



August 1

frequenzy~1

2019

---

Unternehmensberatung mit Frequenzmusik

Marktstudie



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	i
Forschungsdesign .....	1
Genauigkeit der Umfrage .....	2
Verwendete Methoden und Verfahren.....	3
Postwurfsendungen im Zeitraum Februar bis März.....	3
Aussendungen per E-Mail im Zeitraum März.....	4
Postwurfsendungen im Zeitraum Mai bis Juli .....	5
Ergebnisse .....	6
Allgemeine Daten .....	6
Analyse .....	6
Zusammenfassung.....	6
Muster und Beispiele für die Aussendungen .....	7
Aussendung per Post.....	7
Aussendung per Email.....	8
Quellen .....	9



## Forschungsdesign

Forschungsziel	Ziel dieser Untersuchung war es, die Position der Frequenzmusik in Kärnten/Wien zu ermitteln und die Entwicklung der Unternehmensberatung bei Energetiker während der letzten Monate nachzuzeichnen. Der Fokus lag dabei neben der Bekanntheit und Reichweite vor allem auf dem Profil der Kunden und den unterschiedlichen Formaten der Frequenzmusik. Es handelt sich um die erste bekannte Trendmessung.
Methode	Marketingkampagnen analog/digital
Sample	n=180; pareto; repräsentativ für Energetiker in Kärnten/Wien die bereits länger als 3 Jahre am Markt bestehen
Schwankungsbreite	Die maximale Schwankungsbreite für das Bundesland Kärnten beträgt +/- 6,5 Prozentpunkte bei einem Signifikanzniveau von 97,22 Prozent. (Wien +/- 7,5 bei 98,36 Prozent)
Feldarbeit	Kampagnen von 3.2.2019 bis 30.7.2019 erhoben