

ETHNOPINION

EthnOpinion.at 1. Markt- und Meinungsforschungsinstitut für Migranten-Umfragen gegründet

Institutsvorstellung und
Präsentation der 1. "EthnoMix"-Studie

10.12.2010, Café Landtmann



ETHNOPINION

Ihre Gesprächspartner

- **Christina Matzka, Studienleiterin "EthnoMix"**
meinungsraum.at
- **Marina Delcheva, Interkulturelle Zeitung "biber"**
Marketing und Kommunikation
- **Jürgen H. Gangoly, Initiator EthnOpinion**
PR-Agentur The Skills Group, Intercultural Communications



Ausgangssituation

- Migration und Integration eines der großen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Themen
- Breite Diskussion: von sozialen Spannungen bis zur potenten Kunden-Zielgruppe für die Wirtschaft
- Annahmen, Vorurteile – weniger Zahlen, Daten, Fakten – beherrschen die öffentliche Wahrnehmung

Ausgangssituation

- **Kritik: (auch) Markt- und Meinungsforschung hat "neuen Österreichern" lange zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt**
 - Umfrage-Panels, Fokusgruppen, qualitative Interview spiegeln meist nicht tatsächliches Bild der Gesellschaft wieder
 - "DIE Migranten" – und damit ca. 17 Prozent der Bevölkerung (1. u. 2. Gen.) – wurden entweder nicht beachtet oder vielfach als homogene Gruppe, die sie aber nicht sind, ausgewertet und behandelt.

Ausgangssituation

- **Medien, Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft haben kaum Zugang zu aktuellen Daten und Meinungsumfragen aus der migrantischen Bevölkerung**
 - Wie unterscheiden sich die einzelnen ethnischen Communitys?
 - Politische Ansichten? Konsum- und Freizeitverhalten?
 - Unterschiede zwischen 1. und 2. Generation? Stadt/Land?
- **Dbzgl. Kunden-Nachfrage in den letzten Monaten deutlich erkennbar**

EthnOpinion: das neue Institut

- **Biber, meinungsraum.at und The Skills Group gründen gemeinsam "EthnOpinion"**
 - 1. Institut spezialisiert auf Migranten-Umfragen.
 - Studien, Umfragen und Kommunikationsberatung durch Experten aus Medienlandschaft, Markt- und Meinungsforschung und interkultureller Kommunikation
- **Initiative, um "neue Österreicher" für Wirtschaft und Politik hör- und sichtbar zu machen**
 - Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufzeigen, Verständnis schaffen

EthnOpinion: Zielgruppen

- **Wirtschaft** soll "richtig" und effizienter mit dieser großen Kundengruppe und ihren Teil-Communitys kommunizieren können – Vorteil für Anbieter und Kunden
- **Politik** und Institution sollen differenzierte Daten für Projekte und Initiativen bekommen
- Zusätzliche Quelle für **Journalisten / Medien**

Online-Umfragen und Studien

- **EthnOpinion hat 1. Online-Migranten-Panel aufgebaut**
 - "Ethnomix": ermöglicht aussagekräftige Vergleiche und Auswertungen
 - Alle großen Communitys (Türken, Serben, Bosnier, Kroaten, Rumänen, Polen, Tschechen, Ungarn etc.) - 1. und 2. getrennt auswertbar
 - Zum Start bereits über 3.000 Migranten im Panel
 - "Ethnomix"-Online-Panel noch urbaner, einkommensstärker, jünger und gebildeter als österreichischer Migranten-Durchschnitt – besonders interessant für die Wirtschaft

Online-Umfragen und Studien

- **Daten schnell und kostengünstig für Auftraggeber verfügbar**
 - Etablierte meinungsraum-Technik, jetzt mehrspr. (TK, SRB, HR, ARAB etc.)
 - Parallel-Umfragen im großen meinungsraum.at-Panel
 - Vergleiche "alte" vs. "neue" Österreicher einfach möglich

Fokusgruppen und qualitative Interview-Serien

- **Fokusgruppen und qualitative Interviews**
 - Neben Online-Umfragen bietet EthnOpinion auch Fokusgruppen und qualitative Interviews und damit direkten Zugang zu Migranten-Gruppen an
 - Unterstützung durch große "biber"-Community, Events etc.

Interkulturelle PR und Strategie-Beratung

- **Wir ermöglichen Umfrage-Ergebnisse strategisch zu nützen**
 - Aufbereitung und Einbindung in Produktentwicklung, Werbung, PR und Marketing
 - Interkulturelles Coaching – vom Management bis zum Vertrieb
 - Entwicklung und Umsetzung von PR-Projekten und Kampagnen
 - Große interkulturelle Beratungs-Erfahrung der PR-Agentur Skills
 - Eigenes "Skills Center Arab World", Europarat, Ägypt. Fremdenverkehrsamt, div. Schulprogramme etc.)

"EthnoMix"-Omnibus-Umfragen

- **Zusätzlich zu Auftragsstudien: EthnOpinion.at führt vierteljährlich selbst "EthnoMix"-Umfragen durch und veröffentlicht diese**
- **Erhoben werden gesellschaftliche Werte, Konsum- und Freizeitverhalten, politisches und soziales Engagement und Vertrauen in Politik und öffentliche Einrichtungen unter den "neuen Österreichern".**

ETHNOPINION

1. "EthnoMix"-Studie

Soziodemografische Daten,
Zahlen und Fakten

Ergebnisse der 1. EthnoMix-Umfrage



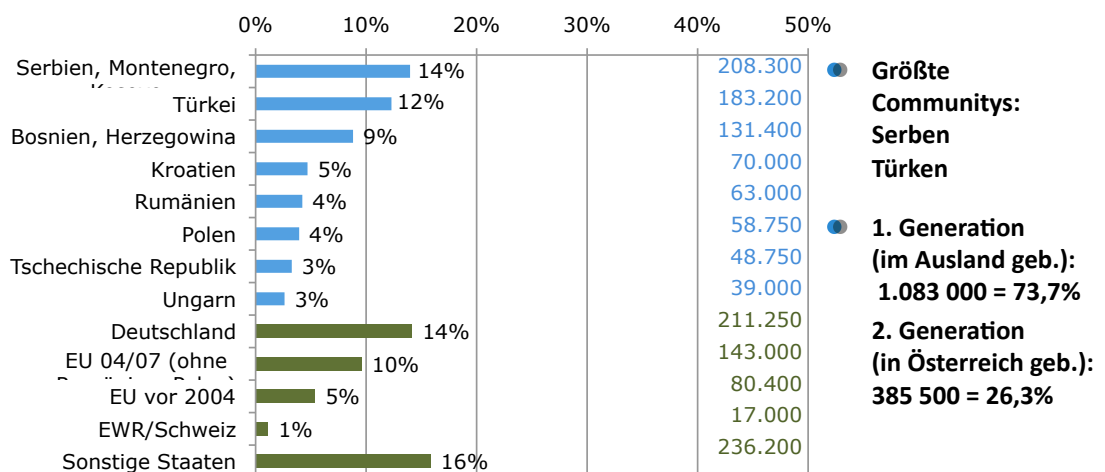
meinungsraum.at



ETHNOPINION

Zahlen und Fakten - Herkunftsland: Personen mit ausländischer Herkunft

Angaben in %

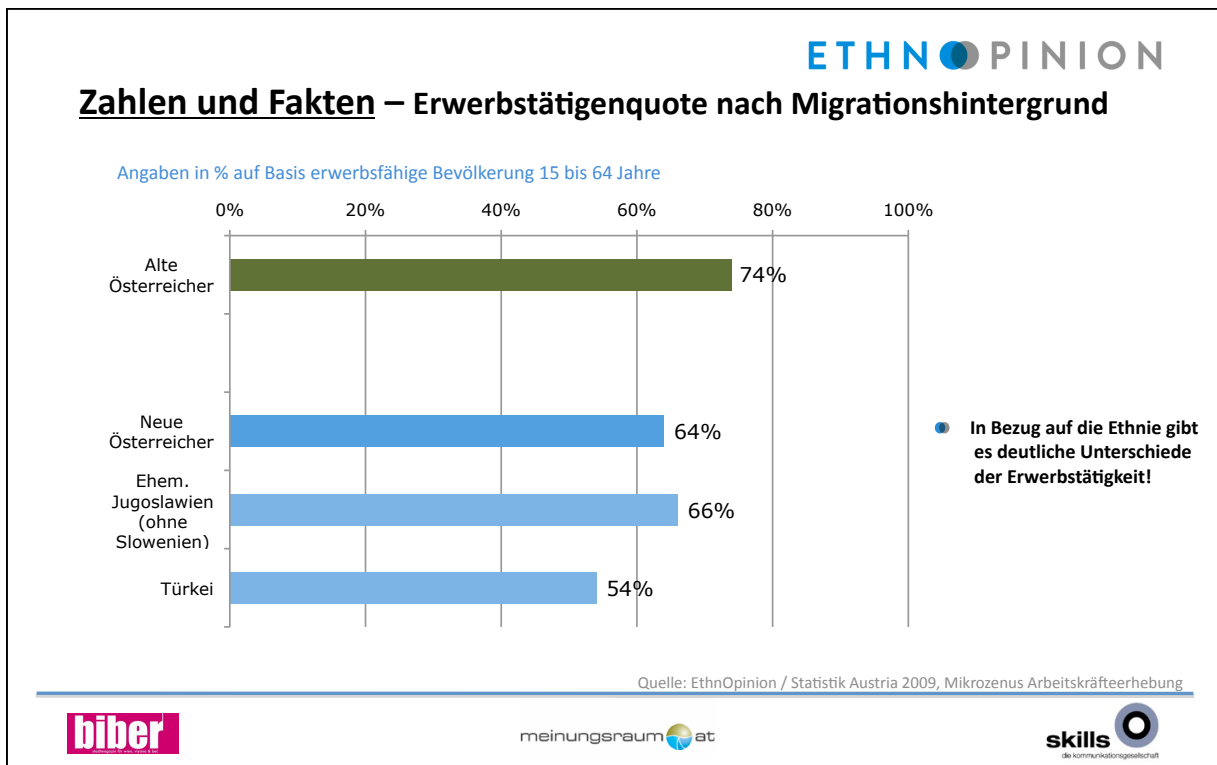
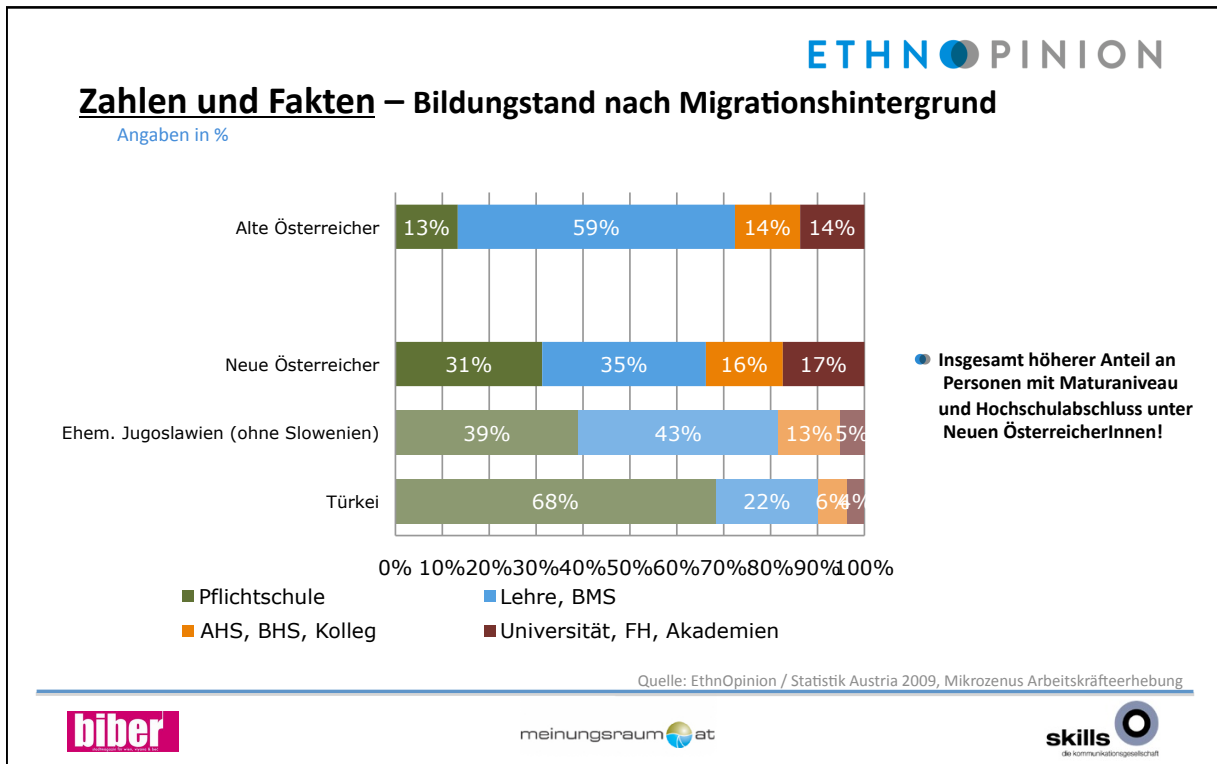


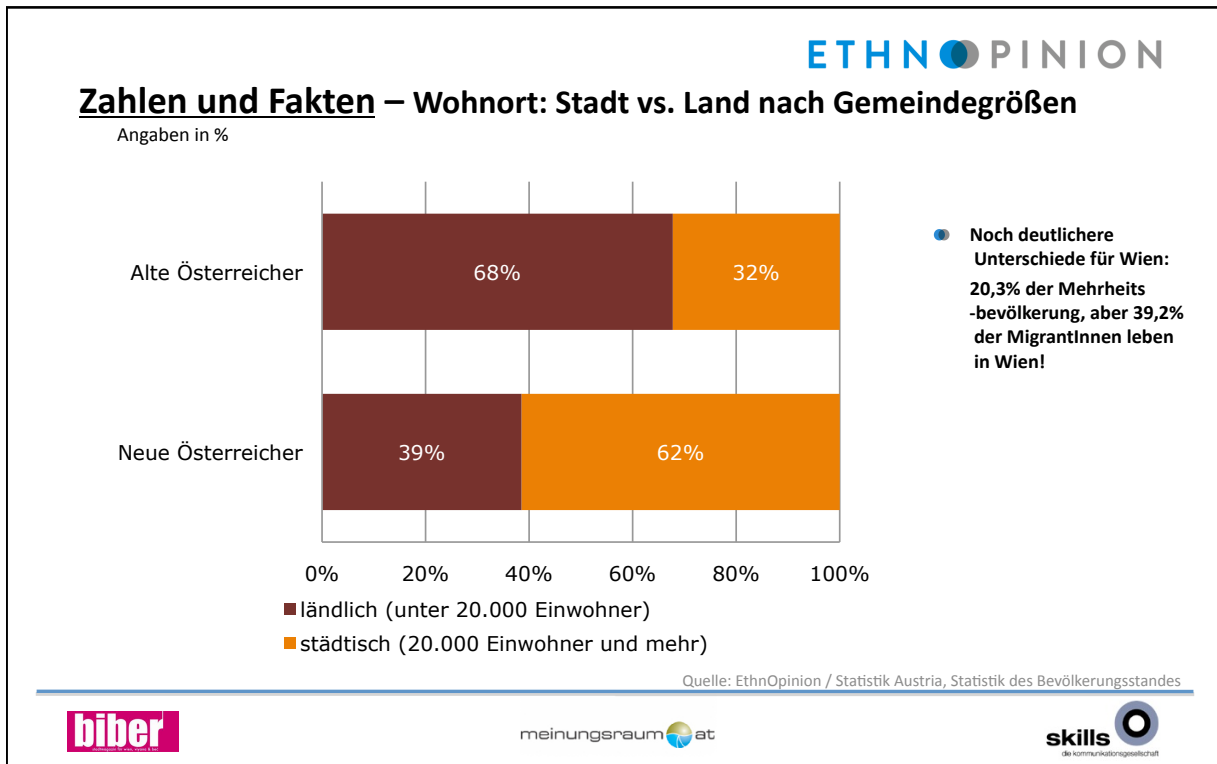
Quelle: EthnoOpinion / Statistik Austria 2010



meinungsraum.at







ETHNOPINION




1. "EthnoMix"-Umfrage

Ergebnisse

ETHNO PINION

Studienbeschreibung

Thematik	Alte und Neue ÖsterreicherInnen – Ein Vergleich
Feldzeit	22.09.2010 bis 15.10.2010, Zusatzinterviews (2) Ende Oktober
Durchführung von (Nettostichprobe)	CAWI Interviews
Durchschnittliche Interviewdauer	19 bis 20 Minuten
Zielgruppe	ÖsterreicherInnen, sowie Personen aus Österreich mit Migrationshintergrund [1. und 2. Generation]
Stichprobe	Gesamt: 1.527 TeilnehmerInnen 1) Befragung von 1.000 ÖsterreicherInnen (repräsentativ 14 bis 70 Jahre) 2) Befragung von zusätzlich 527 Personen aus Österreich mit Migrationshintergrund der 1. und 2. Generation

ETHNO PINION

Definitionen




Migrant – dauerhaft Wohnhaft in Österreich, ausländische Herkunft

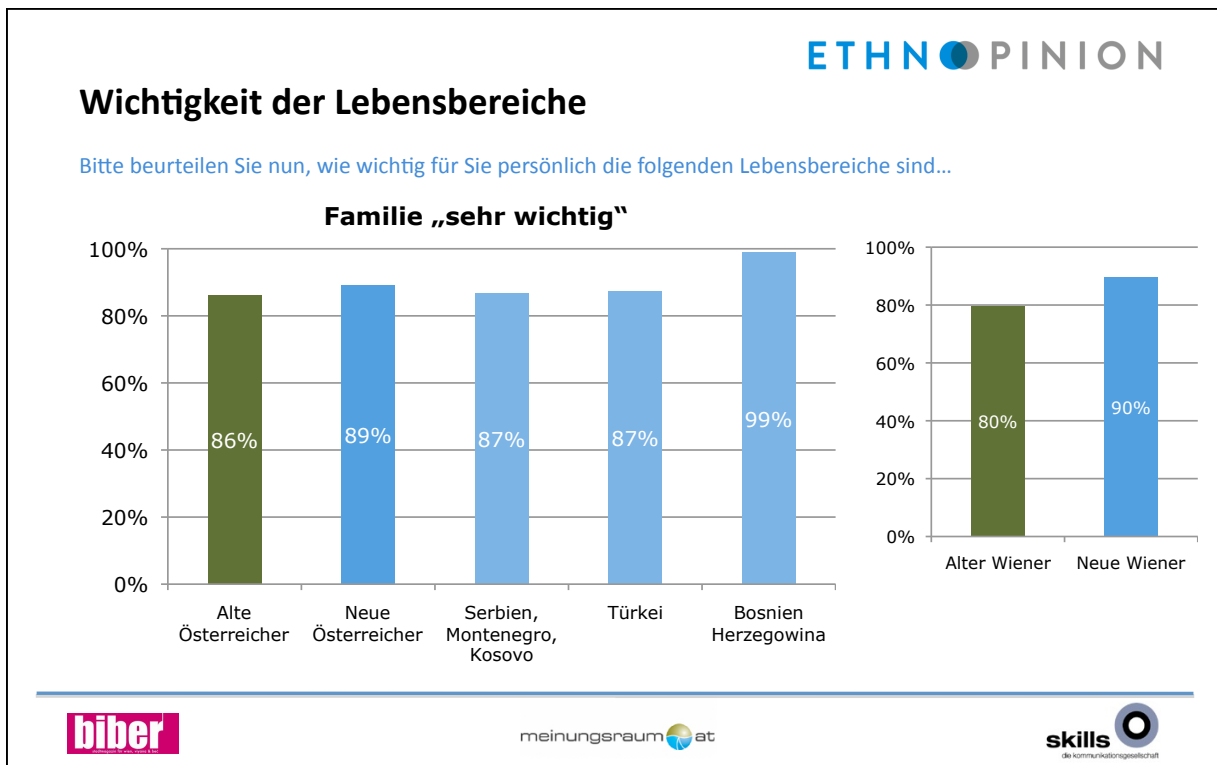
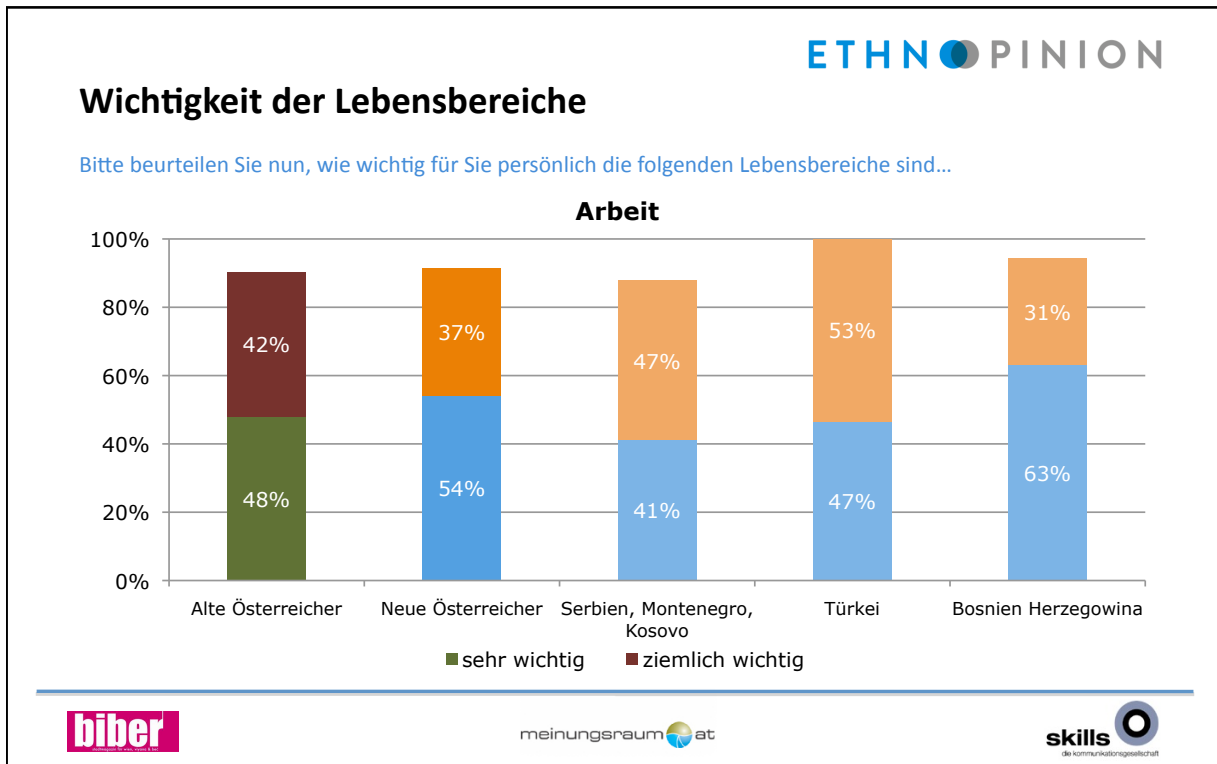
1. Generation – eigener Geburtsort und Geburtsort beider Eltern im Ausland

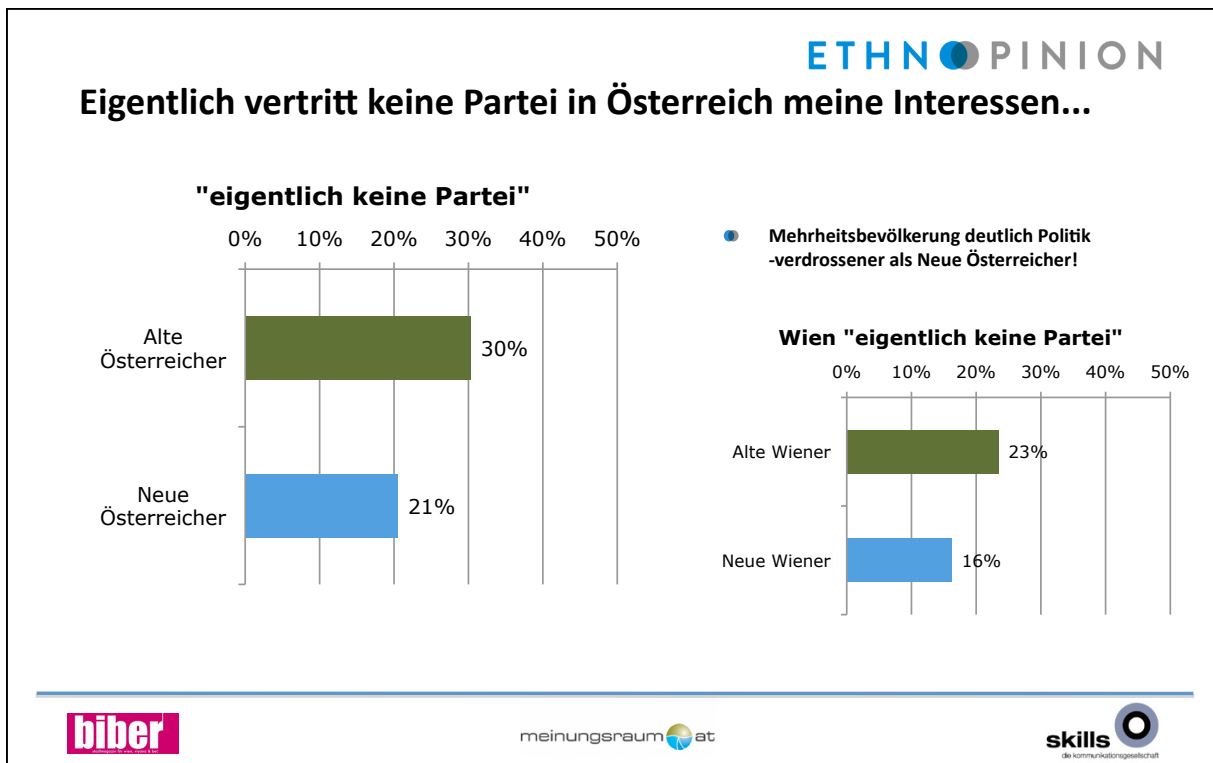
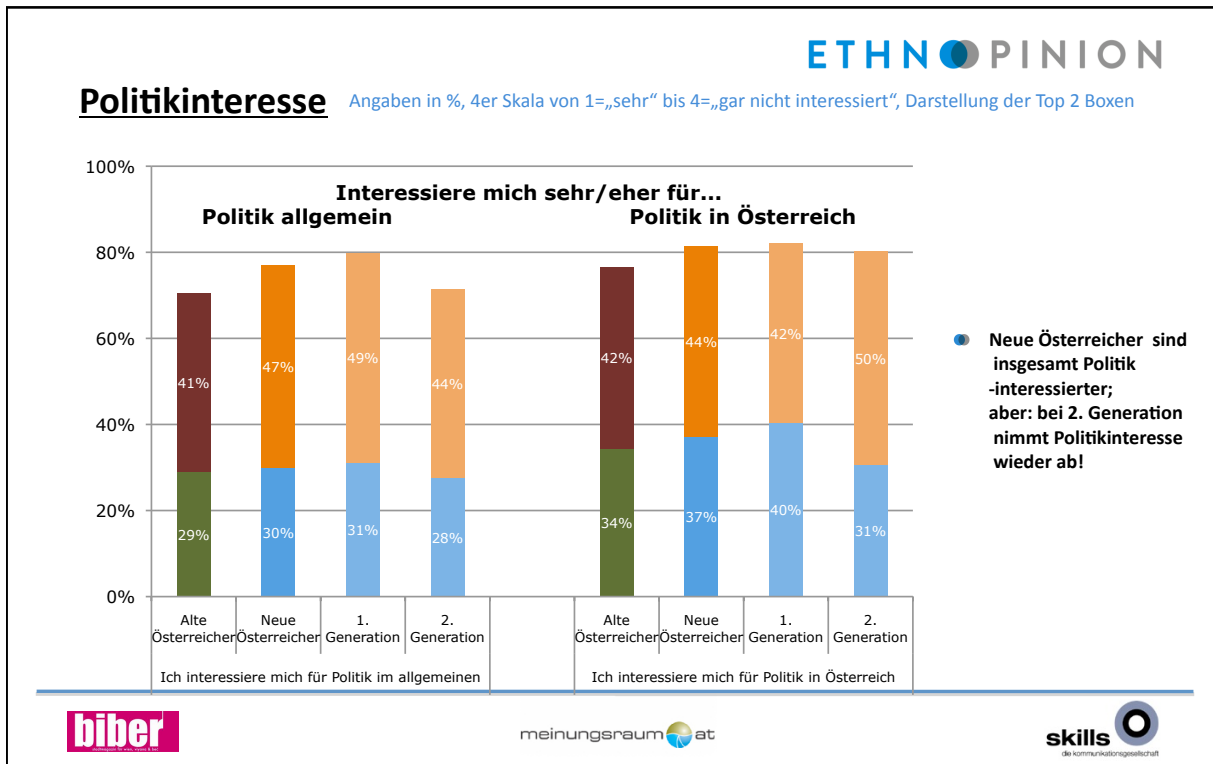
2. Generation – eigener Geburtsort in Österreich und Geburtsort beider Eltern im Ausland

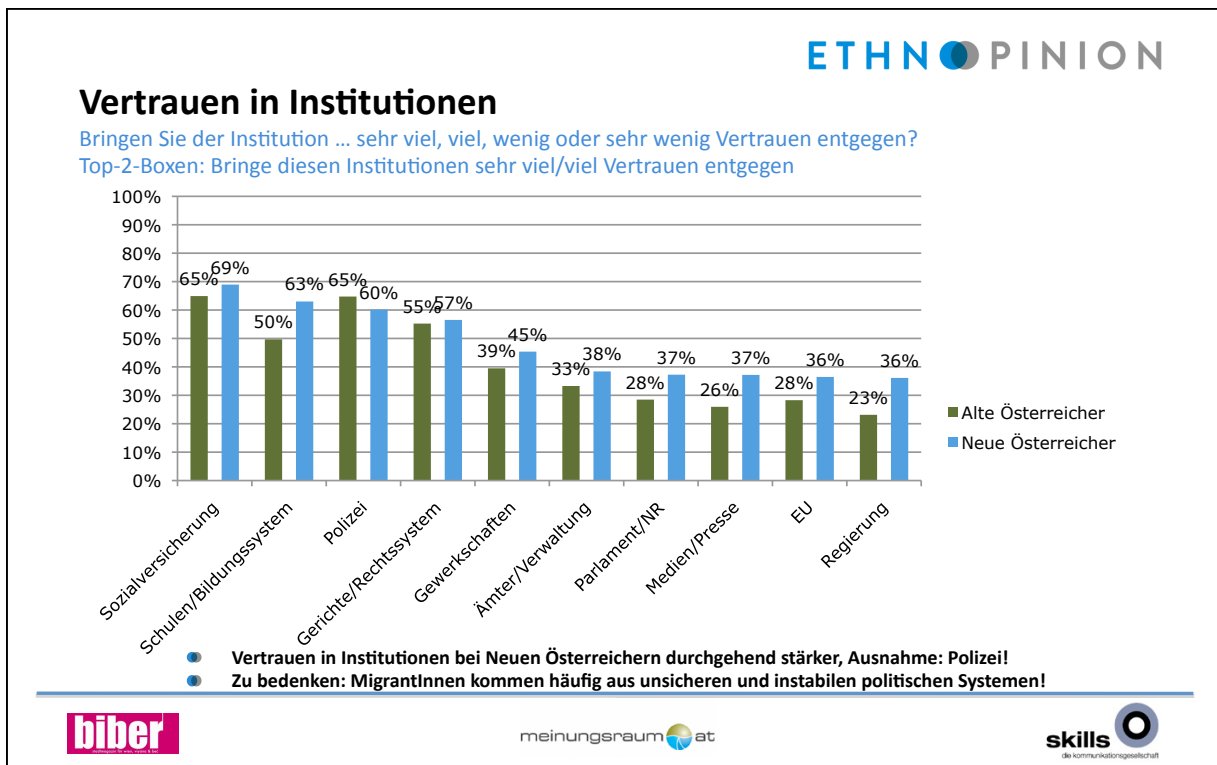
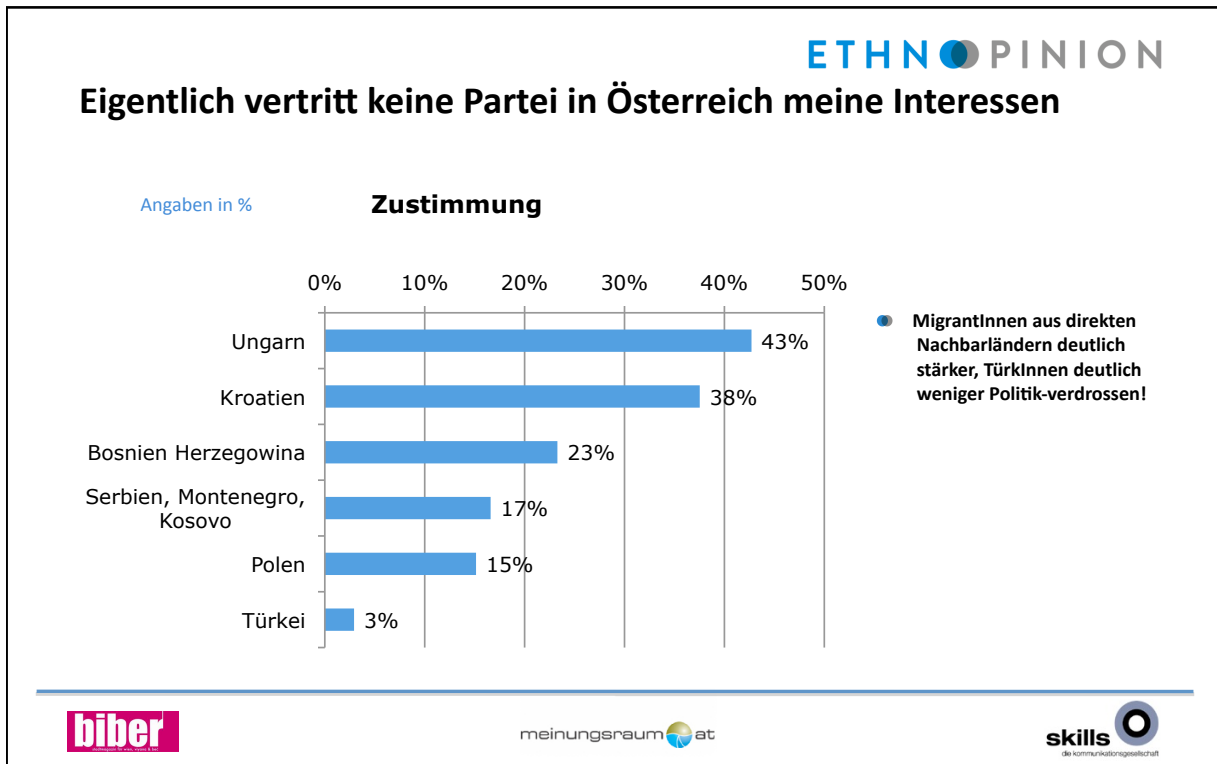
„Neue Österreicher“ – Sammelbegriff für 1., 2. und ggf. 3. Generation

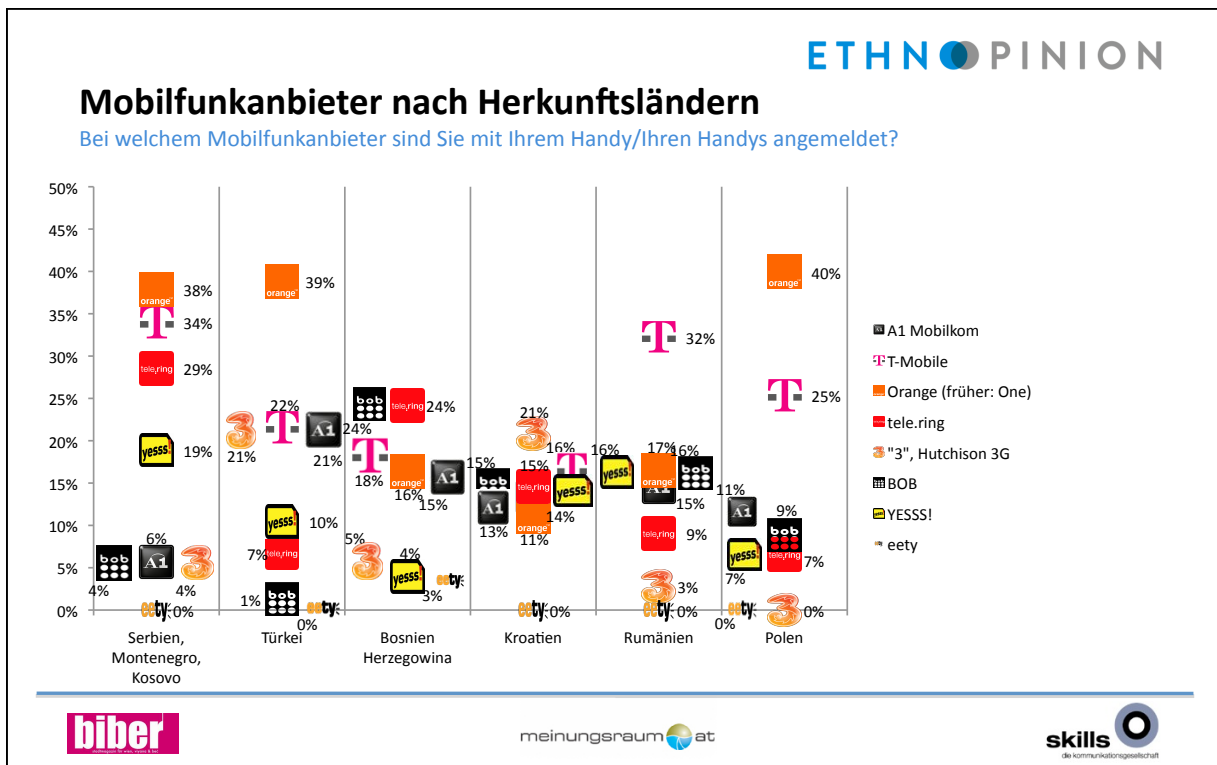
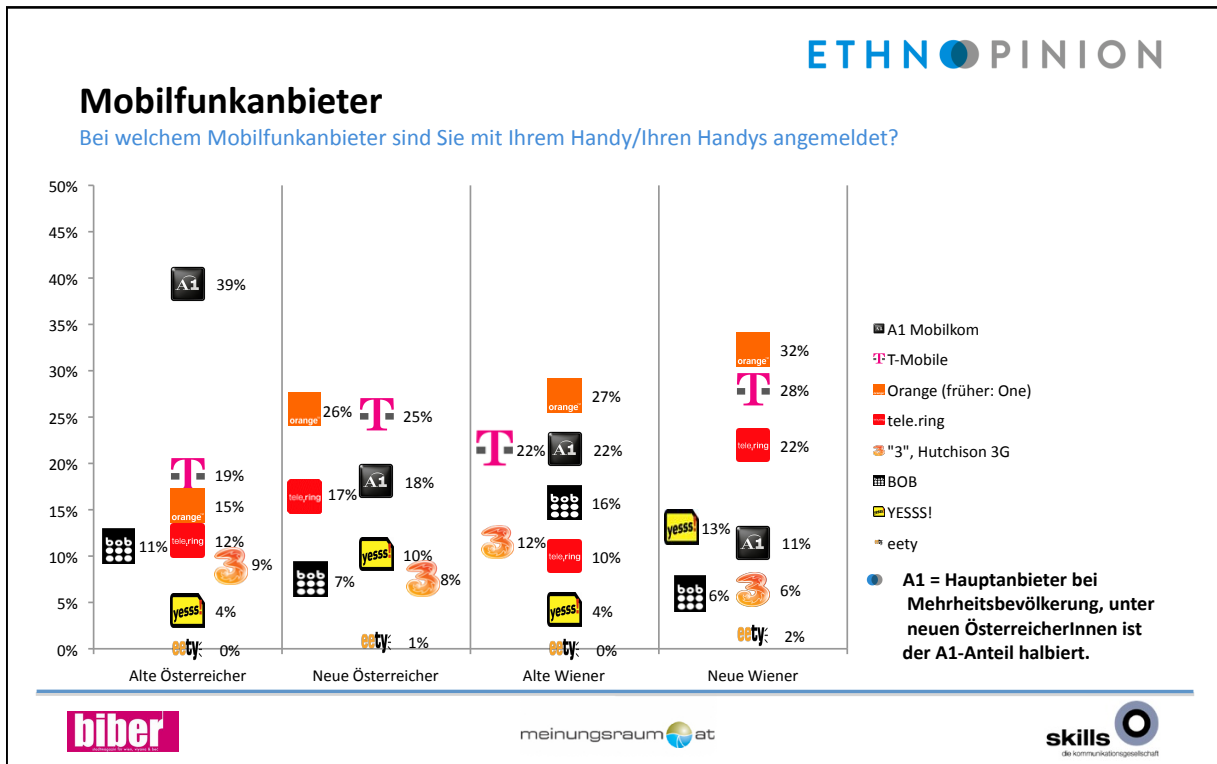
„Alte Österreicher“ – selbst und beide Eltern in Österreich geboren

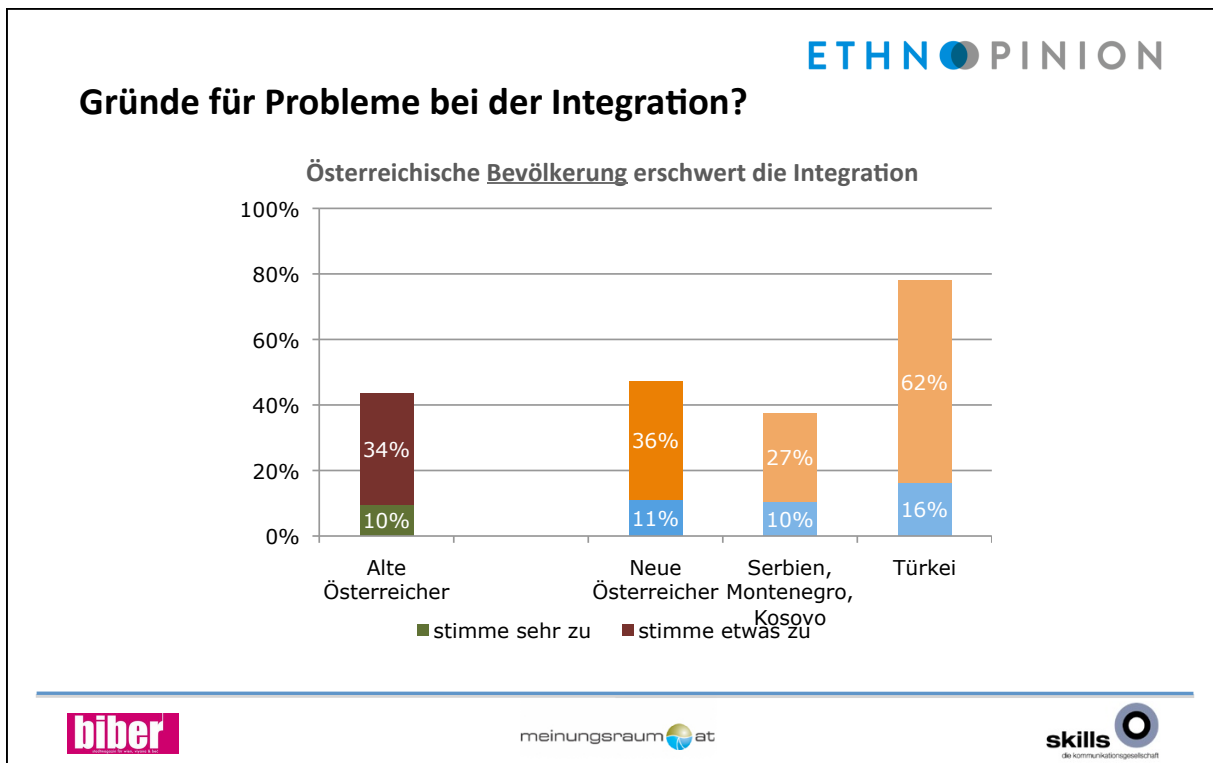
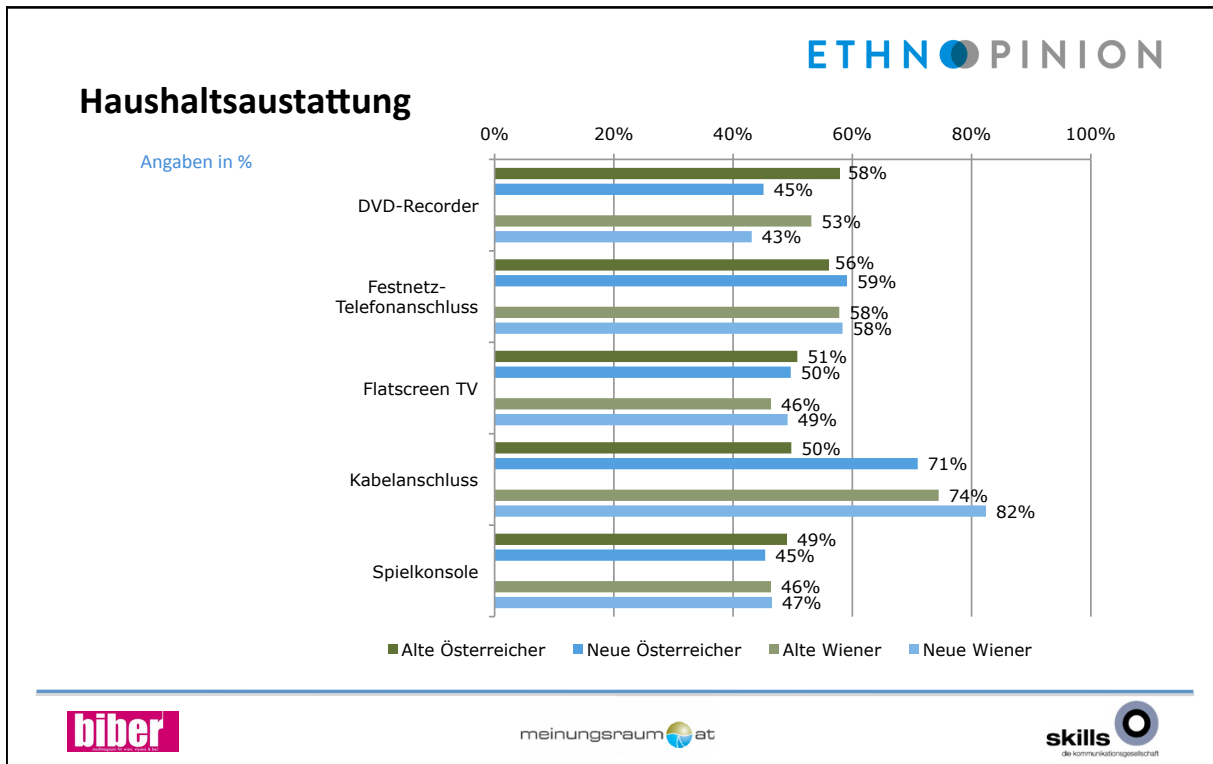




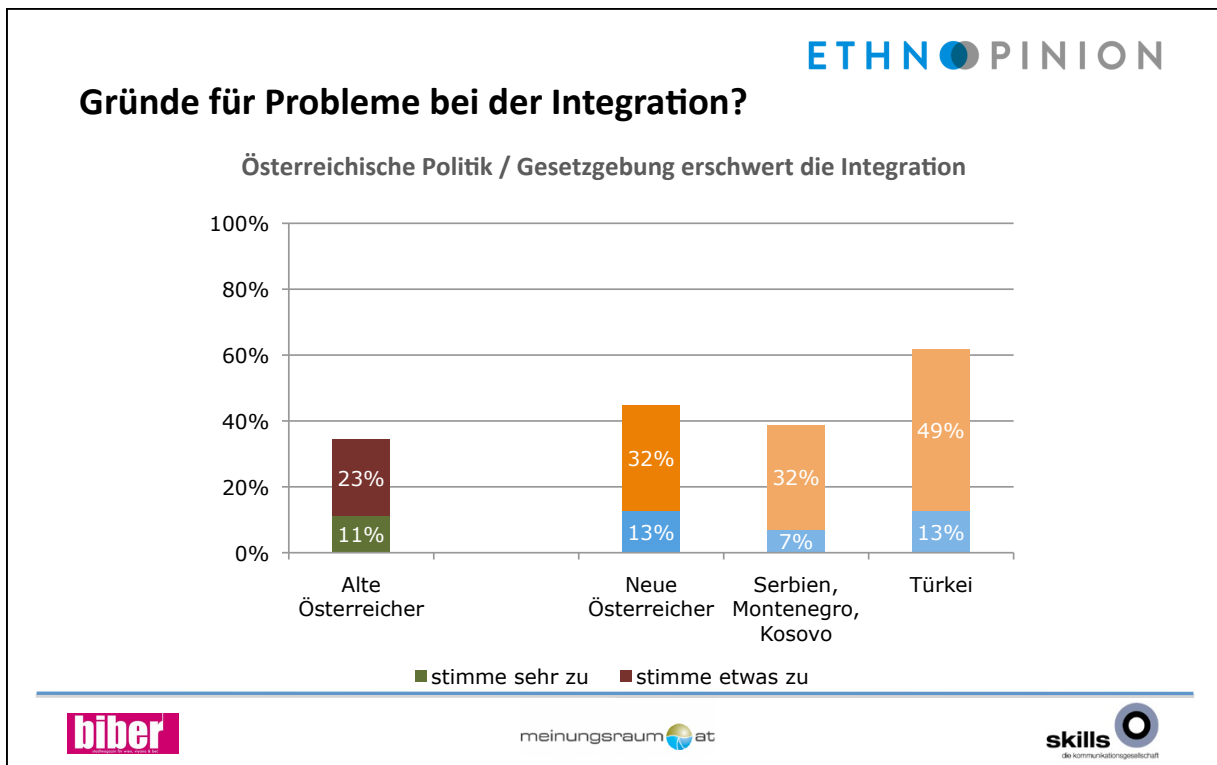
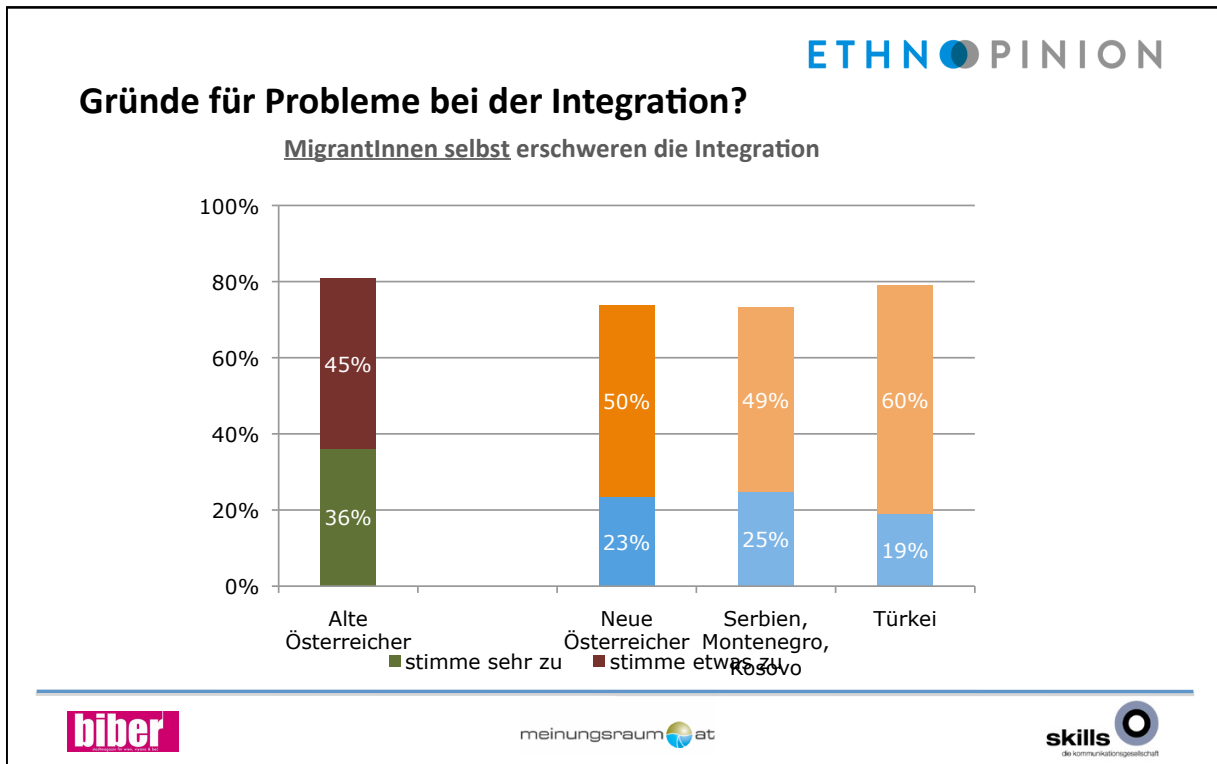


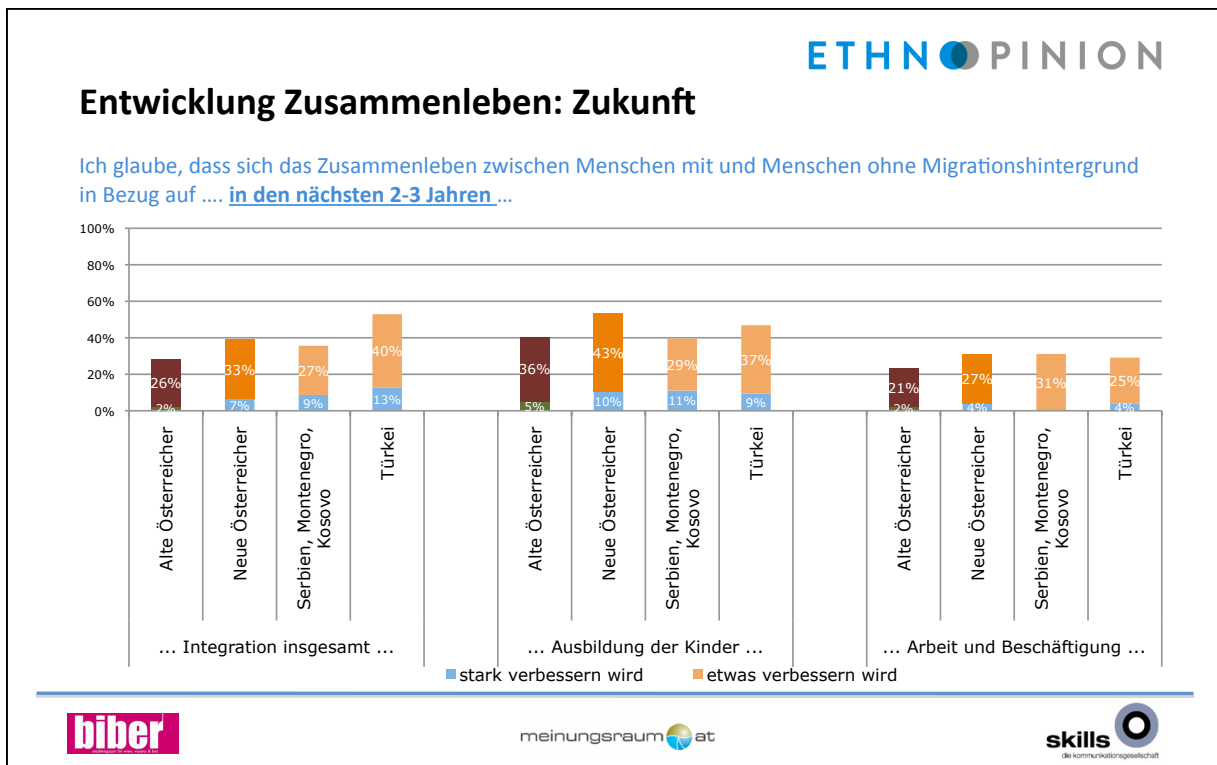
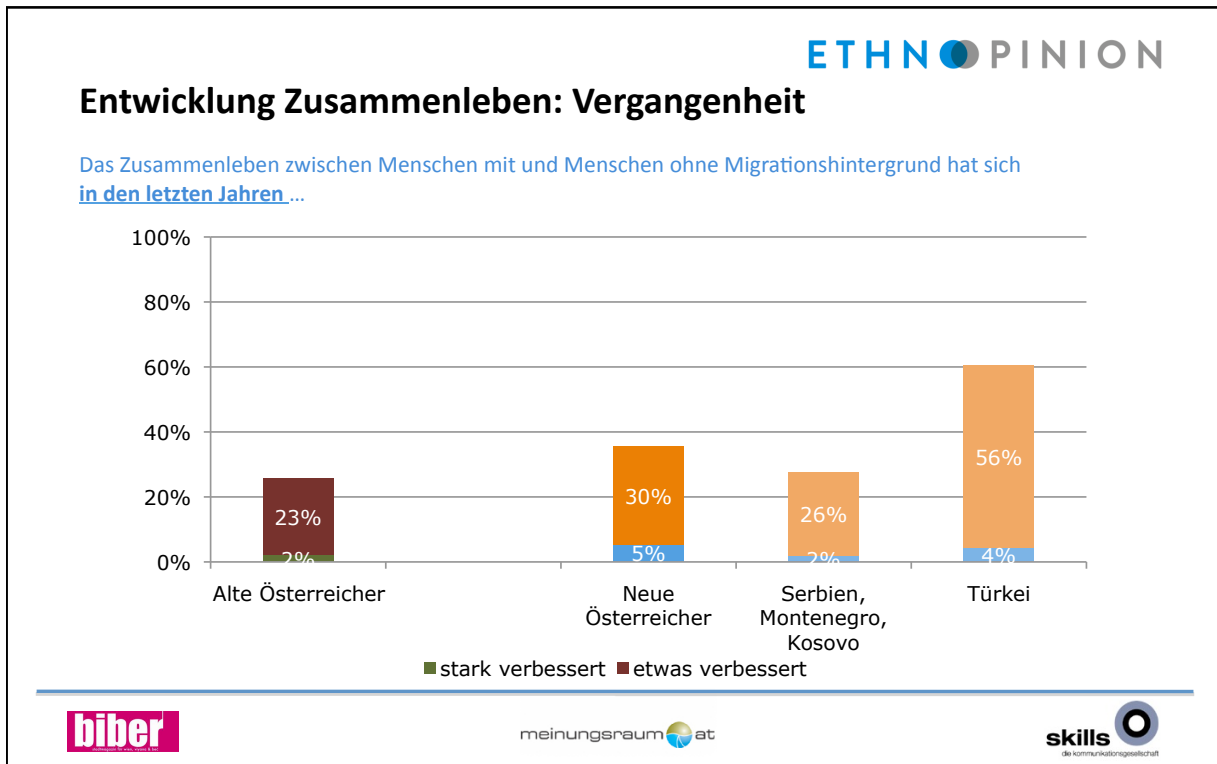


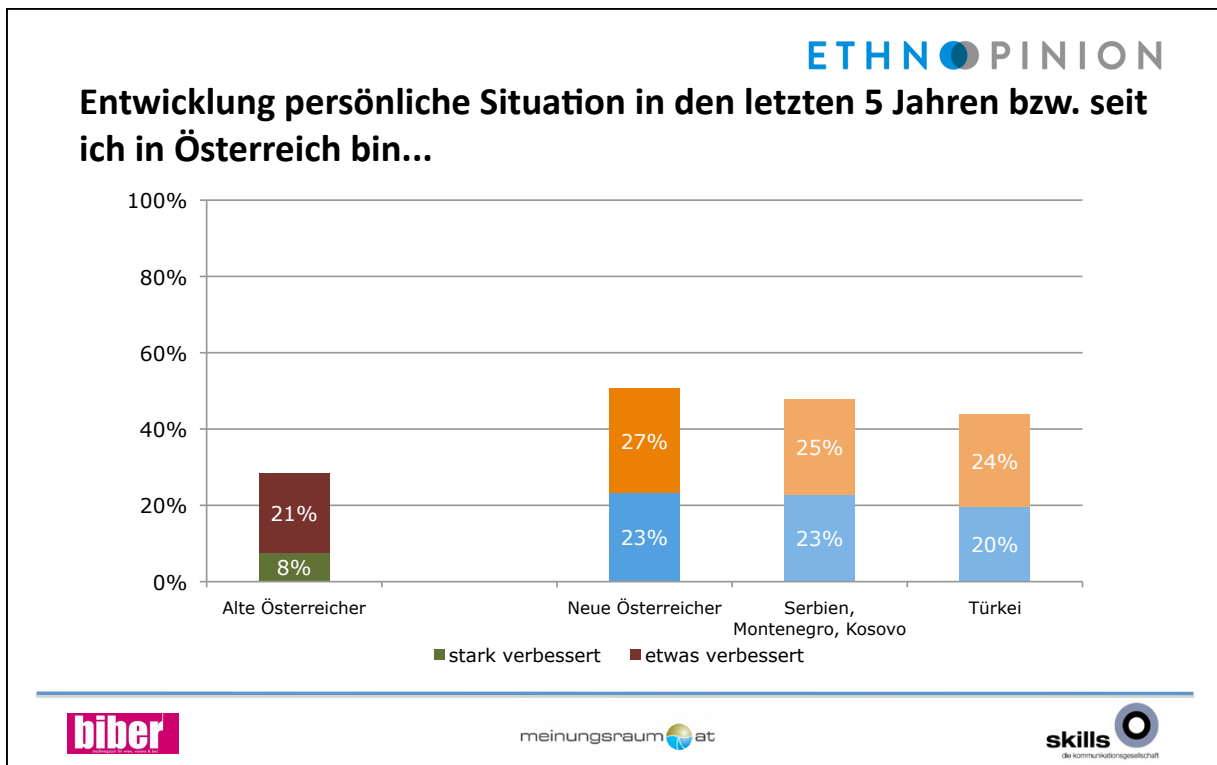
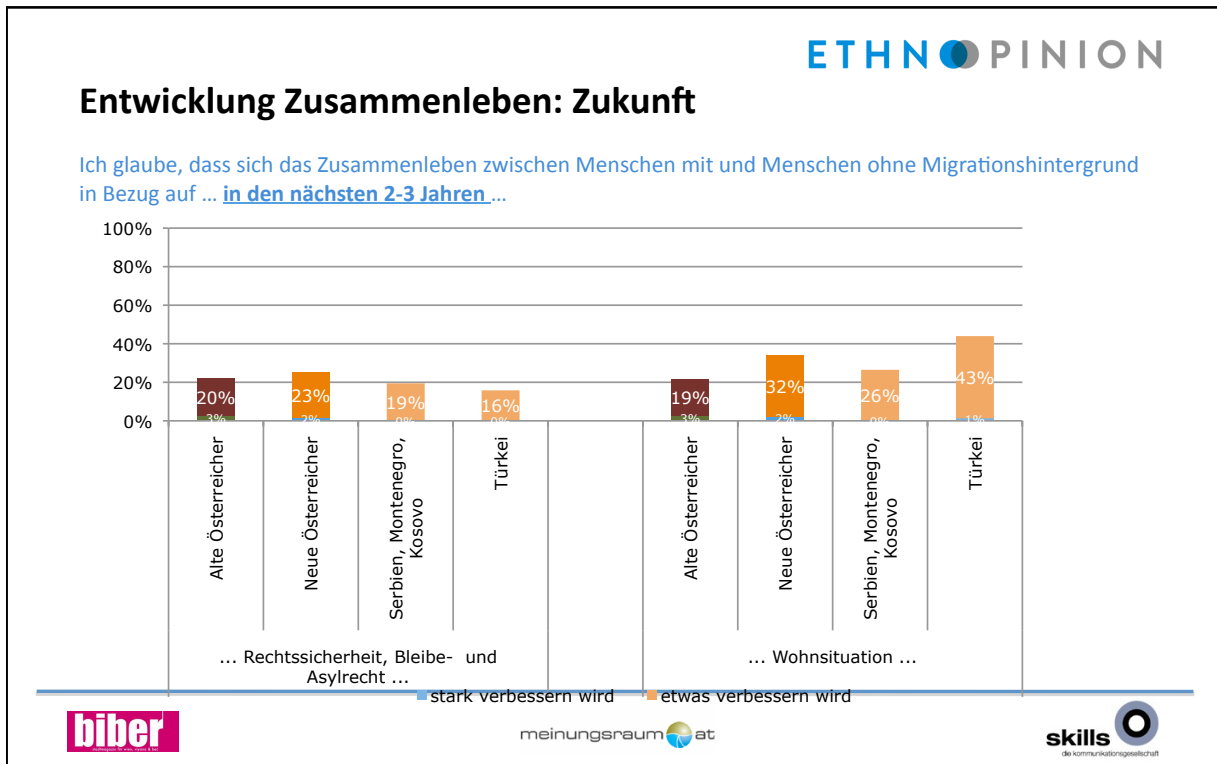












Zusammenfassung

- Meinungsraum.at, biber und Agentur Skills gründen gemeinsam Ethnopinion, das 1. Institut für Migratenumfragen
- "Neuen Österreichern" wird eine differenzierte Stimme verliehen
- Aussagekräftige Entscheidungsgrundlagen für Wirtschaft und Politik sind nun rasch verfügbar
- Weitere Infos unter www.ethnopinion.at