



PRESSEINFORMATION

Österreichs Werbeliebblinge 2017

Der Werbefaktor „Promi“

Steigt unser Interesse an einem Produkt, sobald prominente Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben dafür werben? In einer aktuellen Studie hat das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com die heimische Prominenz aus der Welt des Sports, des Schauspiels, der Musik und der Unterhaltungsbranche genauer unter die Lupe genommen. Ergebnis: Rund 4 von 10 befragten Österreichern finden es gut, wenn Marcel Hirscher & Co Werbung machen. Doch inwieweit lassen sich Herr und Frau Österreicher durch Attraktivität oder Sympathie in ihren Kaufentscheidungen beeinflussen?

Platz 1 um das Rennen der bekanntesten Promis belegt Formel 1 Legende und Österreichs Lieblings-Pilot Niki Lauda. So kennen den Mann mit der berühmten roten Kappe mehr als 9 von 10 Österreichern dem Aussehen oder dem Namen nach. Dahinter reiht sich „Anton aus Tirol“-Star DJ Ötzi (86,7%). Dicht auf den Fersen ist Armin Assinger (86,0%), der sich mit der Millionenshow zum bekanntesten Moderator katapultiert hat. Danach folgen Andreas Gabalier (85,2%), der sich als Volks-Rock’n’Roller einen Namen gemacht hat sowie der Inbegriff des österreichischen Schlagers Hansi Hinterseer (84,4%).

„Doch ein hoher Bekanntheitsgrad ist noch lange nicht alles. Damit ein Produkt in den Augen der Konsumenten aufgewertet wird, sollten wir auch eine gute Meinung von den prominenten Persönlichkeiten haben, die dafür werben“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. An die Spitze jener Promis, denen man insgeheim nacheifert, setzt sich unser alpiner Held Marcel Hirscher (30,9%). Beeindruckt sind 28,1% aber auch von unserem Schauspiel-Export nach Hollywood Christoph Waltz und von Christina Stürmer (28,0%). Erneut findet sich Niki Lauda mit 27,0% in diesem Ranking weit vorne wieder und auch Hermann Maier ist es gelungen aus seinen „Herminator“-Zeiten einen nachhaltig guten Eindruck zu hinterlassen (26,5%).

Den Titel des sympathischsten Promis bekommt Anna Veith von knapp der Hälfte der befragten Österreicher verliehen (49,4%). Mit Publikums-Liebling Michael Niavarani schafft aber auch ein Kabarettist den Sprung ganz nach vorne im Sympathie-Ranking (45,7%), dicht gefolgt von Marcel Hirscher (45,6%). Sein Sportler-Kollege Stefan Kraft belegt Rang vier (43,9%), Christina Stürmer den fünften Platz (41,6%).

Die Antwort auf die Frage nach der Attraktivität spricht eine eindeutige Sprache im Geschlechter-Wettkampf. So befinden sich ausschließlich Damen aus der Welt der Celebrities in den Top 5. Angeführt wird das Feld erneut von Ski-Star Anna Veith (65,1%), gefolgt von Everybody’s Darling Mirjam Weichselbraun (62,4%). Aber auch Michaela Kirchgasser (59,2%), Nina Proll (47,7%) und Schlager-Sängerin Petra Frey (45,6%) bestechen durch ihr attraktives Aussehen.

Wenn es darum geht, welche Personen des öffentlichen Lebens von den Österreichern am ehrlichsten wahrgenommen werden, haben unsere alpinen Stars die Nase ganz weit vorn. Knapp 4 von 10 schreiben Skispringer Stefan Kraft und Ex-Ski-Fahrer Benni Raich ein hohes Maß an Ehrlichkeit zu. Dahinter folgen Schauspielerinnen Adele Neuhauser (38,1%) und mit Hannes Reichelt erneut ein Skirennläufer (37,3%). Und auch in diesem Klassement finden wir unsere Christina Stürmer (35,5%) auf Rang 5 wieder.

Doch bei all den Lobgesängen rund um unsere Promis, gibt es unweigerlich auch solche, die uns manchmal ein wenig auf die Nerven gehen. Die „goldene Himbeere“ in diesem Ranking erhält Fußballer Marko Arnautovic (38,0%), aber auch Hansi Hinterseer (36,8%) und Song Contest Gewinnerin Conchita Wurst (35,3%) befinden sich unter den Top-Platzierten. Die Top 5 komplettieren Kabarettist Roland Düringer (33,2%) und DJ Ötzi (28,9%).

Aber widmen wir uns zum Schluss noch einmal einem erfreulicheren Thema. „Nicht nur einer der vermeintlich ehrlichsten, sondern auch der vertrauenswürdigste Promi ist für knapp 4 von 10 der befragten Österreicher der ehemalige Ski-Star Benjamin Raich“, so Schwabl weiter. Nur knapp dahinter hat sich Tatort-Kommissarin Adele Neuhauser einen Platz unter den vertrauenswürdigsten prominenten Persönlichkeiten ergattert (38,7%). Ihr Schauspiel-Kollege Harald Krassnitzer landet mit 33,5% auf dem fünften Platz und muss daher Hans Knauß (36,3%) und Christina Stürmer (35,4%) den Vorrang lassen.

Und welche dieser Promis sind uns nun tatsächlich aus der Werbung im Gedächtnis geblieben? Hier taucht plötzlich Fußball-Star David Alaba an der Spitze auf (69,7%) und lässt damit altbekannte Gesichter wie Hermann Maier (65,4%) oder Niki Lauda (63,8%) hinter sich. Aber auch die beiden Moderatoren Armin Assinger (61,3%) und Mirjam Weichselbraun (56,4%) sind dem Großteil der Österreicher aus der Werbung bekannt.

Baden bei Wien, 23. Februar 2017

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc
Mühlgasse 59
A-2500 Baden, Austria
l.eberhardsteiner@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 03.02.2017 – 10.02.2017
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.005 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 74 offene / geschlossene Fragen

- Studienleitung: Marketagent.com, Lisa Eberhardsteiner, MSc

Über Marketagent.com

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich rund 800.000 Web-Interviews durchgeführt und knapp 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 780.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Marketagent.com realisiert digitale Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca-Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die Bank Austria. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.