

Verband Druck Medien



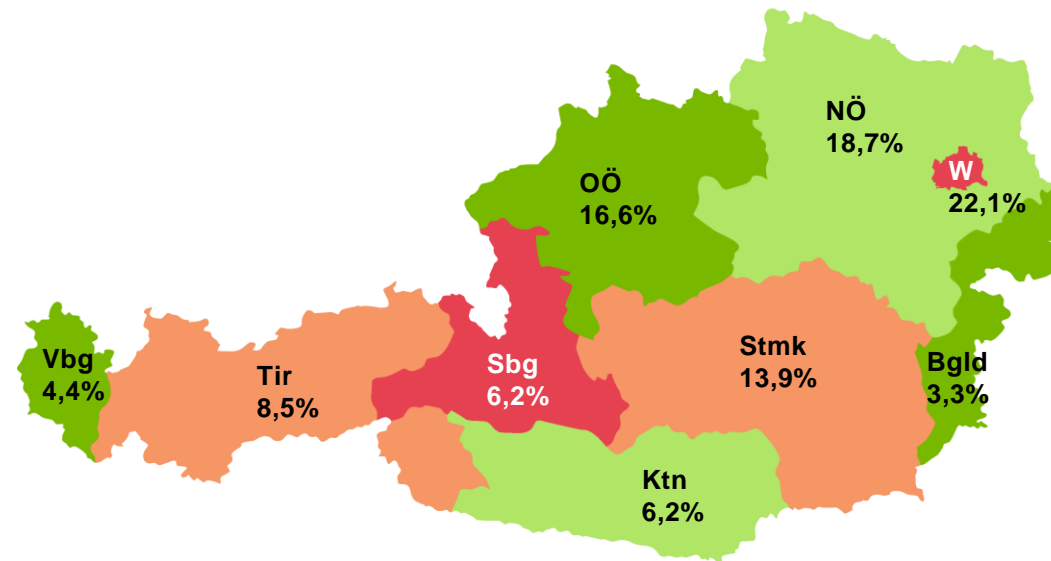
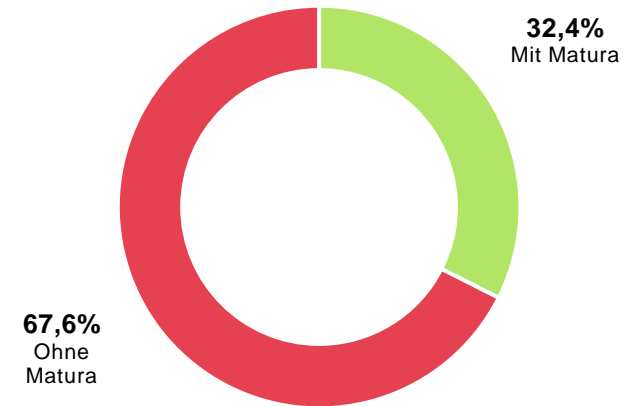
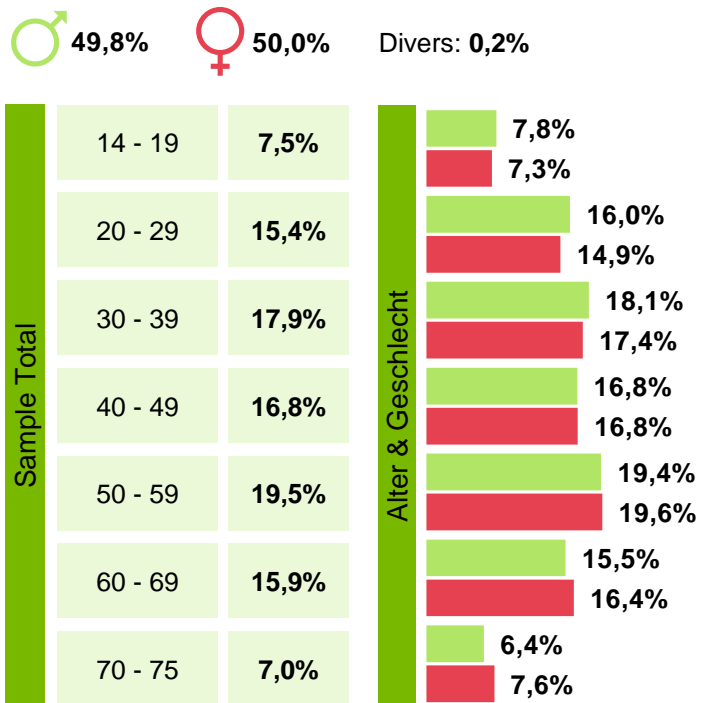
März 2025

marketagent.

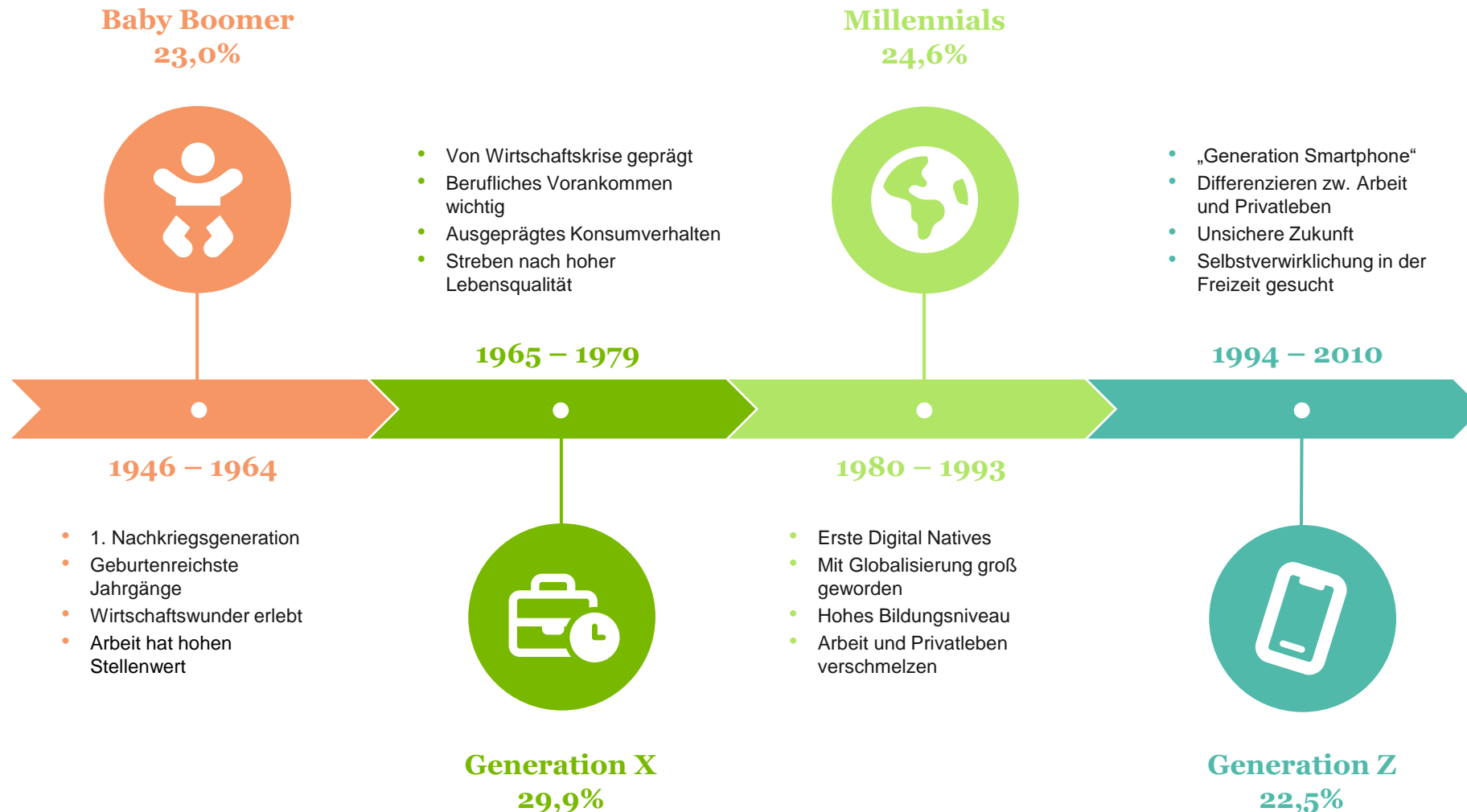
Umfrage-Basics

Auftraggeber	Meinungsbild für Verband Druck Medien
Methode	CAWI Marketagent Online Access Panel
Sample-Größe	n = 1.067 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen zwischen 14 und 75 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	26.02.2025 - 07.03.2025
Studienumfang	3 Fragen
Mobile Teilnahme	57,3%
Daten-Cleaning	13 Respondent*innen

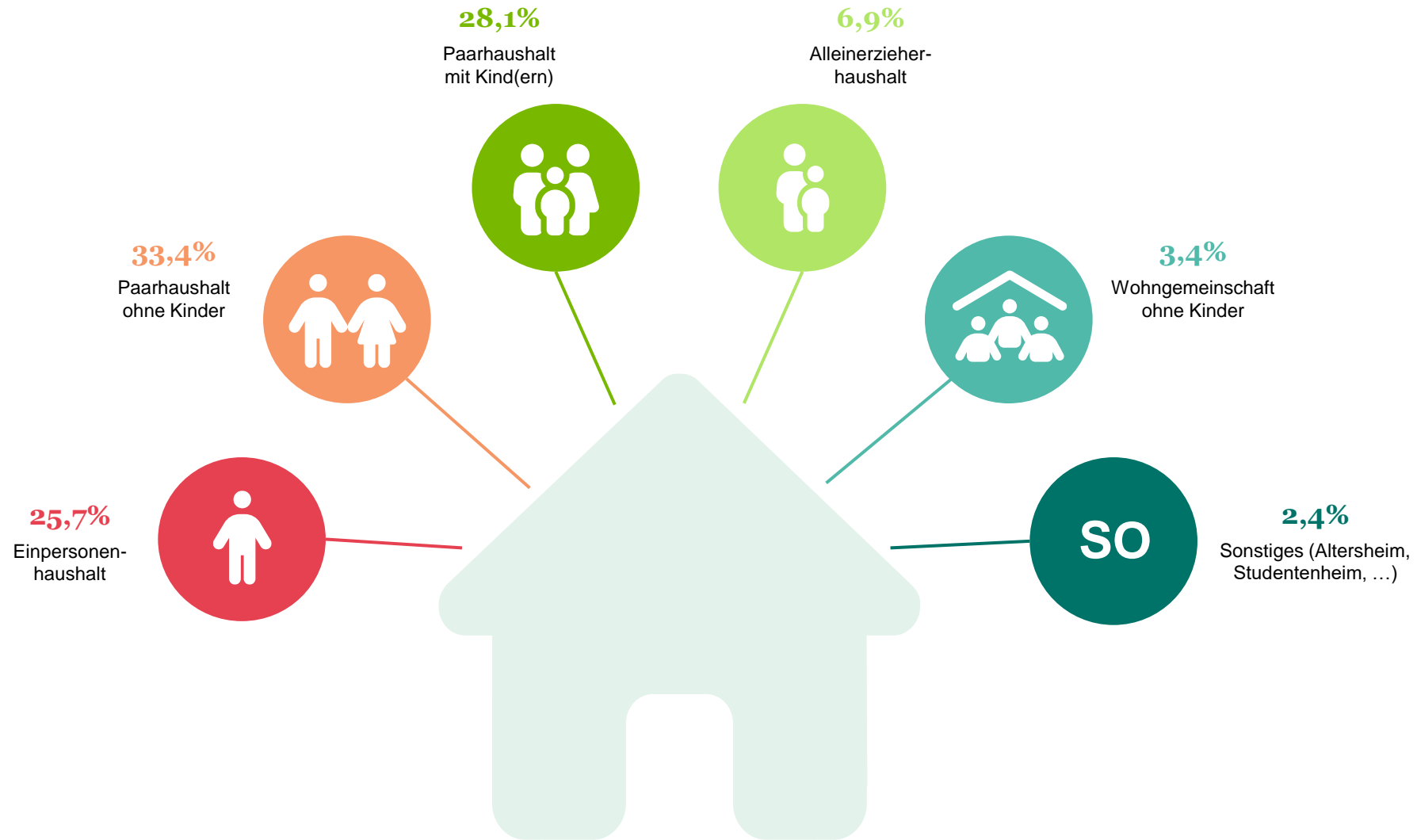
Zusammensetzung des Samples | n = 1.067



Generationen im Überblick | n = 1.067

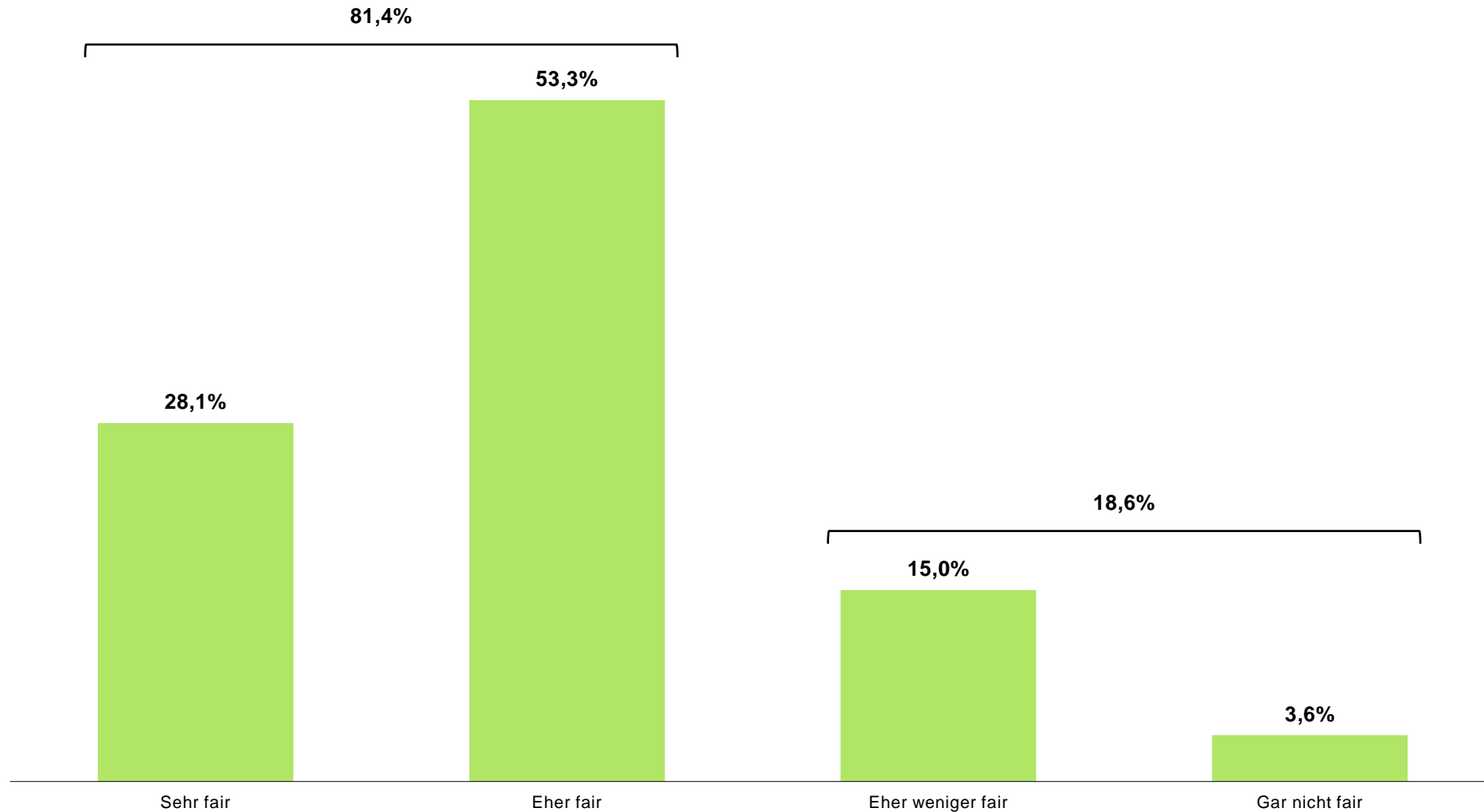


Familien-/ Wohnsituation | n = 1.067



Ergebnisse

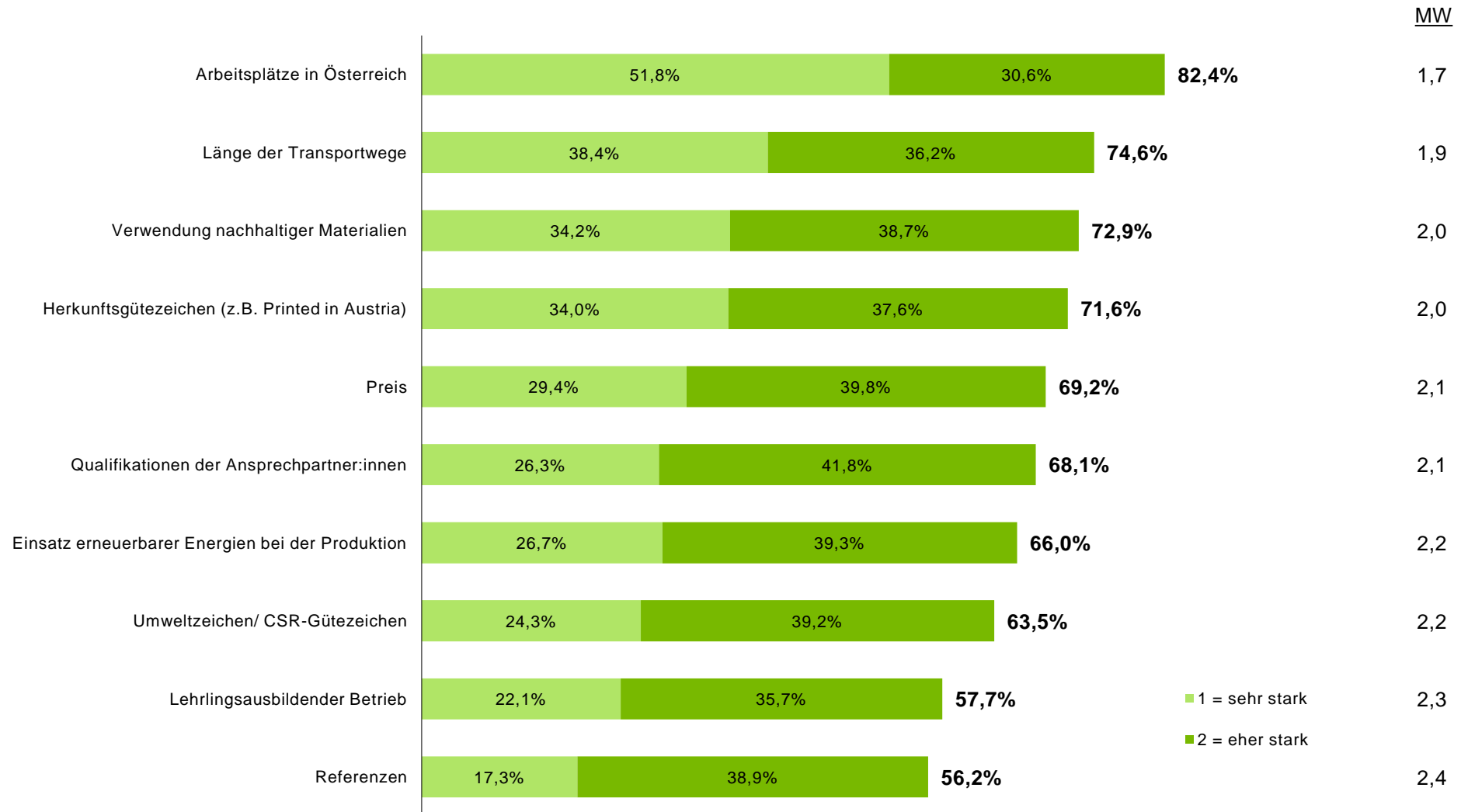
Fairness öffentlicher Auftragsvergabe



1. [...] Öffentliche Auftraggeber, wie z.B. Behörden, Städte oder öffentliche Unternehmen, müssen alle Aufträge ab einem Wert von 100.000 Euro öffentlich ausschreiben. Wie empfinden Sie die Fairness der Auftragsvergabe in der Praxis? || n=1.067 || MW 1,9 (Skala von "1 = Sehr fair" bis "4 = Gar nicht fair")

Wichtige Kriterien für die Vergabe von Druckaufträgen

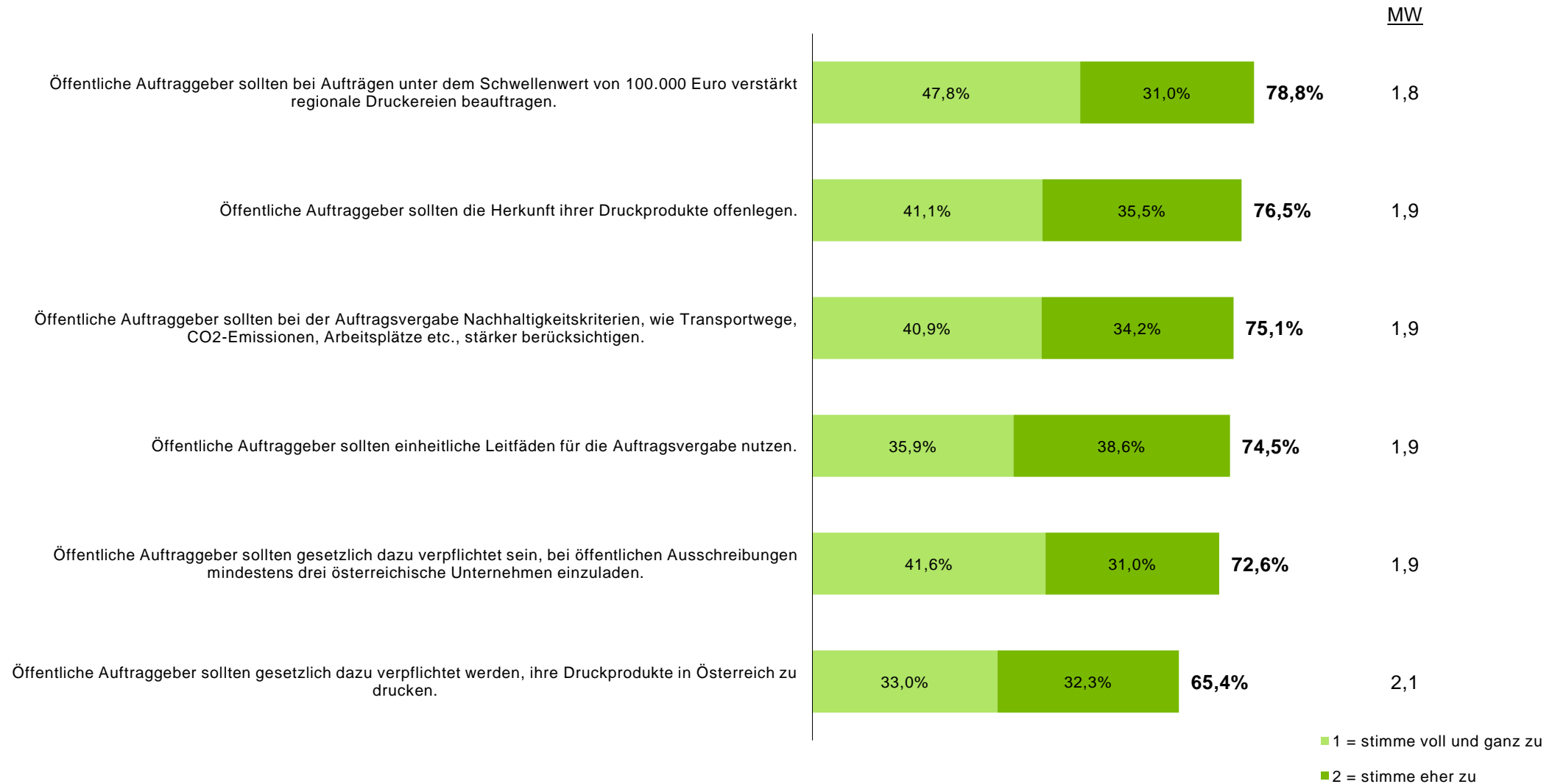
Top-2-Box: sehr stark / eher stark



2. [...] Wie stark sollten die folgenden Kriterien bei der Auftragsvergabe berücksichtigt werden, damit der Bestbieter den Druckauftrag bekommt? || n=1.067 || Skala von "1 = sehr stark" bis "5 = gar nicht"

Ideen zur Stärkung der regionalen Auftragsvergabe

Top-2-Box: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu



3. [...] Inwiefern stimmen Sie den folgenden Ideen zu? || n=1.067 || Skala von "1 = stimme voll und ganz zu" bis "5 = stimme gar nicht zu"

**einfach
schnell
fragen.**

Lena Emberger, MA
Studienleiterin

l.emberger@marketagent.com
02252 909 009 29

Mühlgasse 59
2500 Baden

www.marketagent.com



marketagent.

Schwankungsbreite

bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%

Lesebeispiel:

Wenn bei einer Stichprobengröße von $n = 1.000$ der erhobene Wert bei 40 Prozent liegt, dann weicht der „wahre“ Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% um maximal 3,0 Prozentpunkte (Schwankungsbreite 3,0) vom erhobenen Stichprobenwert ab.

D.h. addiert bzw. subtrahiert man diese 3,0 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