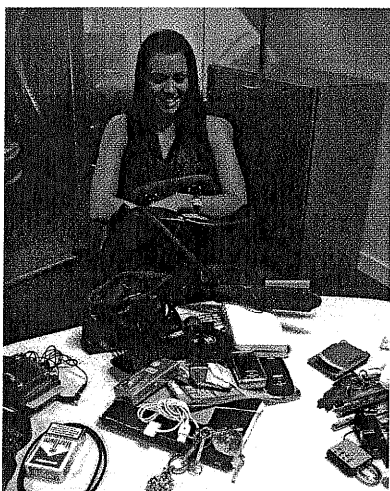


R Was wirklich drin ist

Colibri untersucht Innenleben von Handtaschen

150 sogenannte „Bag Stories“ haben Institute aus 16 Ländern zusammengetragen, darunter Colibri Research aus Hamburg. Die Geschichten erzählen vom Innenleben der Handtaschen ebenso wie über deren Besitzerinnen. Taschen, so ergab sich unter anderem, sind ein Meilenstein in der Entwicklung vom kleinen Mädchen bis hin zur reifen Frau. Und das Erhalten der ersten Handtasche, in vielen Ländern ein klassisches Geschenk der Mutter, ist eine Art Initiation. Die Mehrheit der Frauen gewährt niemandem – oder nur sehr vertrauten Personen – Einblick und Zugriff in ihre Privatzone Handtasche.

www.colibri-research.de



R Wenig gewechselt

Trackingstudie von ABH zu Kfz-Versicherungen

Die Anstrengungen der Autoversicherer haben 2008 keine zusätzlichen Versicherungswechsel Ende November – dem Kündigungstermin für Autoversicherungen – bewirken können. ABH Marketingservice, Köln, führt alljährlich eine Trackingstudie bei 1000 Autofahrern zur Wechselbereitschaft bei Kfz-Versicherungen durch. Demnach wechseln zum Jahresende etwa sieben Prozent der Autofahrer, ein seit dem Jahr 2005 relativ konstanter Prozentsatz.

www.abh.de

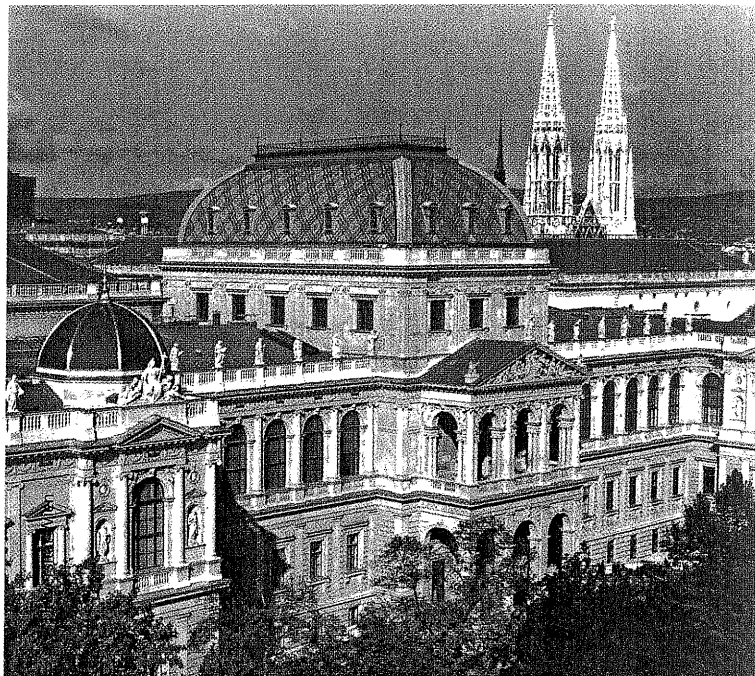
R Krisenignoranz

Ifcom: Mehrheit erwartet stabile oder verbesserte persönliche Lage

30 Prozent der Bevölkerung sind optimistisch, wenn sie die allgemeine wirtschaftliche Lage 2009 beurteilen sollen, rund 70 Prozent blicken dagegen pessimistisch in das neue Jahr. Bei der Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage sagen nur 27 Prozent, es werde ihnen im nächsten Jahr persönlich schlechter gehen; 68 Prozent sind der Überzeugung, 2009 werde ihre persönliche Wirtschaftslage besser oder bleibe so, wie sie ist. „Das bedeutet, solange man noch nicht direkt betroffen ist, übt man sich in Krisenignoranz“, kommentiert Sven Dierks die Ergebnisse einer aktuellen Ifcom-Studie zum Beitrag individueller Faktoren für die wirtschaftliche Entwicklung.

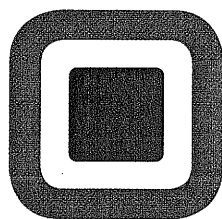
www.ifcom-research.de

Foto: Unternehmen



SEE MORE - DO MORE - GET MORE

Register now! www.gor.de



GOR 09

11th General Online
Research Conference
April 6-8, 2009
University of Vienna

KEYNOTE- SPEAKER

Prof. Jon A. Krosnick
Stanford University
Hans Georg Stolz
Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V. (ag.ma)

PANEL DISCUSSIONS

"Future of political polling -
is online an option?"

"Consumer 2.0 - Does the
market research need an
update?"

PREMIUMSPONSORS

nielsen

GfK

GLOBALPARK

MEDIA PARTNER

Research & Results

ORGANIZERS

DGOF

EXPERTENFORUM
ONLINEFORSCHUNG

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN

WWG
Österreichische Werbe- und
Marketingwissenschaftliche
Gesellschaft
an der Wirtschaftsuniversität Wien