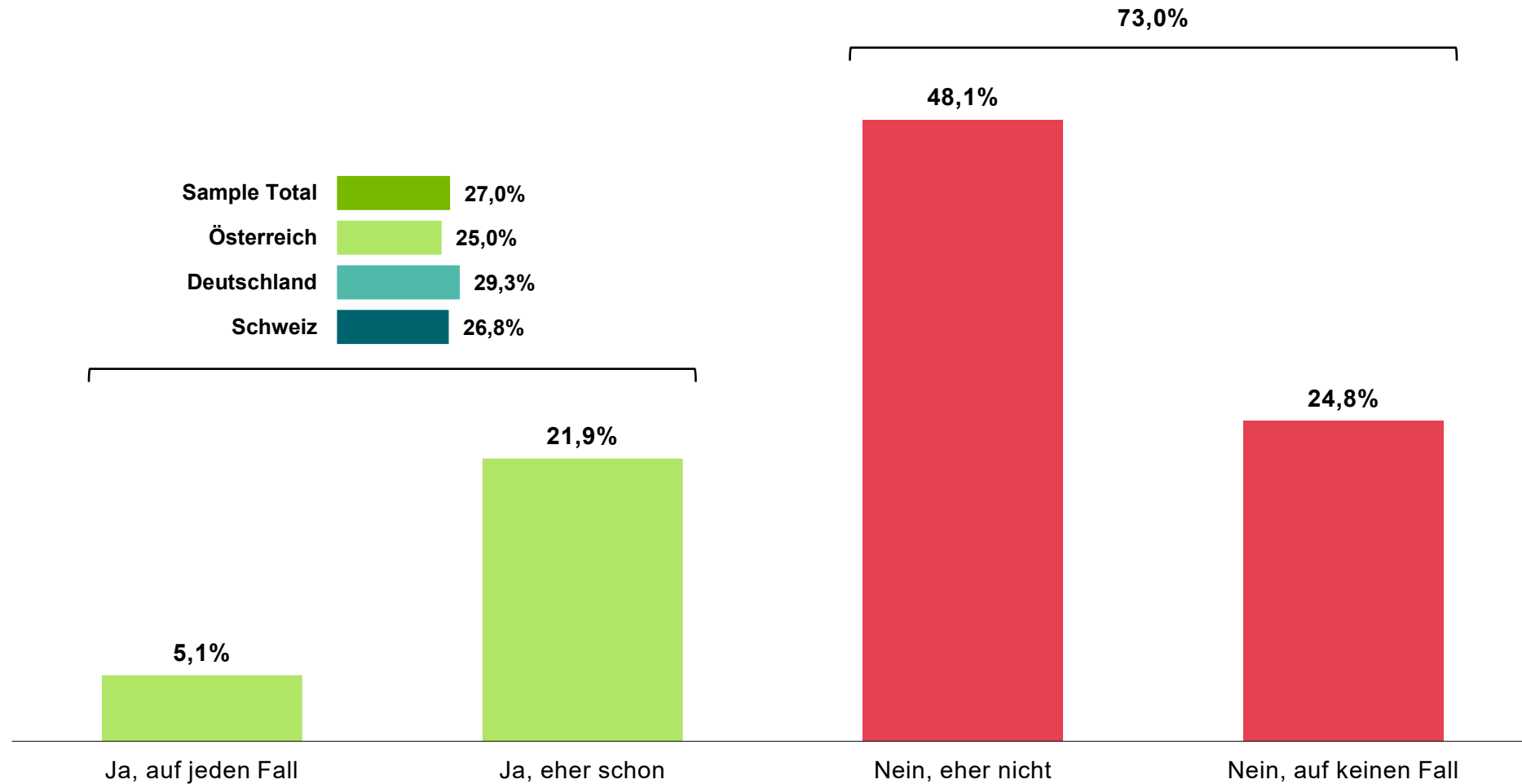
Bitte denken Sie nun an die Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) im Journalismus. In welchem Ausmaß wird Ihrer Meinung nach KI im Journalismus heutzutage eingesetzt? || n=3.000

Wahrgenommene Konstruktivität von KI-generierten Nachrichten



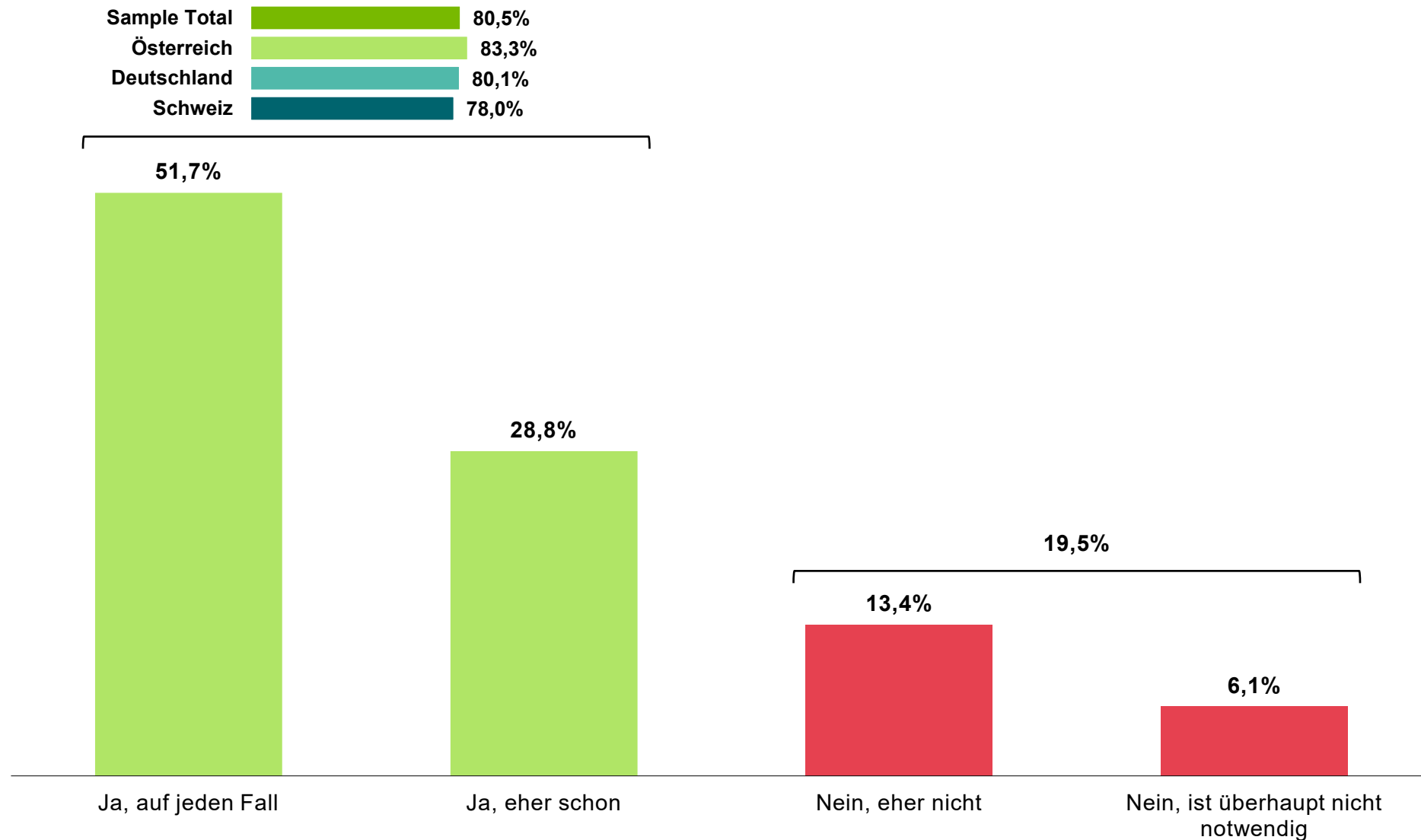
Denken Sie, dass Nachrichtenbeiträge, die unter Zuhilfenahme einer KI erstellt werden, konstruktiver sind, d.h. sie zielen über Probleme hinaus auch stärker darauf ab, Lösungen und positive Entwicklungen zu beleuchten? || n=3.000 || MW 2,8 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

Wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit von KI-generierten Nachrichten



Denken Sie, dass Nachrichtenbeiträge, die unter Zuhilfenahme einer KI erstellt werden, vertrauenswürdiger sind, d.h. dass es sich deutlich seltener um Fake News handelt? ||
n=3.000 || MW 2,9 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, auf keinen Fall")

Wunsch nach Kennzeichnung von KI-generierten Nachrichten



Würden Sie sich eine Kennzeichnung von Nachrichtenbeiträgen wünschen, die unter Zuhilfenahme einer KI erstellt wurden? || n=3.000 ||
MW 1,7 (Skala von "1 = Ja, auf jeden Fall" bis "4 = Nein, ist überhaupt nicht notwendig")

Part IV

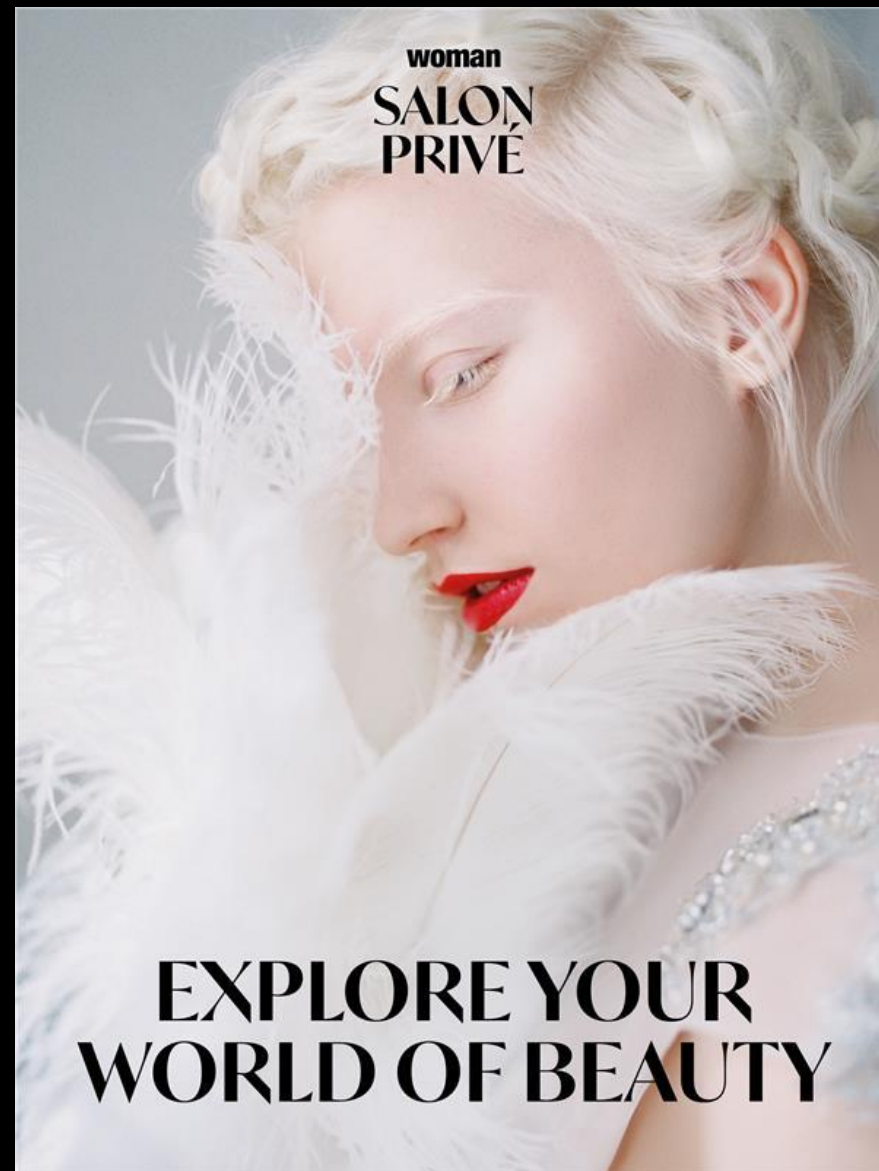
WOMAN Beauty-Report 2025



Michaela Strachwitz & Tommy Schwabl

woman

marketagent.

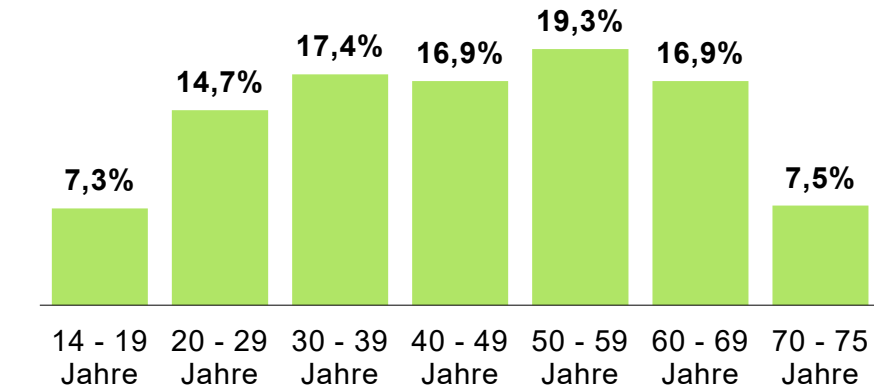




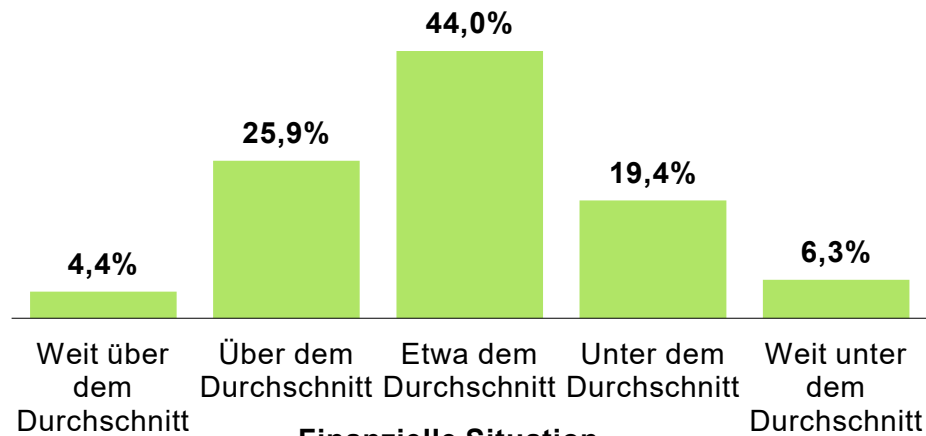
Umfrage-Basics | Studien-Steckbrief

Auftraggeber	Eigenstudie in Kooperation mit WOMAN
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 1.000 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Frauen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	11.08.2025 - 20.08.2025
Studienumfang	37 Fragen
Mobile Teilnahme	68,3%

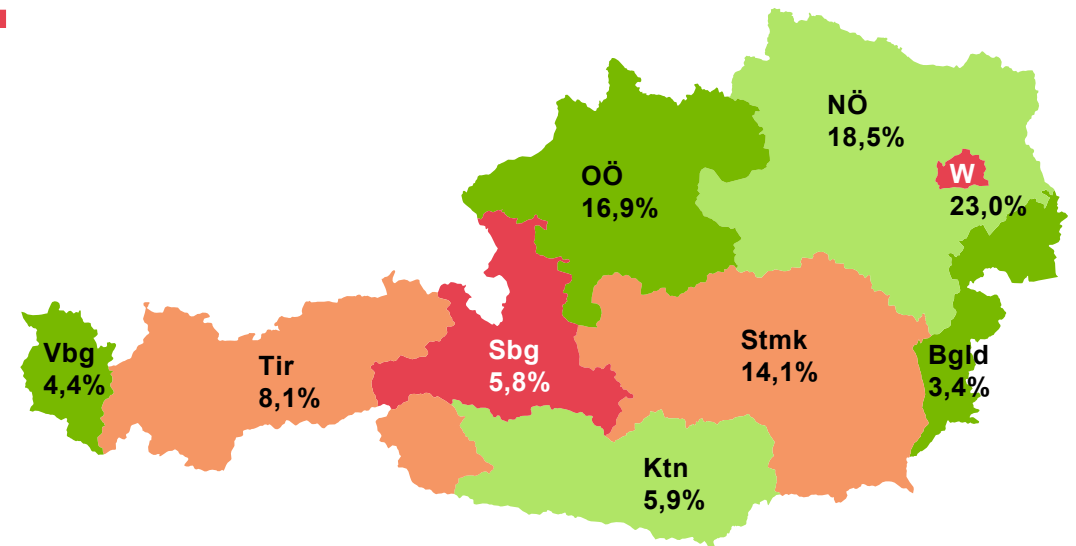
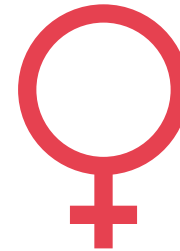
Zusammensetzung des Samples | n = 1.000



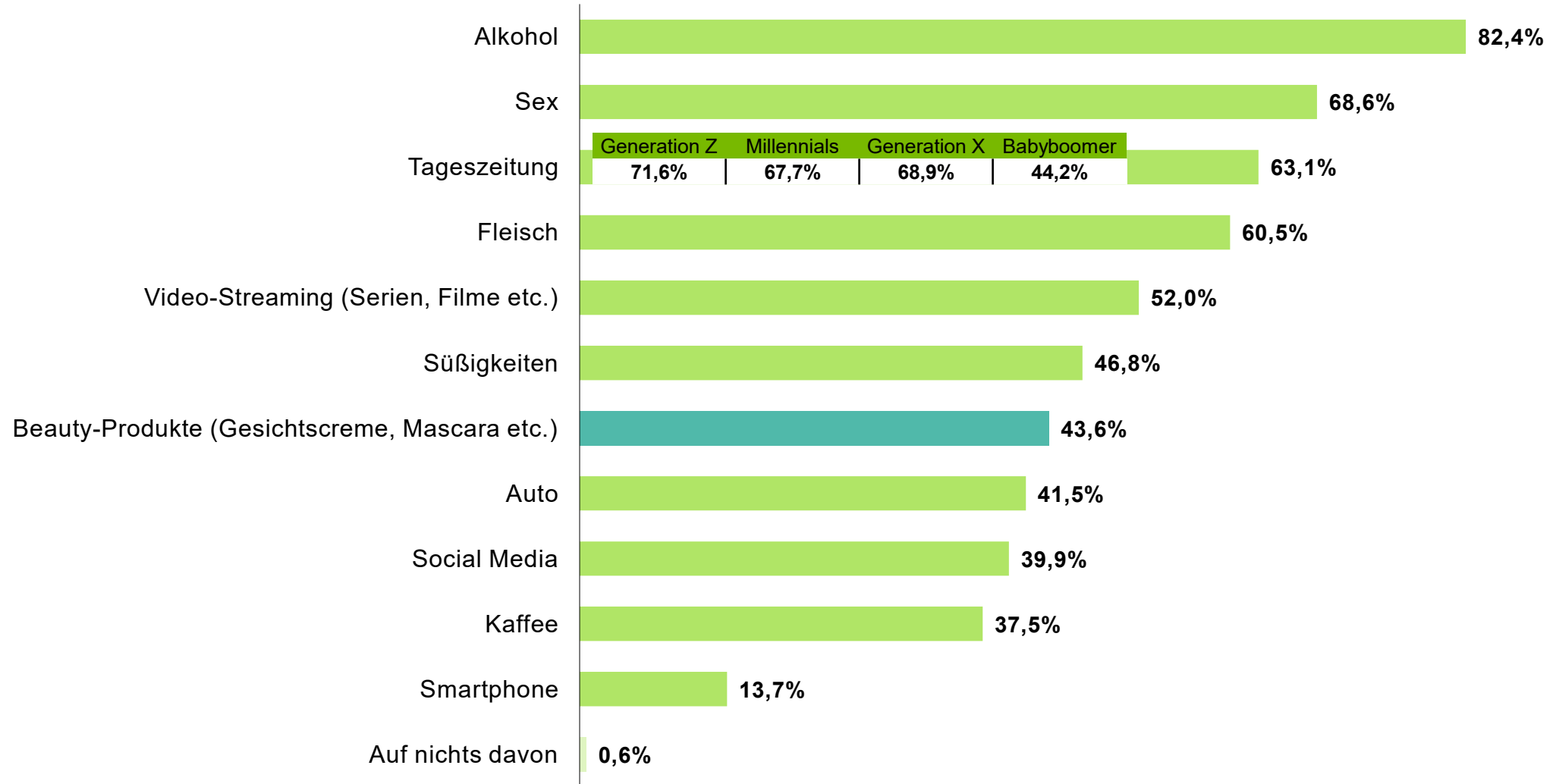
Alter



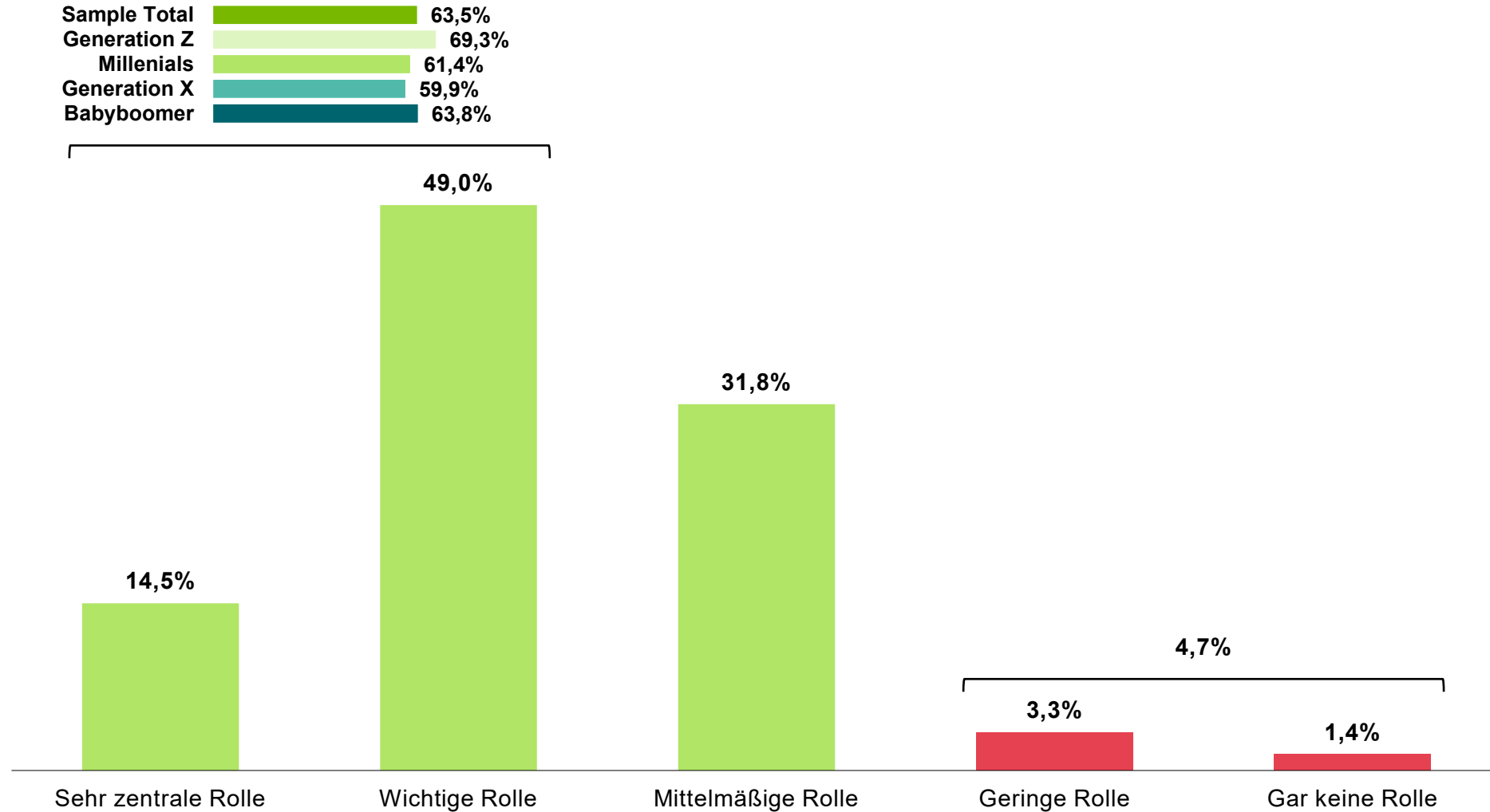
Finanzielle Situation



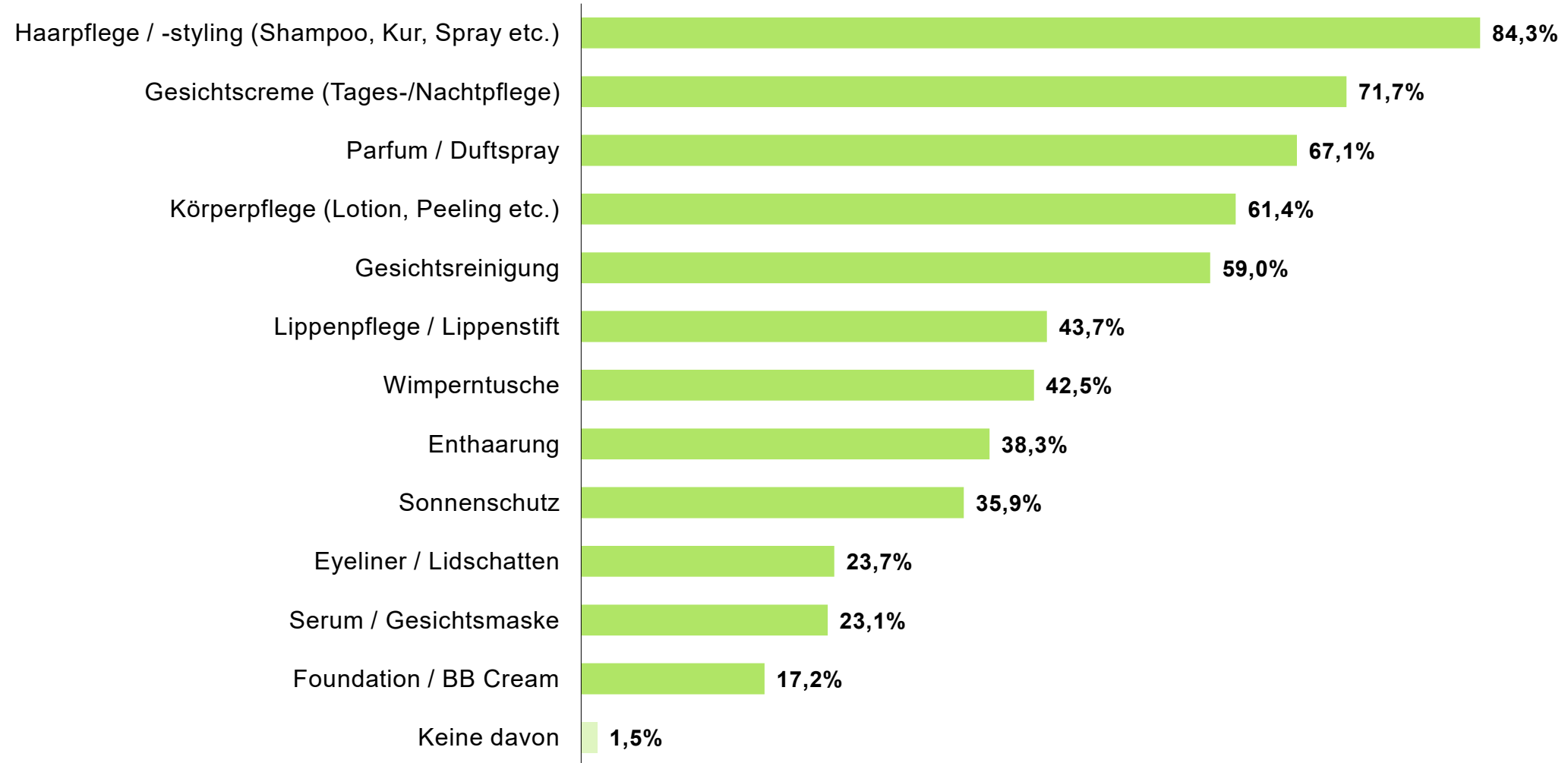
Worauf man am ehesten für 1 Woche verzichten könnte



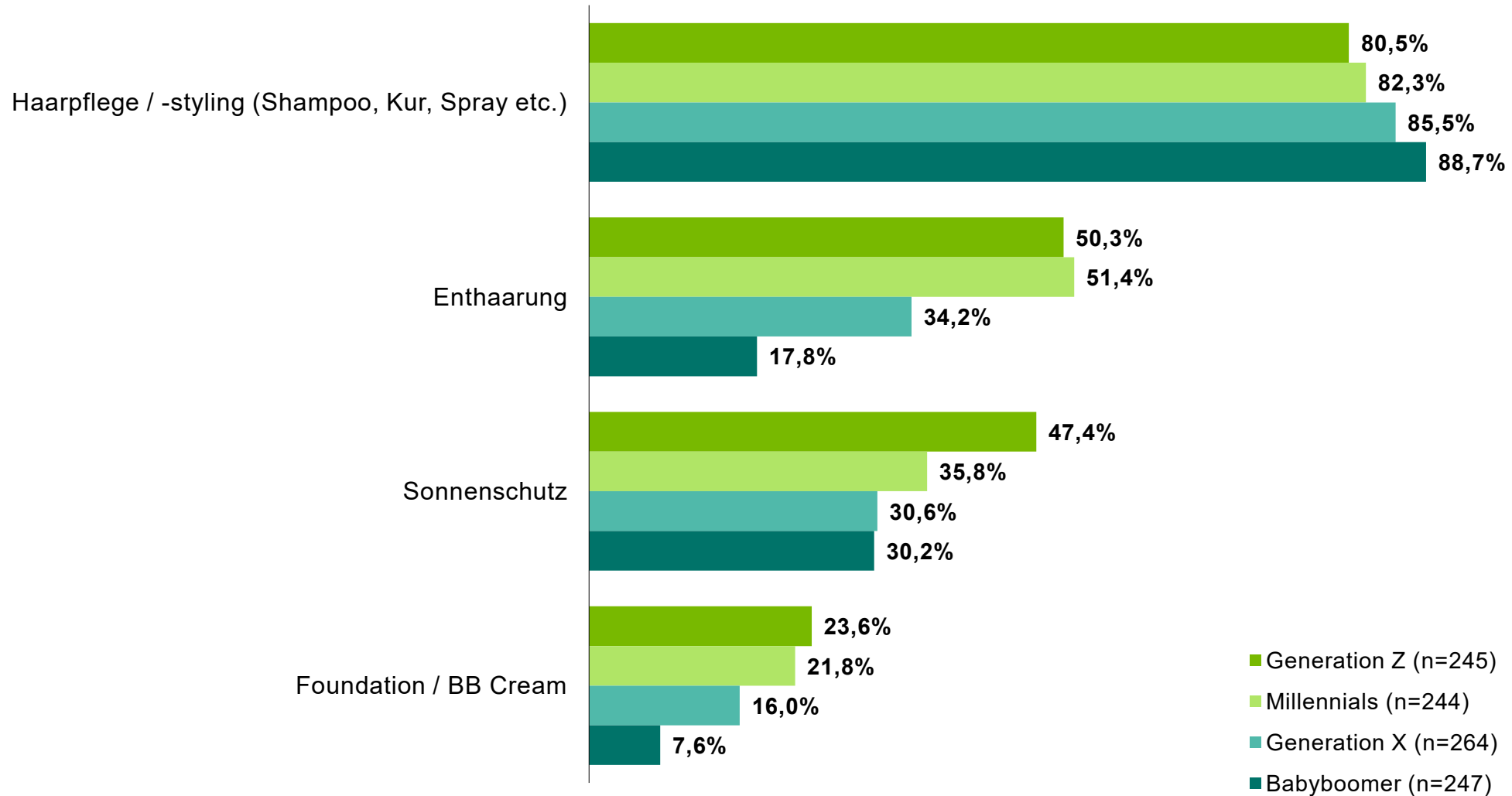
Stellenwert von Schönheit und Körperpflege im Alltag



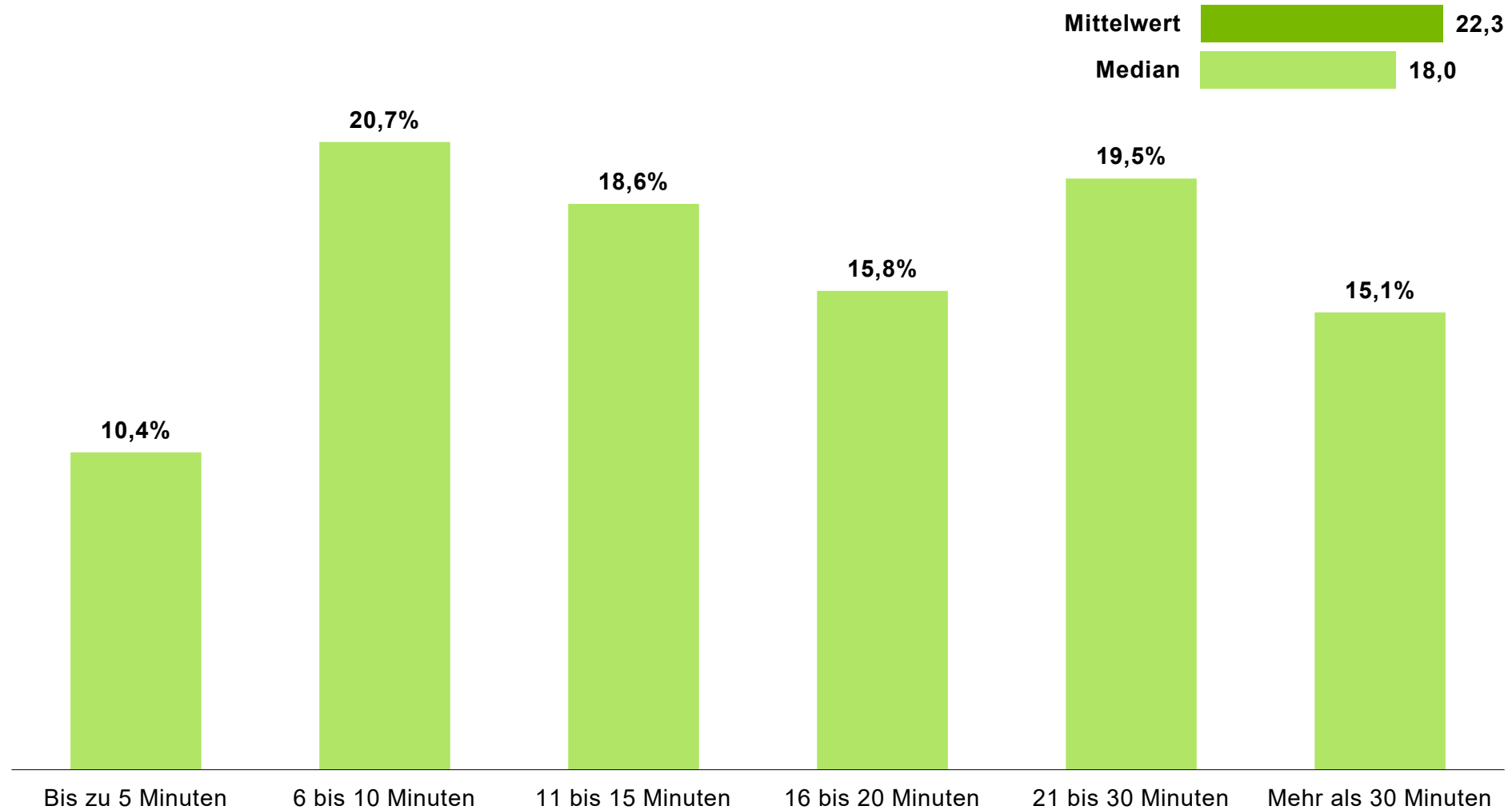
Regelmäßig genutzte Produkte aus dem Beauty- und Pflegebereich



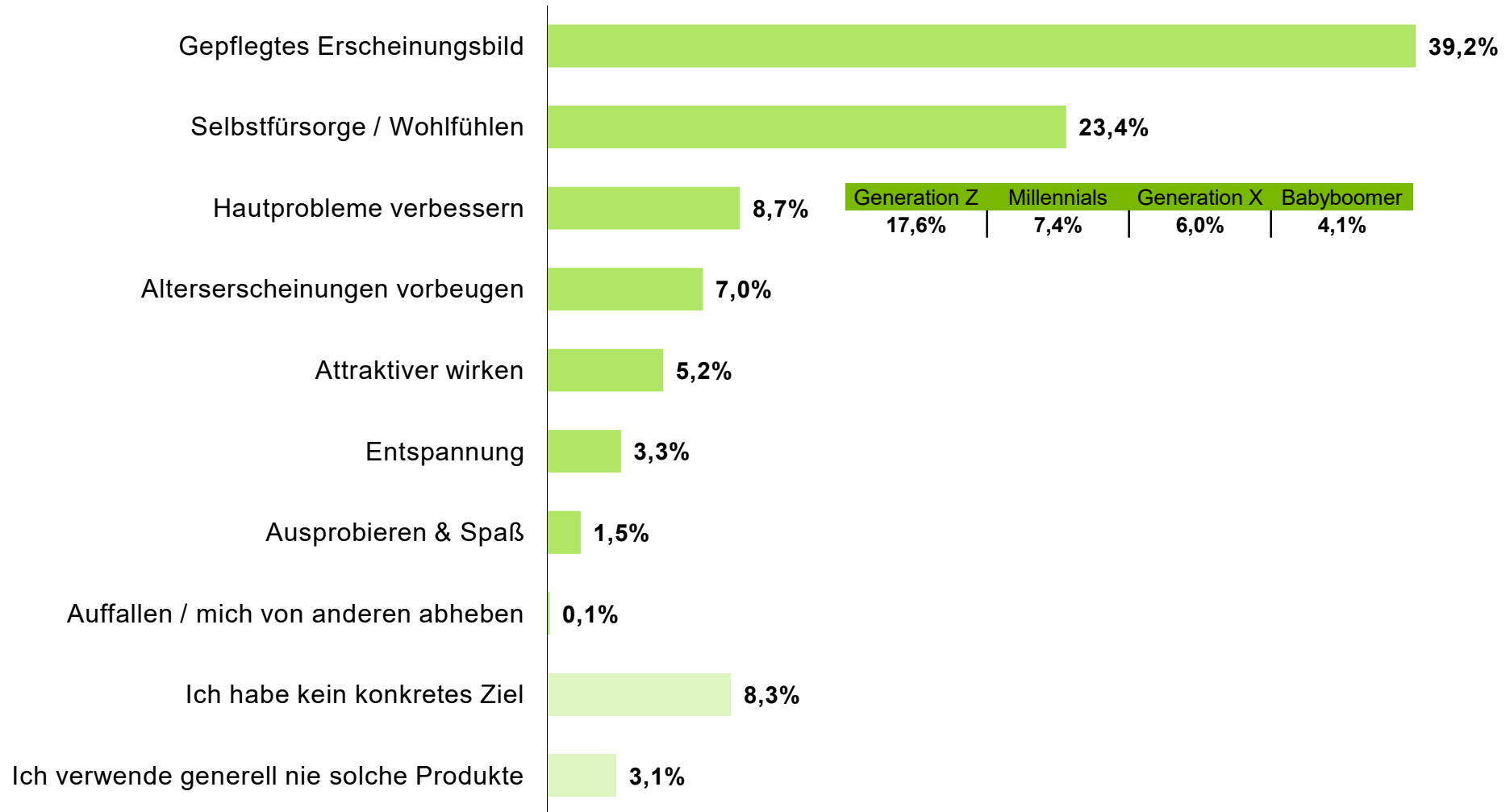
Regelmäßig genutzte Produkte aus dem Beauty- und Pflegebereich



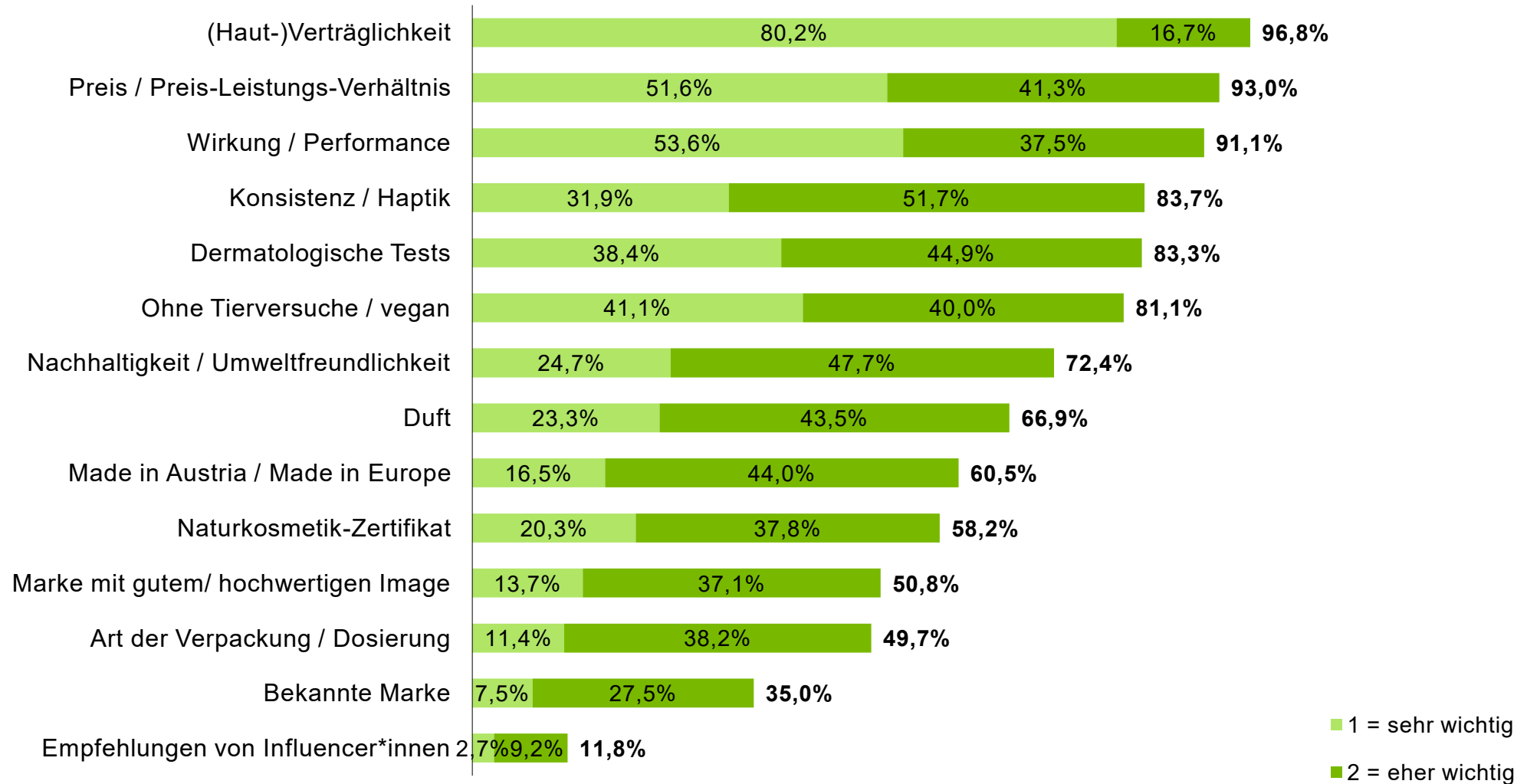
Zeitaufwand für die tägliche Beauty-Routine (in Minuten)



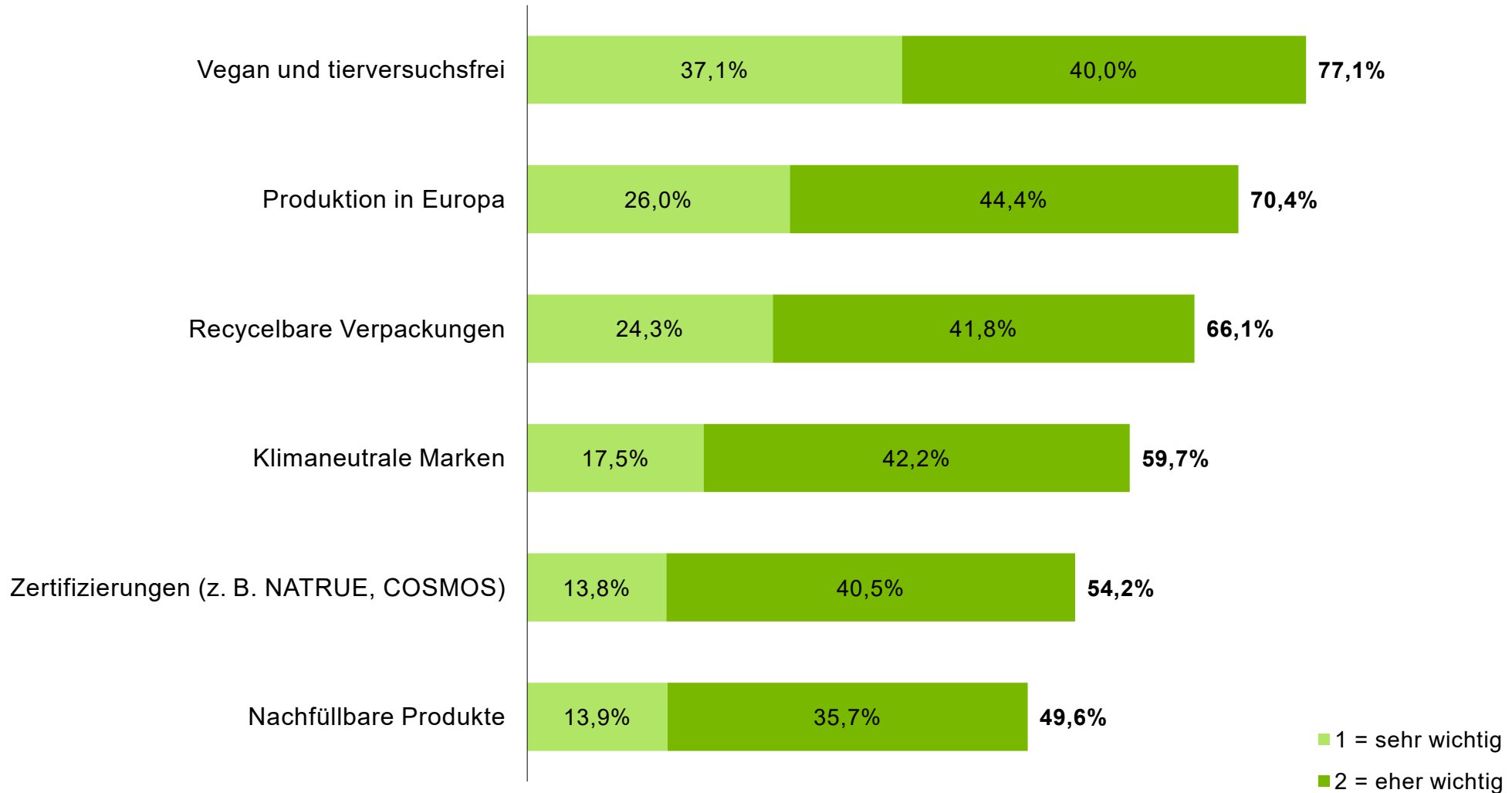
Hauptmotive für die Nutzung von Beauty-Produkten



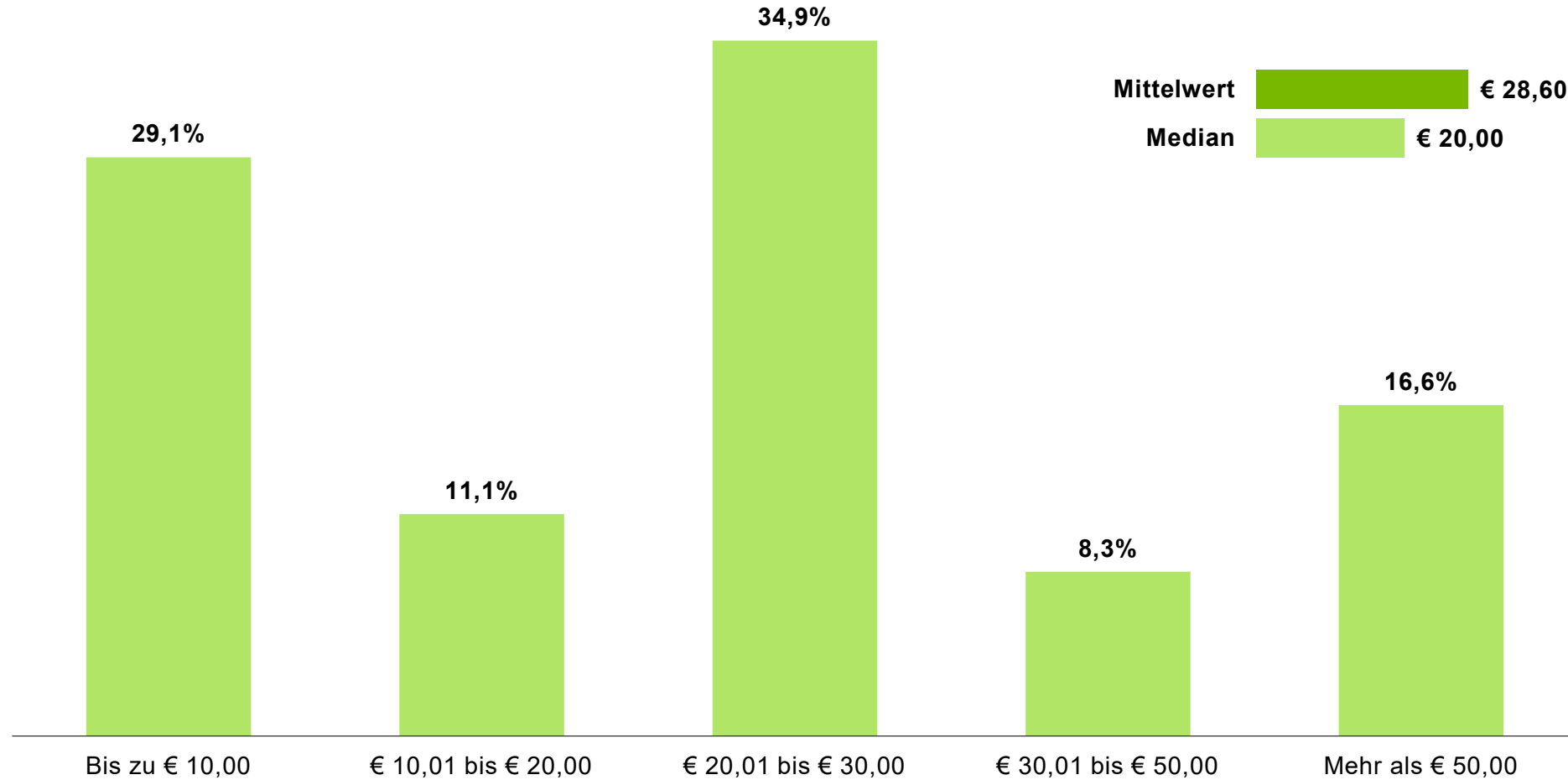
Relevanz verschiedener Produktmerkmale bei Beauty-Produkten



Wichtigkeit von Nachhaltigkeit bei Beauty-Produkten



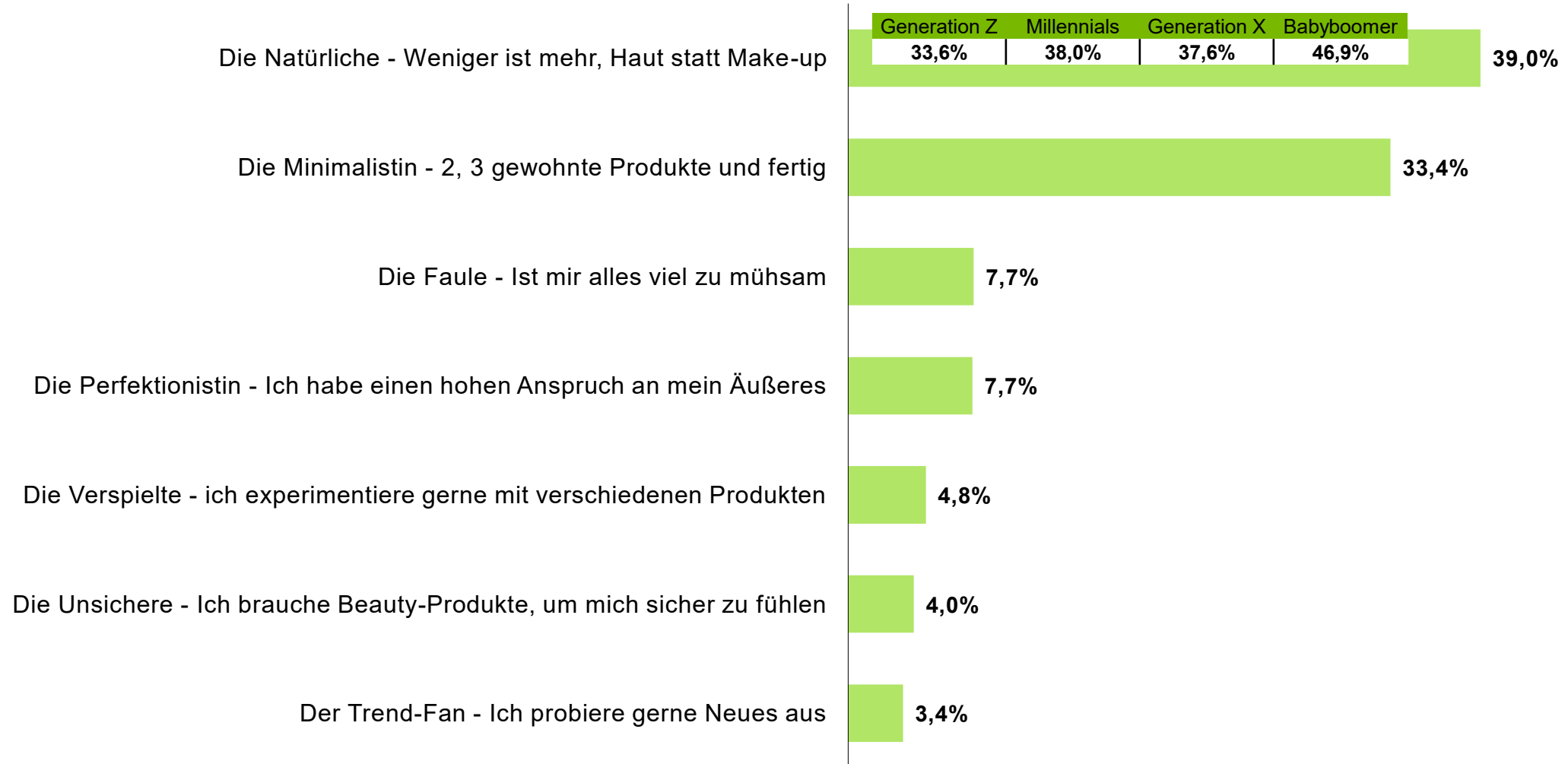
Durchschnittliche Ausgaben für Beauty-Produkte



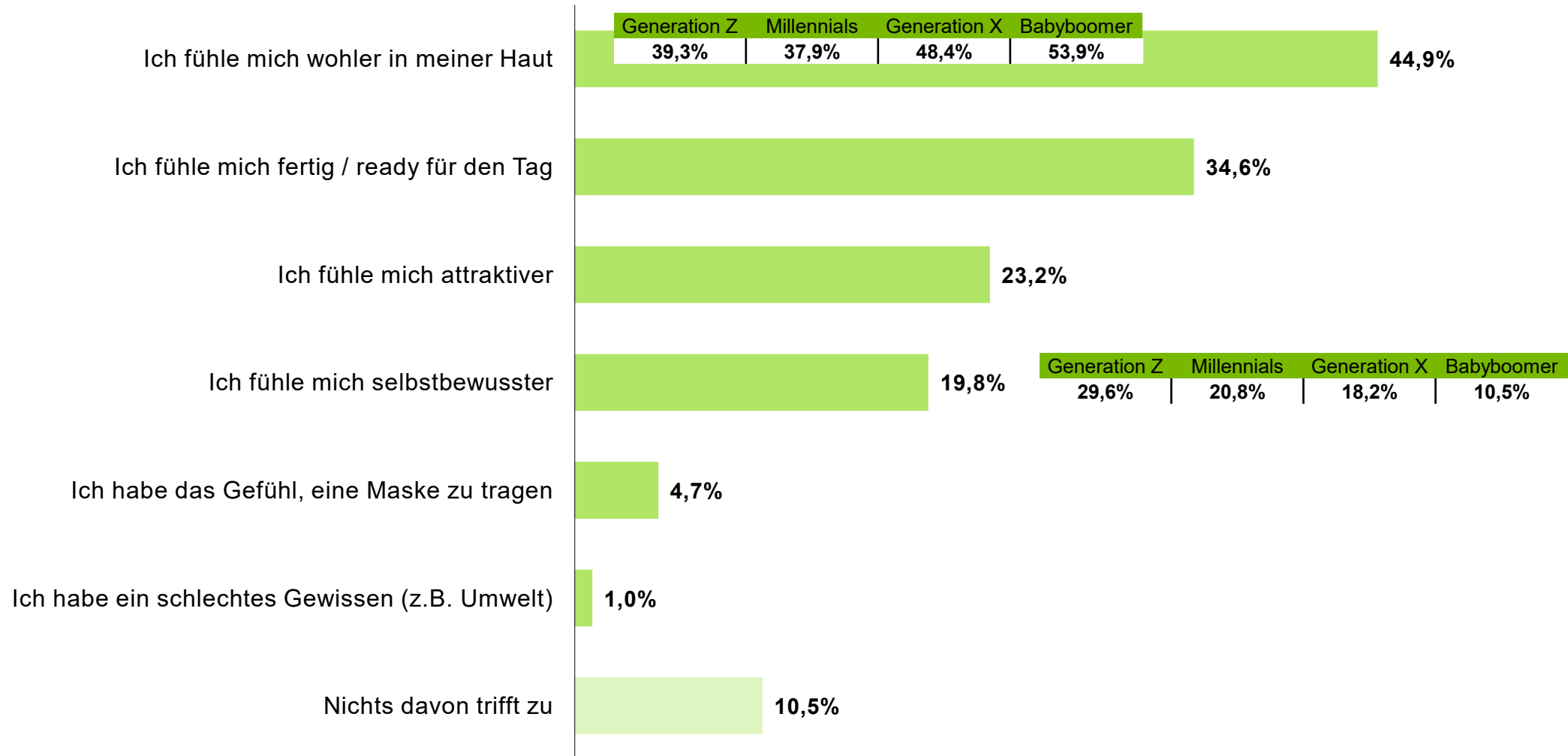
Stimme der Haut: Wahrnehmung und Bedürfnisse



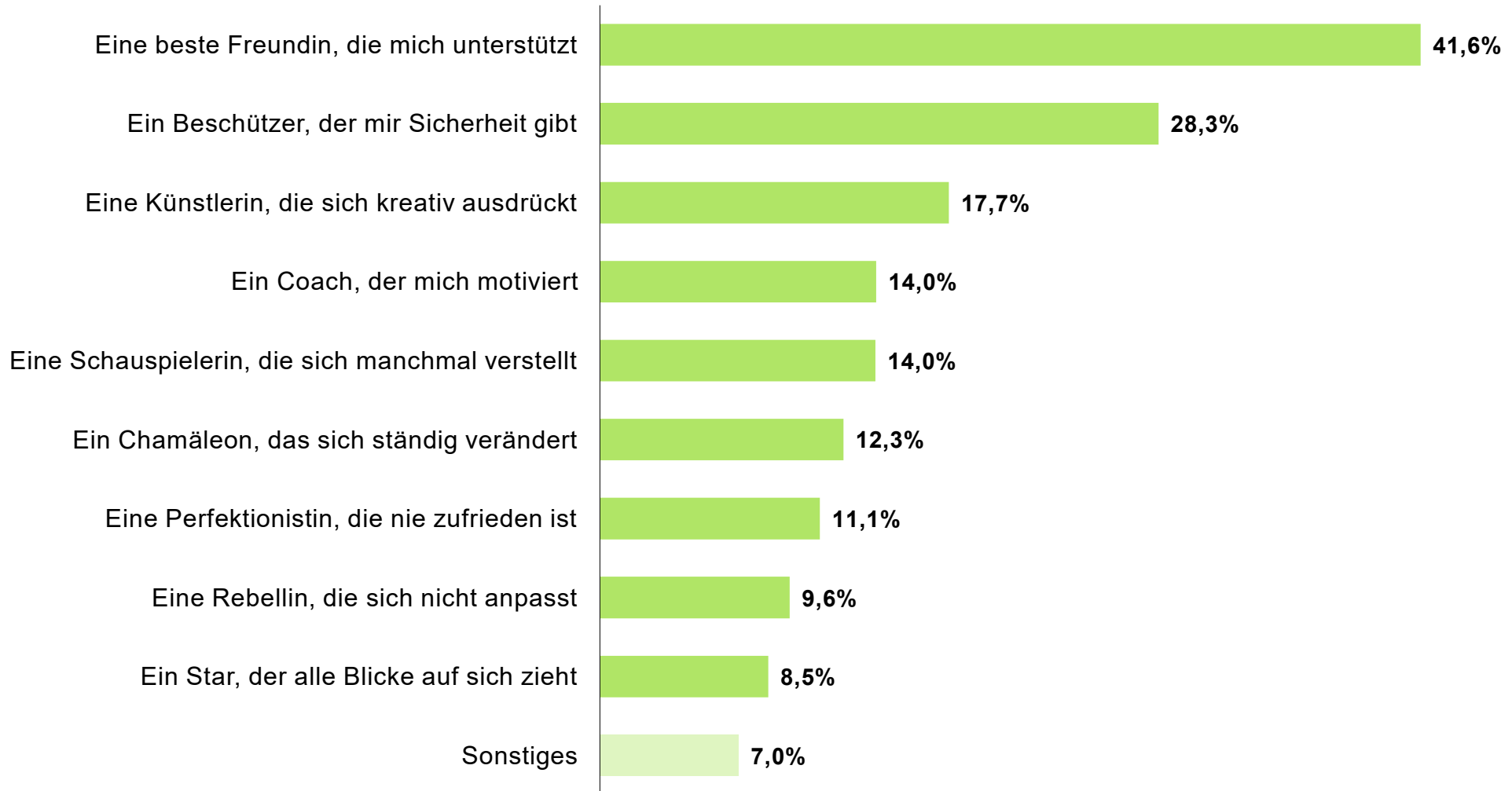
Selbsteinschätzung des eigenen Beauty-Typs



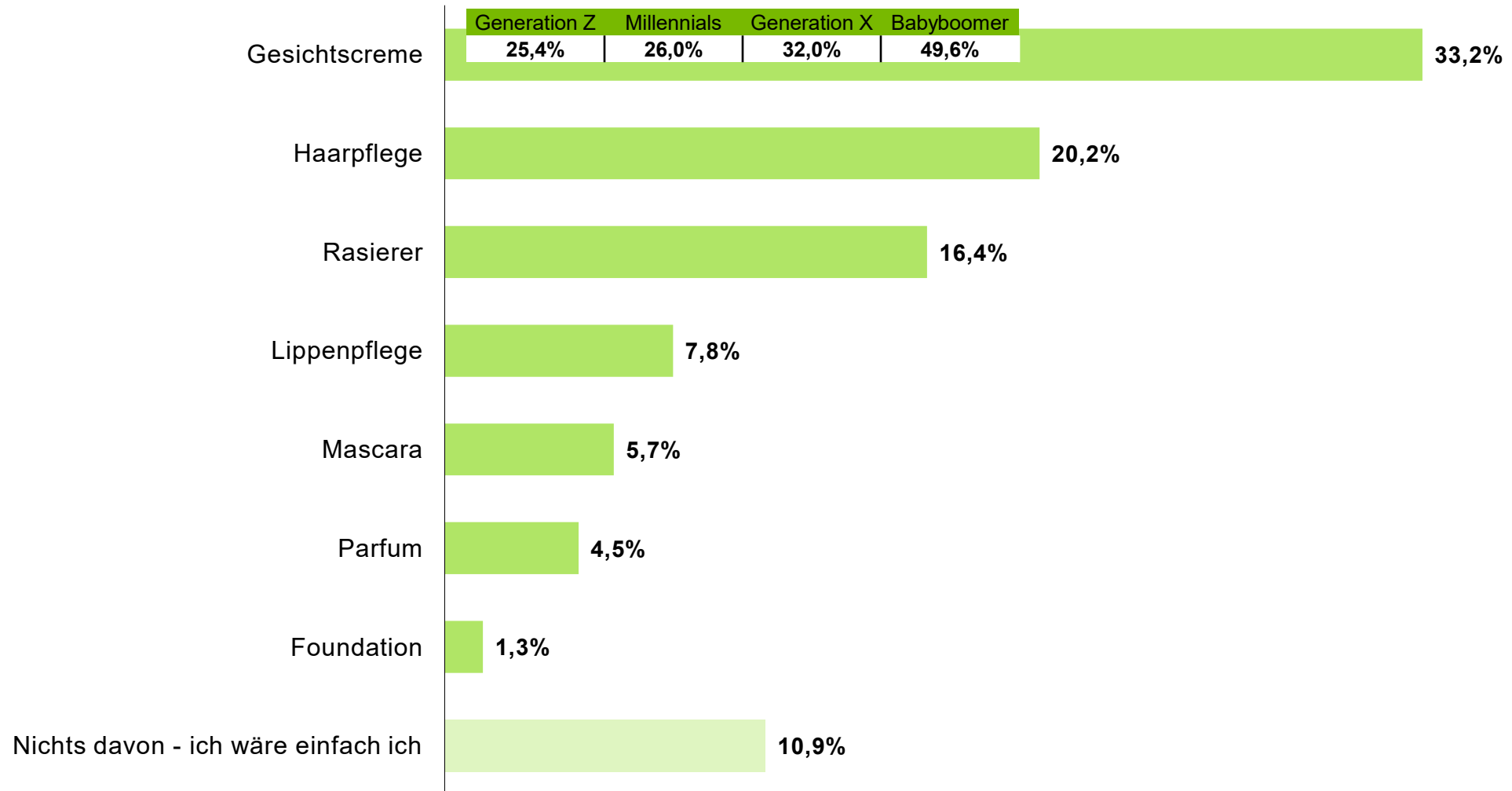
Gefühlslage nach dem Verwenden von Beauty-Produkten



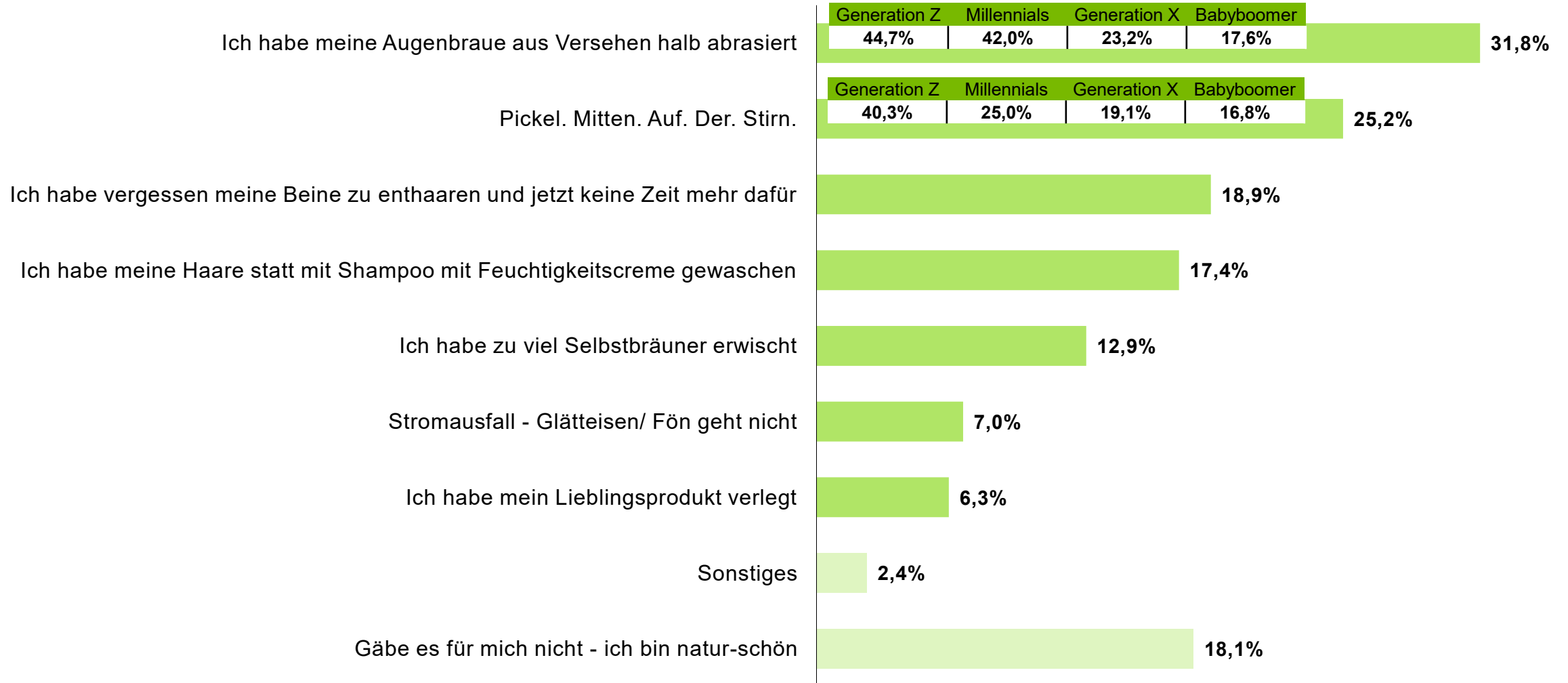
Assoziationen mit Beauty als Persönlichkeit



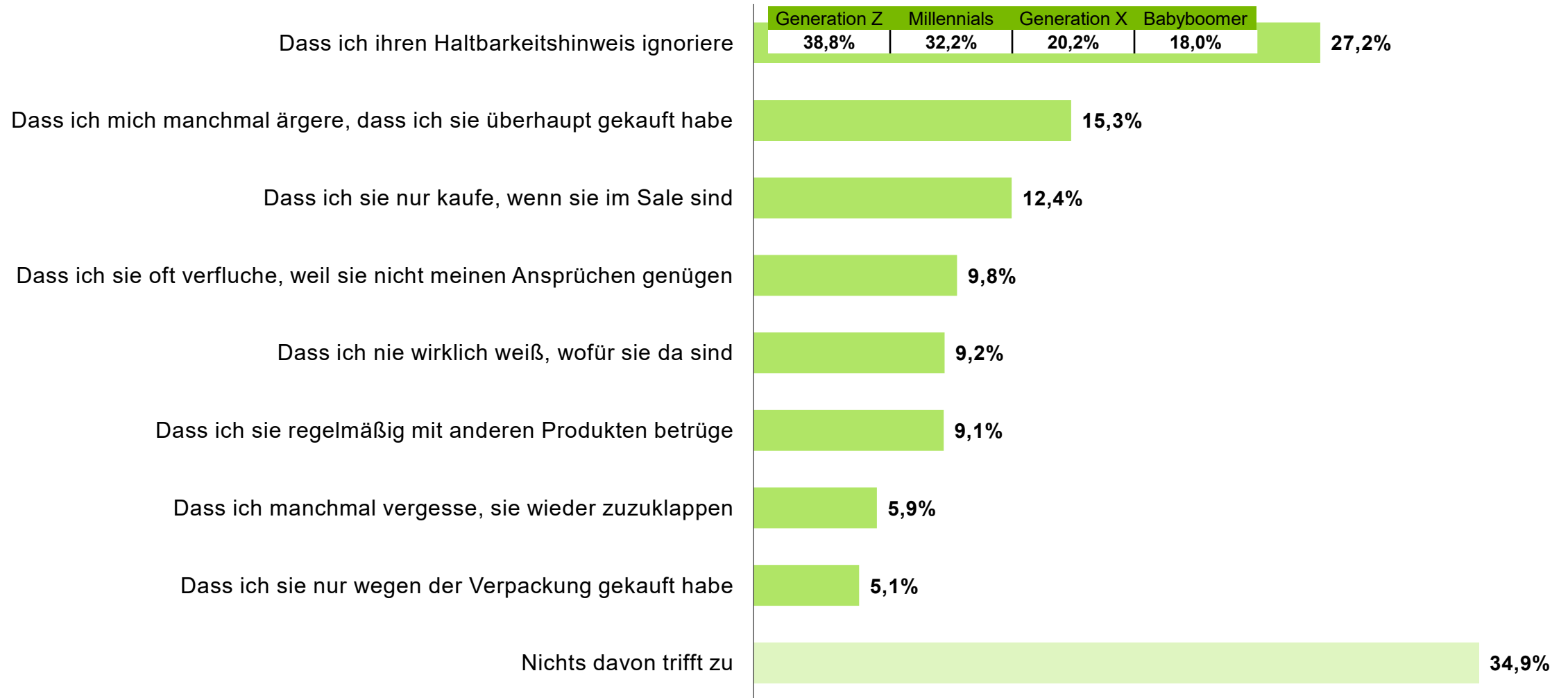
Das eine unverzichtbare Beauty-Produkt auf einer Insel



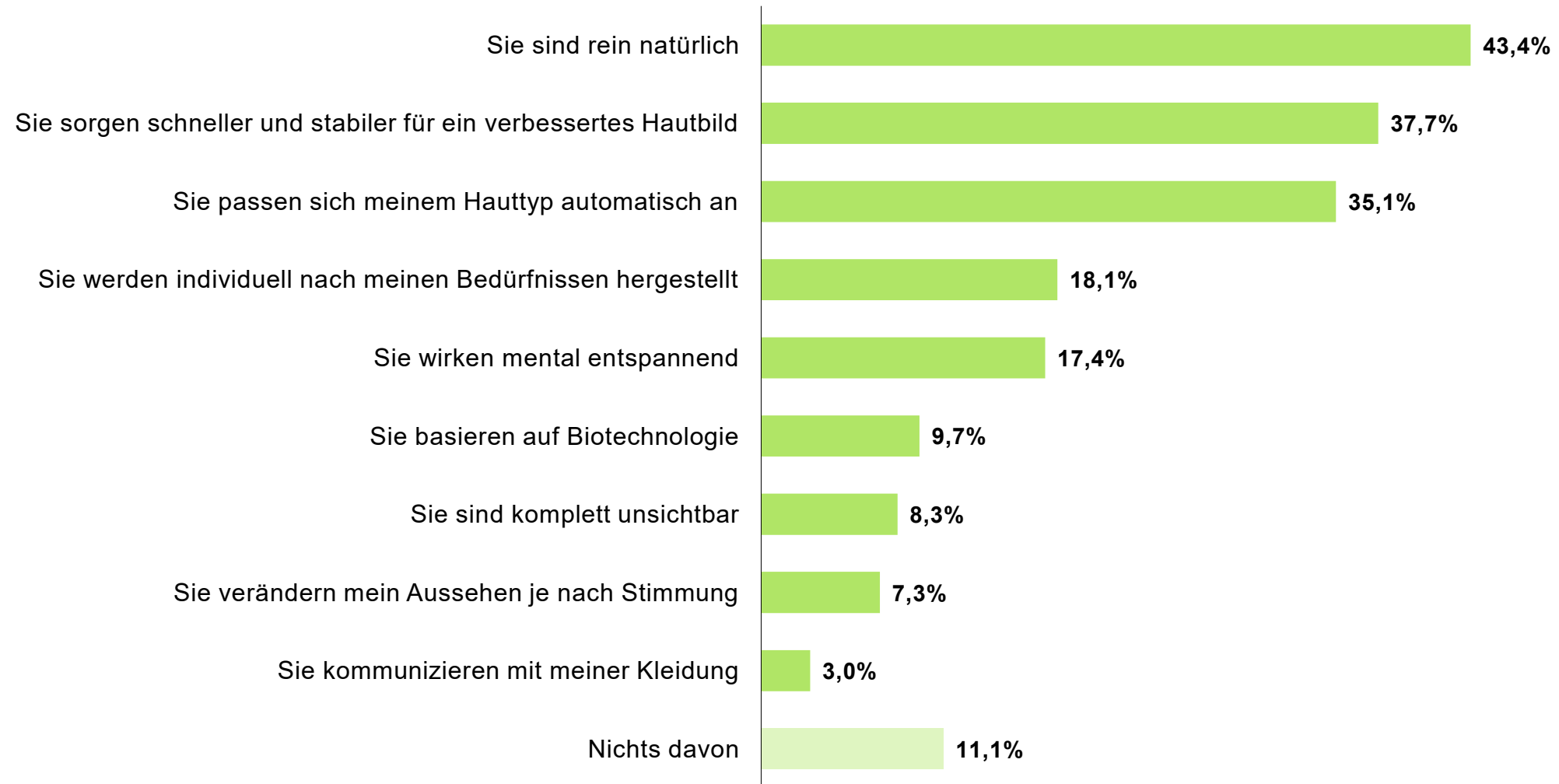
Echte Beauty-Notfälle



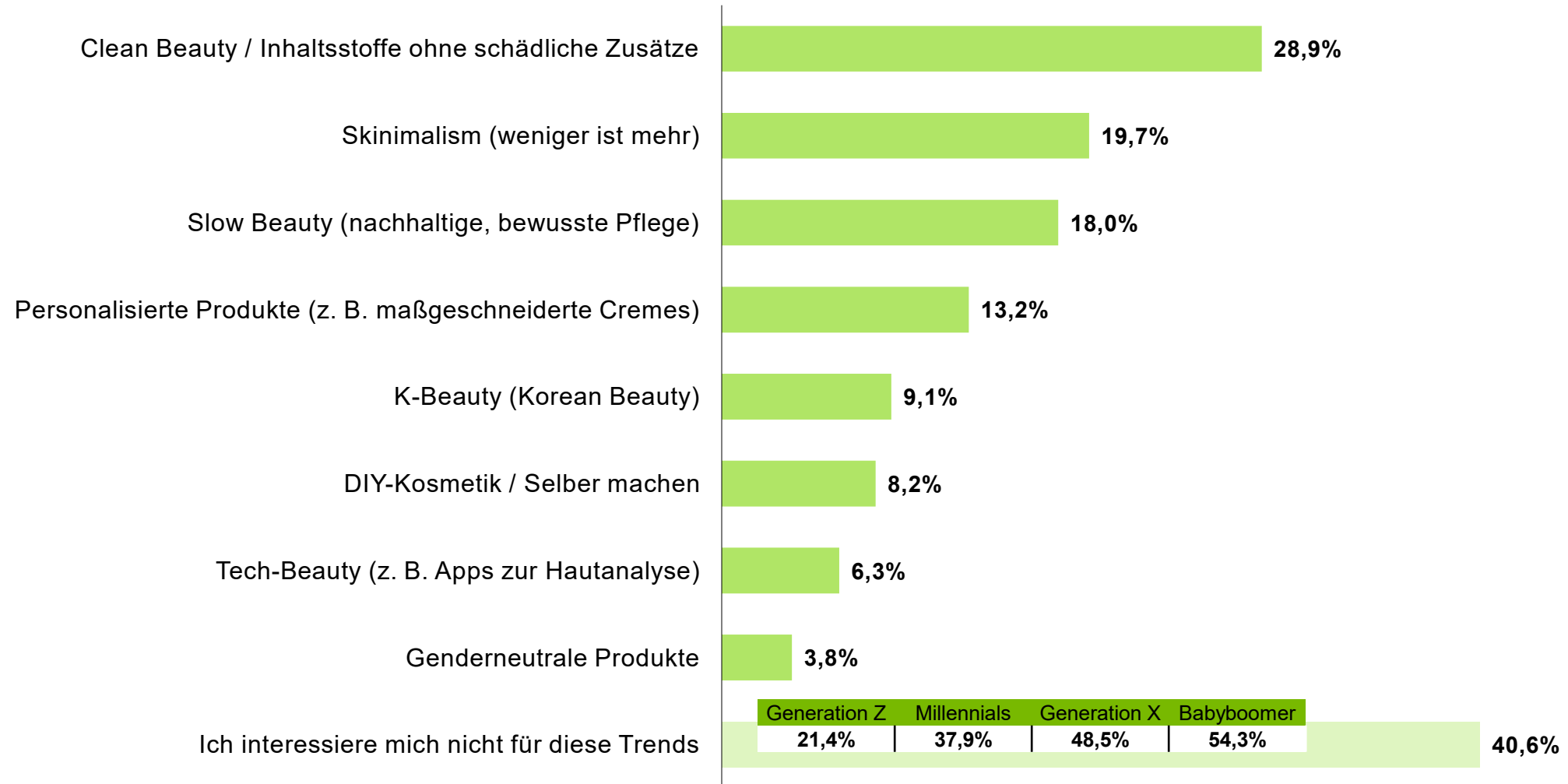
Geheime Wahrheiten im Umgang mit Beauty-Produkten



Erwartungen an die Beauty-Produkte der Zukunft



Interessante aktuelle Trends im Beauty-Bereich



**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Thomas Schwabl
CEO

t.schwabl@marketagent.com

02252 909 009

www.marketagent.com



marketagent.