

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Close To Me

Marken, die unseren Alltag prägen

Baden, im Oktober 2018



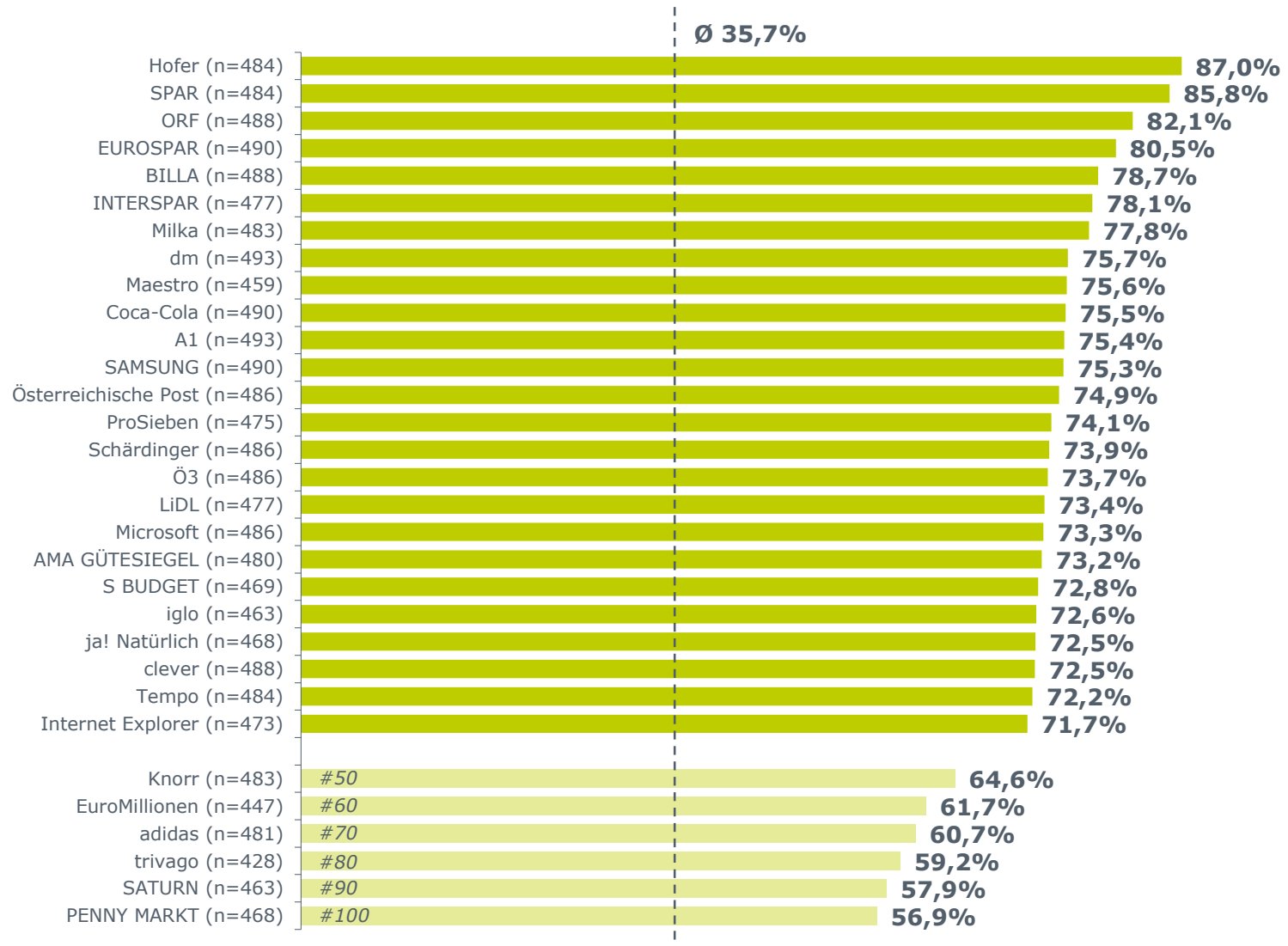
Umfrage-Basics

Methode	CAWI Marketagent.com Online Access Panel
Respondenten	Mitglieder des Marketagent.com Online Access Panels
Panel-Size:	> 1.200.000 Panelisten (+ 1.300 neue Mitglieder pro Tag)
Panel-Zertifizierung	ISO 26362
Sample-Größe	n = 500 Netto-Interviews pro Welle
Anzahl der Wellen	50 Erhebungswellen zu je 20 Marken
Sample-Struktur	gem. österreichischer Gesamt-Bevölkerung: 14 – 69 Jahre
Inzidenz	100% jeder Teilnehmer qualifiziert sich
Brands	20 Marken pro Welle Gesamt: 1.000 Marken
Erhebungszeitraum	Dezember 2017 – Februar 2018
Umfang	22 geschlossene Fragen

**1.000
Marken
25.084
Interviews**

Markenpräsenz

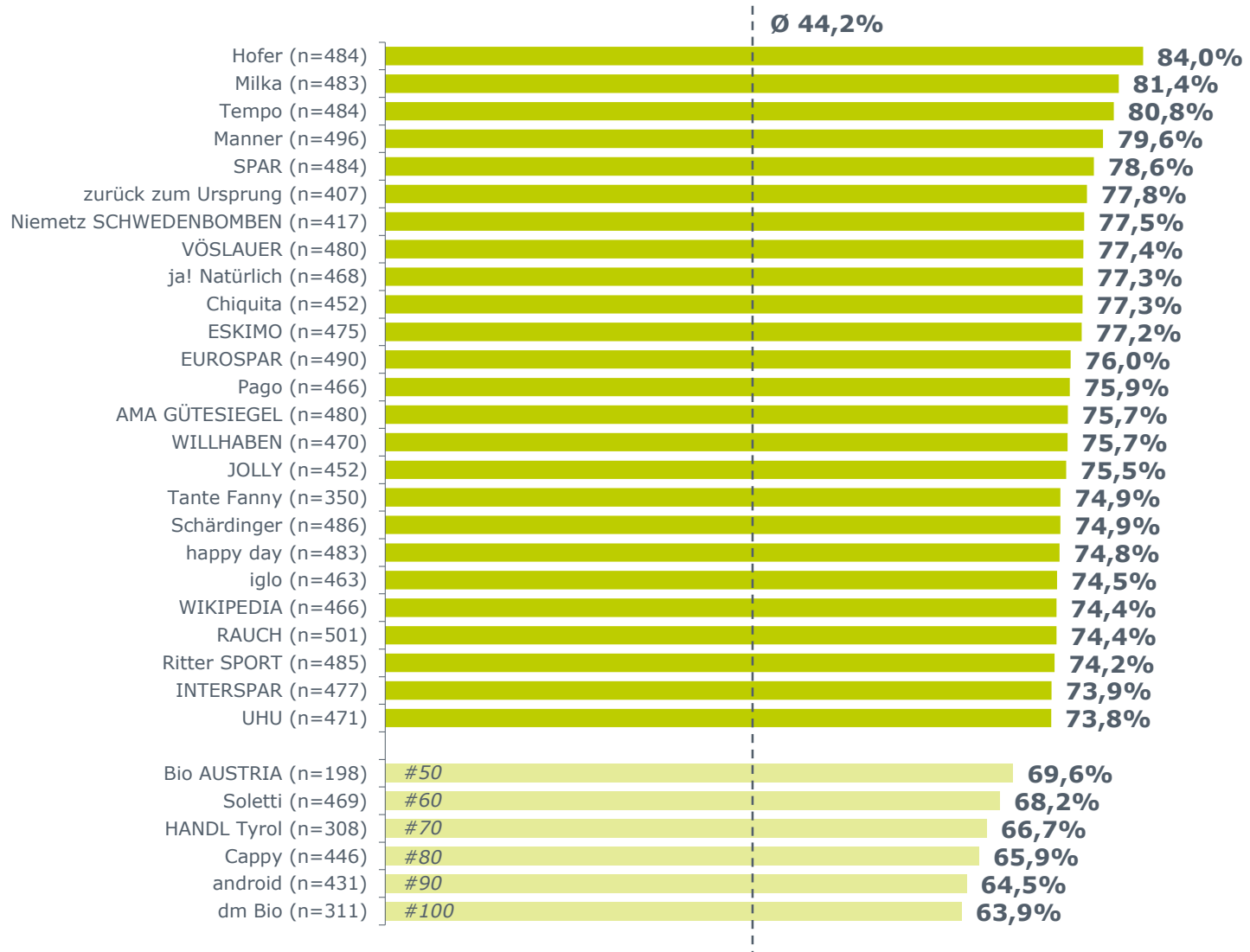
Top-2-Box: 1 = sehr präsent & 2 | 5-stufige Skalierung | Top 25 von 1.000 Marken



Top: 87,0% | Average: 35,7% | Bottom: 7,7%

Sympathie

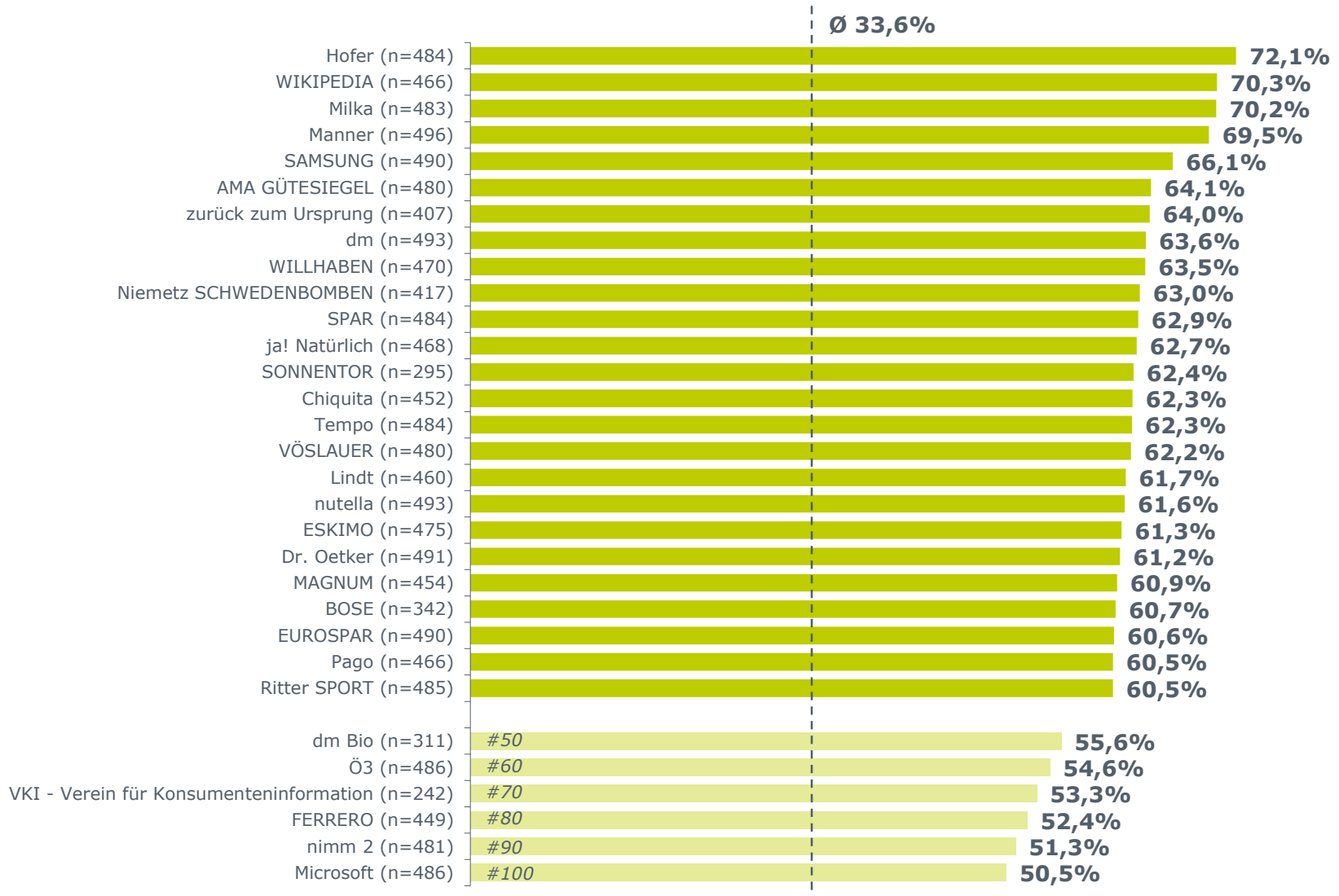
Top-2-Box: 1 = sehr sympathisch & 2 | 5-stufige Skalierung | Top 25 von 1.000 Marken



Top: 84,0% | Average: 44,2% | Bottom: 7,1%

Marken-Faszination

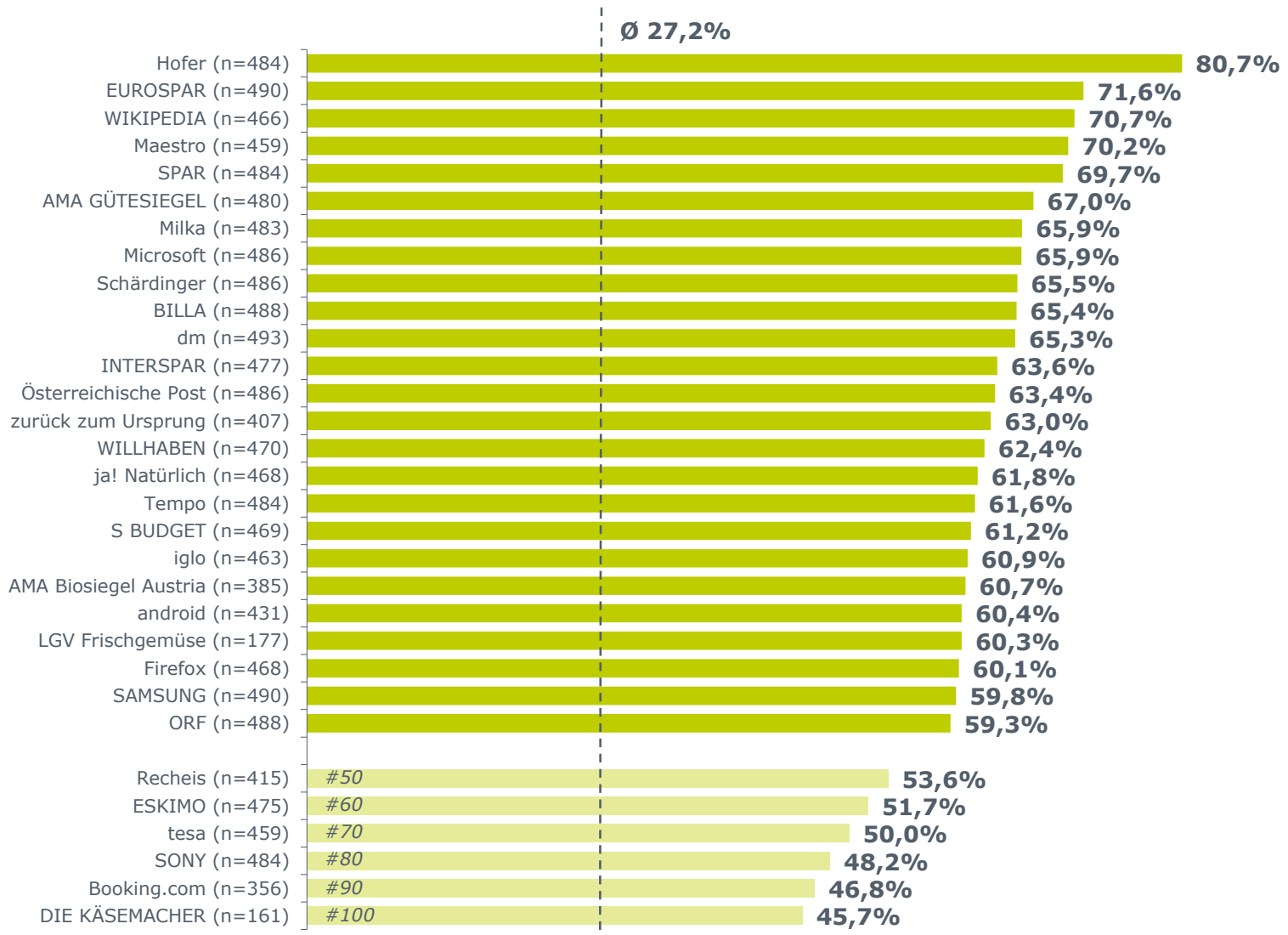
Top-2-Box: 1 = diese Marke fasziniert mich & 2 | 5-stufige Skalierung | Top 25 von 1.000 Marken



Top: 72,1% | Average: 33,6% | Bottom: 8,0%

Persönliche Relevanz

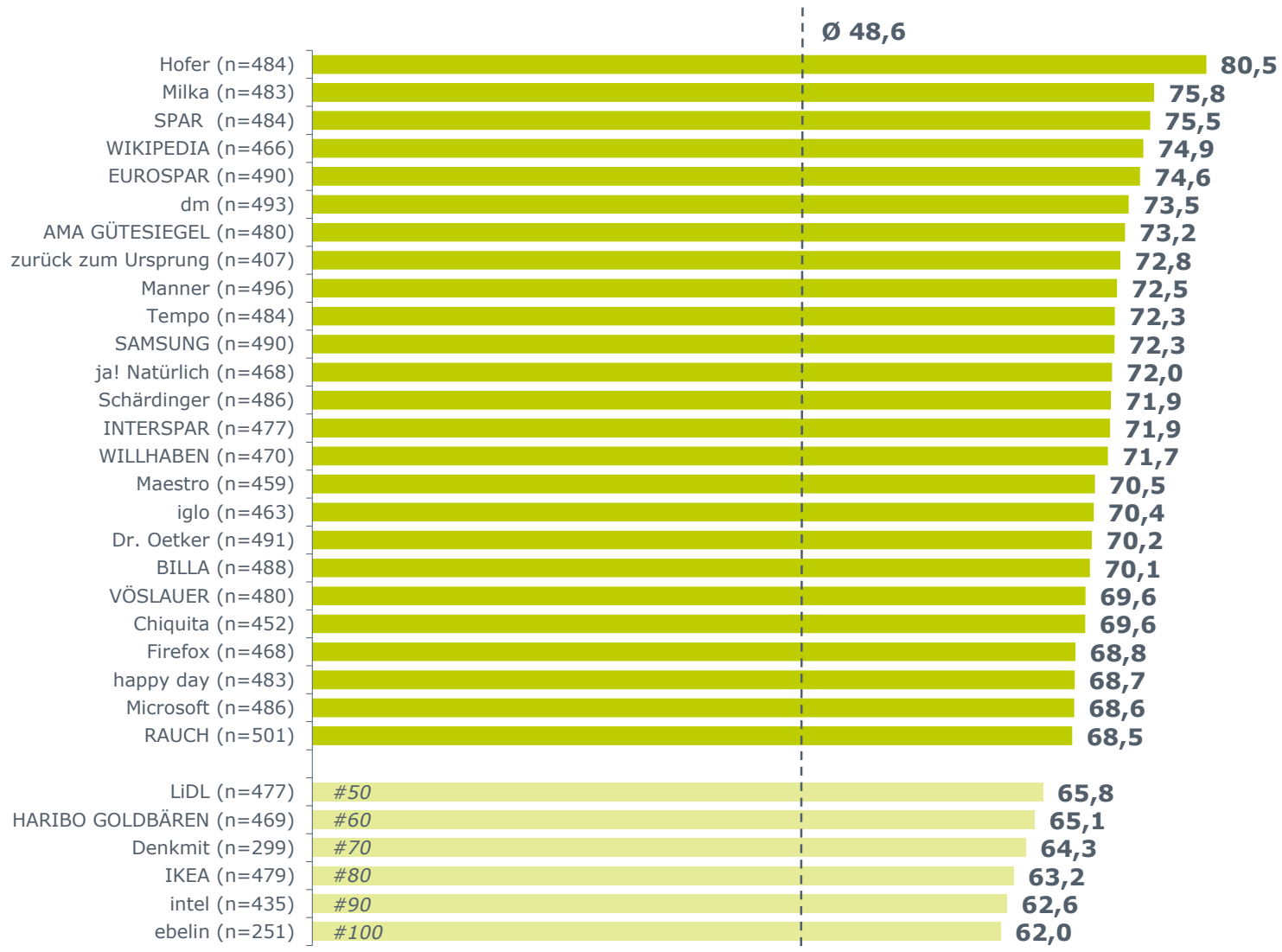
Top-2-Box: 1 = sehr relevant & 2 | 5-stufige Skalierung | Top 25 von 1.000 Marken



Top: 80,7% | Average: 27,2% | Bottom: 3,4%

Close To Me-Index

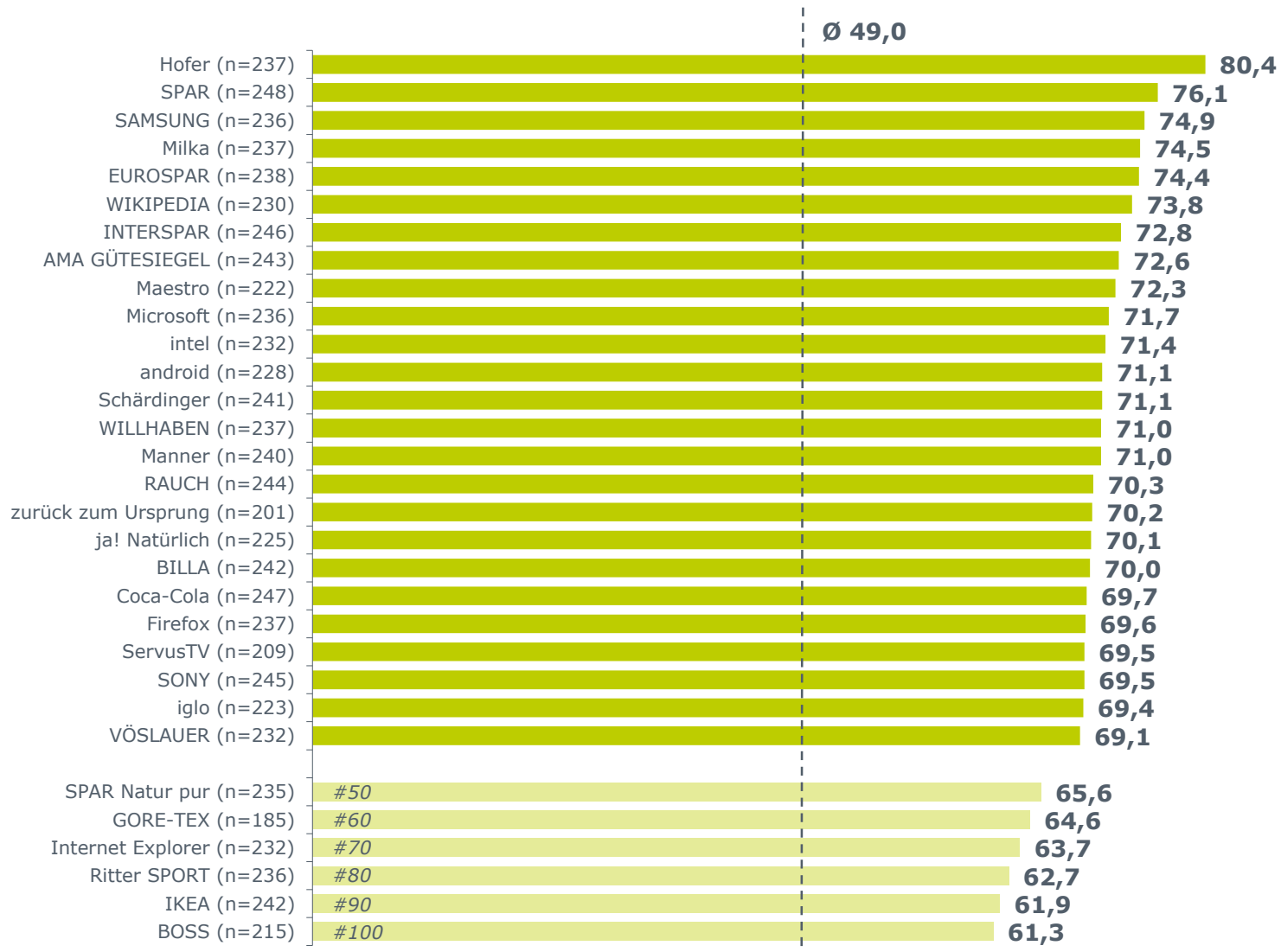
Top 25 von 1.000 Marken | Index errechnet aus Markenpräsenz, Sympathie, Markenfaszination, persönliche Relevanz



Top: 80,5 | Average: 48,6 | Bottom: 26,6

Close To Me-Index bei Männern

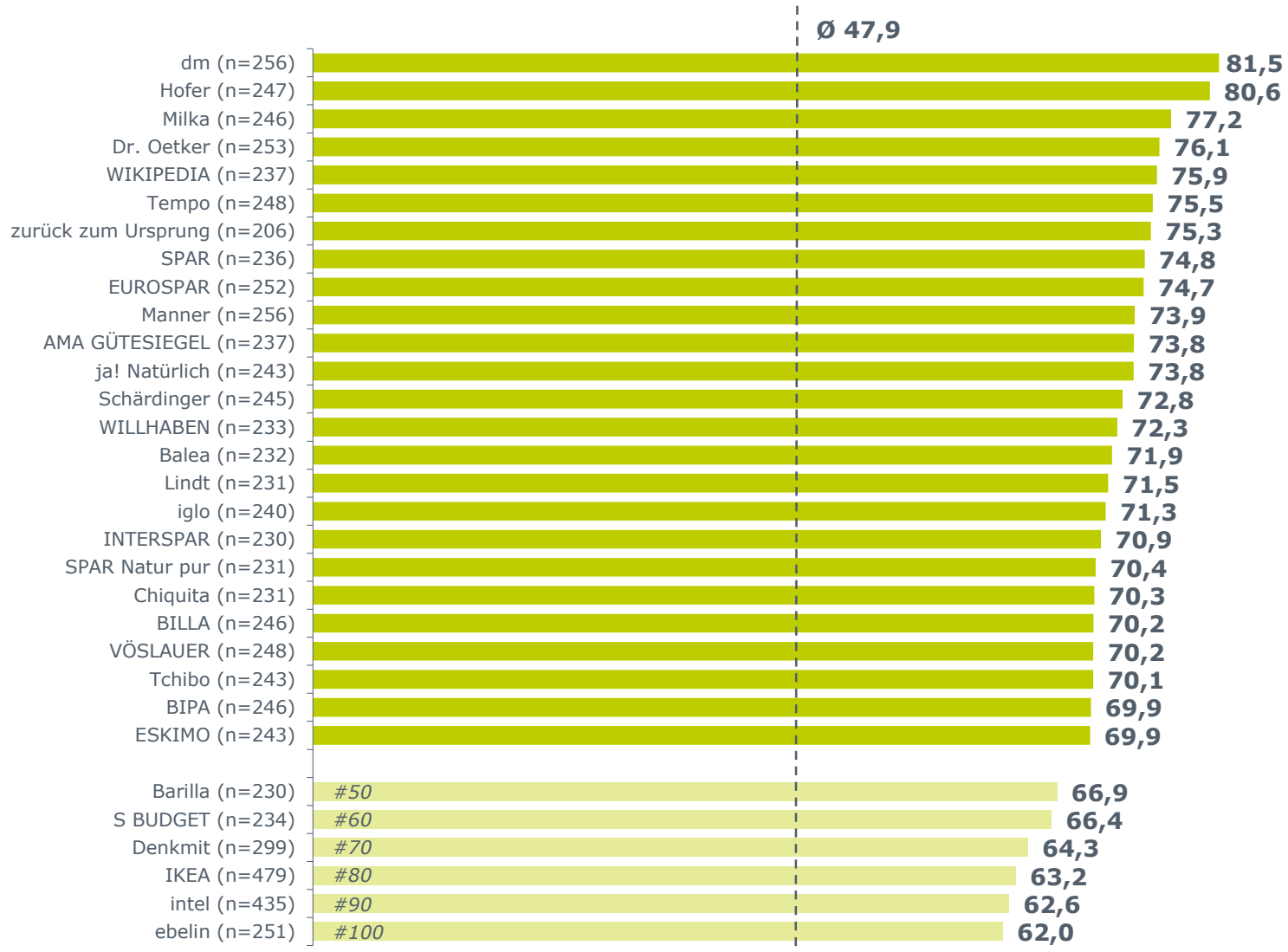
Top 25 von 1.000 Marken | Index errechnet aus Markenpräsenz, Sympathie, Markenfaszination, persönliche Relevanz



Top: 80,4 | Average: 49,0 | Bottom: 28,5

Close To Me-Index bei Frauen

Top 25 von 1.000 Marken | Index errechnet aus Markenpräsenz, Sympathie, Markenfaszination, persönliche Relevanz



Top: 81,5 | Average: 47,9 | Bottom: 23,4

Erklärung zu den Benchmarks:

Die Benchmarks bei skalierten Fragen beziehen sich immer auf die Top-2-Box der jeweiligen Bewertungskategorie (d.h. „sehr bzw. eher ...“). Die Benchmarks wurden auf Basis aller erhobenen Unternehmen berechnet (n=1000* Marken), ungeachtet der Branche etc..

Erklärung zu den einzelnen Werten:

<u>Top</u>	<u>höchster</u> Top-2-Wert, der der jeweiligen Bewertungskategorie zugeordnet wurde
<u>Average</u>	Top-2-Wert, der der jeweiligen Bewertungskategorie <u>durchschnittlich</u> zugeordnet wurde
<u>Bottom</u>	<u>niedrigster</u> Top-2-Wert, der der jeweiligen Bewertungskategorie zugeordnet wurde

* In die Berechnung der jeweiligen Benchmarks wurden nur jene Marken n≥50 einbezogen



Lisa Eberhardsteiner, MSc
l.eberhardsteiner@marketagent.com
+43 2252 – 909 009

Mühlgasse 59
A-2500 Baden
www.marketagent.com