



PRESSEINFORMATION

BRAND.Swipe: Getränke Special

Alkoholische und alkoholfreie Getränke im Tinder-Test

Anfang des Jahres erfolgte der Startschuss für BRAND.Swipe – dem innovativen Tool zur Beurteilung von Marken nach dem Tinder-Prinzip. Seither schickt das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com täglich mehr als 1.000 Marken in den Sympathie-Test. Dieses Mal im Rampenlicht: Die Getränke-Branche mit Vöslauer, happy day und Almdudler unter den Top 3 der sympathischsten alkoholfreien Marken. Das Ranking der alkoholhaltigen Getränke führen Malibu, Jack Daniel's und Stiegl an.

Vor einigen Monaten launchten die Badener Marktforscher ihr neues Tool BRAND.Swipe, das eine intuitive Bewertung von Marken via Smartphone-App erlaubt. Das Besondere daran ist die „Swipe-Funktion“, bekannt geworden durch die App Tinder. „Auf einfache Art und Weise können wir so hunderttausende Markenbewertungen generieren und das innerhalb kürzester Zeit“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com zu BRAND.Swipe. Durch das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links, also einer positiven oder negativen Assoziation, wird spontan die Markensympathie von mehr als 1.000 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen erhoben. „Über die spielerische Abbildung eines Fragebogens auf dem Smartphone, fungiert BRAND.Swipe als Vorzeige Tool in der mobilen Marktforschung und erlaubt große Fallzahlen“, erklärt Schwabl weiter. Tagtäglich wird so die Sympathie von tausenden nationalen und internationalen Marken erhoben. Im vergangenen halben Jahr wurden in Summe beinahe 1,8 Millionen Markenbewertungen abgegeben.

Am Ende wird aus dem Quotienten aus „likes und dislikes“ ein Index errechnet, der auf Wochenbasis Aufschluss über die Markensympathie gibt. Über die Beobachtung der einzelnen Marken im Zeitverlauf können Trends und Entwicklungen verfolgt und als Indikator in der operativen Markenführung eingesetzt werden. Mit BRAND.Swipe werden jedoch keine Motive aufgedeckt, die hinter einer Markenbewertung stecken. Klassische Markenkernanalysen bleiben daher wichtige Maßnahmen, um Beweggründe zu durchleuchten.

Was das Markenbewertungstool aber erlaubt, sind branchenspezifische Analysen. Eine aktuelle Sonderauswertung zu BRAND.Swipe widmet sich der Getränke-Branche und nimmt 36 alkoholfreie und 42 alkoholische Getränke hinsichtlich ihrer Sympathie genauer unter die Lupe.

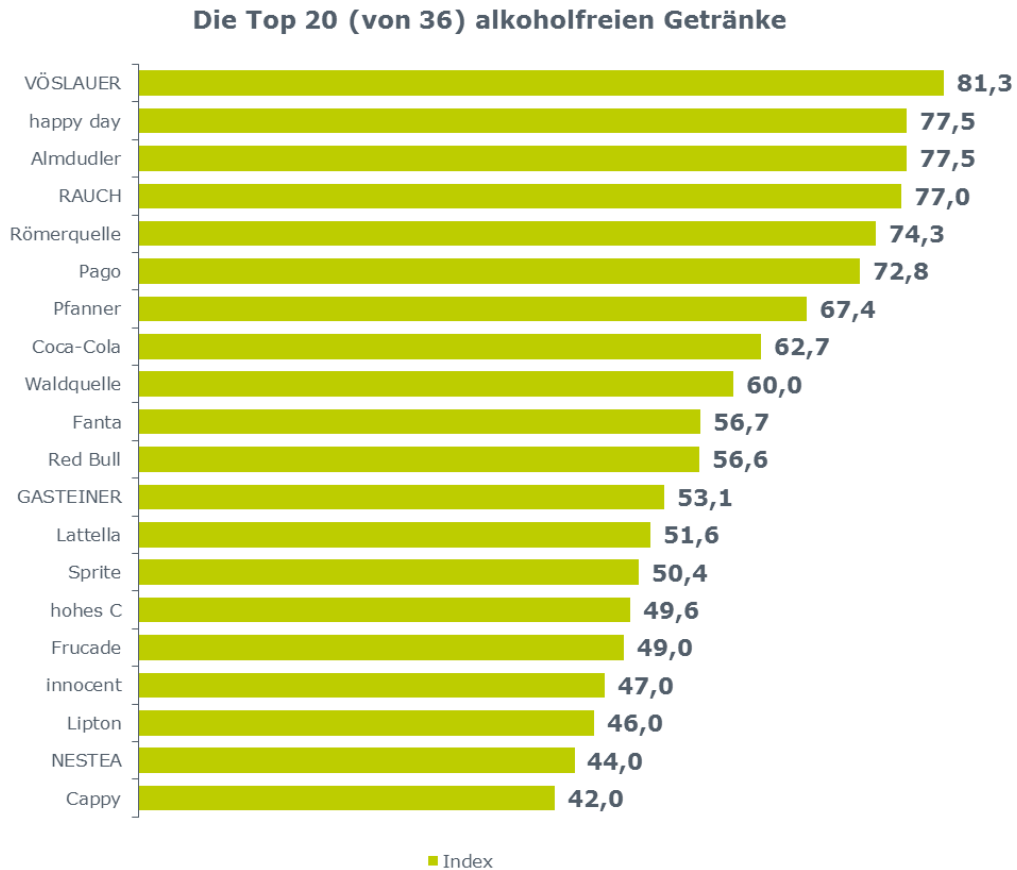


Abb. 1: BRAND.Swipe: Die Top 20 (von 36) alkoholfreien Getränke

Fazit: Die Österreicher schenken ihre Sympathie vorwiegend heimischen Marken. So finden sich alleine acht österreichische Hersteller alkoholfreier Getränke unter den Top 10. Angeführt wird diese Liste von Vöslauer, dahinter drängen sich happy day, Almdudler und Fruchtsaftproduzent Rauch. Auch Römerquelle ergattert einen Platz unter den sympathischsten Marken, ebenso wie Pago und Pfanner auf den Rängen 6 und 7. Unter die nationale Hitliste mischt sich der amerikanische Getränke-Riese Coca-Cola mit seinem gleichnamigen Soft Drink sowie Fanta. Knapp nicht in die Top 10 geschafft hat es hingegen Kult-Energy Drink Red Bull.

Nicht ganz so patriotisch fällt das Ranking der sympathischsten alkoholhaltigen Getränke aus:

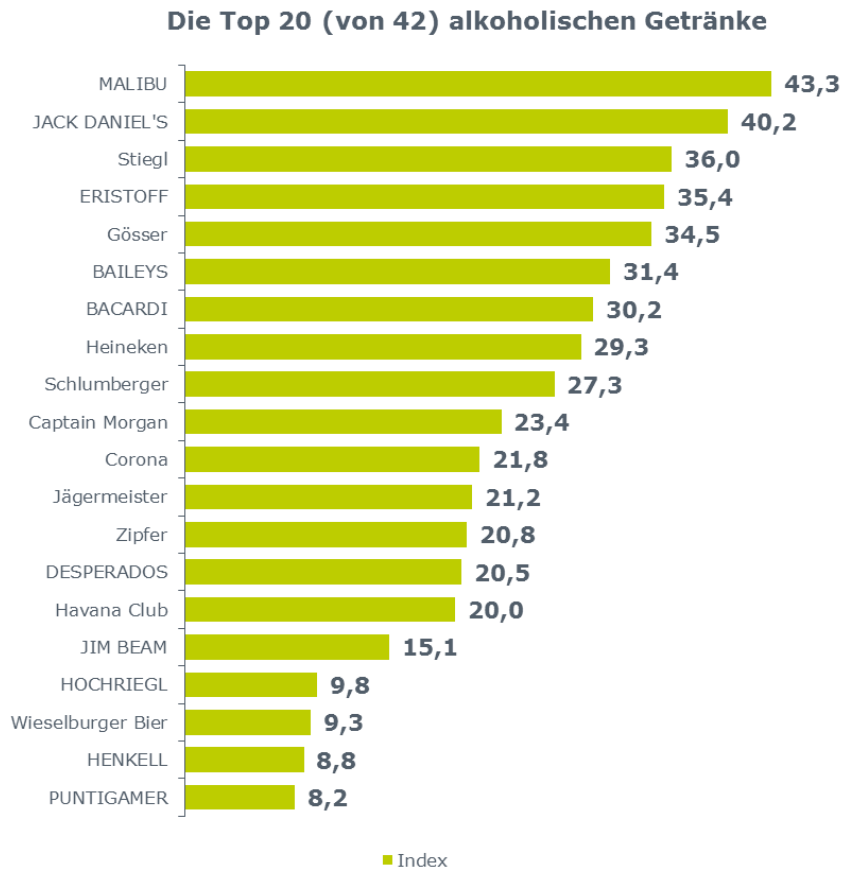


Abb. 2: BRAND.Swipe: Die Top 20 (von 42) alkoholischen Getränke

Platz 1 sichert sich Malibu vor der amerikanischen Whiskeymarke Jack Daniel's, ehe mit Stiegl auch eine österreichische Marke der Sprung in die Top 3 gelingt. Der vierte Rang im Sympathie-Ranking geht an Eristoff, Gösser schafft es auf den fünften Platz. Damit sind zwei der heimischen Biere größere Sympathieträger als etwa Heineken oder die mexikanische Biermarke Corona mit dem bekannten Limettenritual. Aber auch Sekt, das Lieblingsgetränk der Österreicher zum Anstoßen, findet sich mit Schlumberger, Hochriegl oder Henkell unter den Top 20.

Ein Vergleich mit den Index-Werten quer über alle Branchen und Marken zeigt wie die Getränkebranche im Vergleich zu den Top-Marken in Punkto Sympathie aufgestellt ist. Während alkoholfreie Getränke in der Beliebtheitsskala sehr weit oben angesiedelt sind – siehe Vöslauer, gibt es für alkoholhaltige Nachholbedarf.

Alles in allem zeigt sich an der Spitze des Gesamtrankings ein unverändertes Bild. Youtube behauptet seine Führungsposition vor Google, Vöslauer, Manner und Wikipedia.

Rang	Marke	Index
1	YouTube	83,3
2	Google	81,9
3	Vöslauer	81,3
4	Manner	81,1
5	Wikipedia	81,0

Tab. 1: BRAND.Swipe: Die Top 5 (von 1.046) Marken

Baden bei Wien, am 2. August 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

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor, München und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 850.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.