

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Kundenmagazin Image Indikator

Ergebnis-
Abriss

November 2014



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.062 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 10.10.2014 – 27.10.2014
- **Screening:** Alter, Bekanntheit von zumindest einer der genannten Zeitschriften/Magazinen
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 42 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften im Test:

- 24 Stunden Energie!
(Wiener Stadtwerke/Wien Energie)
- Active beauty (dm drogerie markt)
- AK für Sie (Arbeiterkammer)
- Auto touring (ÖAMTC)
- BC mag (Bipa Parfümerien)
- Complete magazin
(card complete Service Bank)
- Douglas Magazin (Parfümerie Douglas)
- EVN Journal (EVN)
- Freie Fahrt (ARBÖ)
- Fressnapf Journal (Fressnapf)
- Friends (Merkur)
- Frisch gekocht (Billa)
- IKEA Family Live (IKEA)
- Konsument (VKI)
- Libro Magazin (Libro)
- Maxima (REWE)
- Mediamagazin (Media Markt)
- Saturn Magazin (Saturn)
- SPAR Mahlzeit! (Spar)
- The Red Bulletin (Red Bull)
- Wien Mobil
(Wiener Stadtwerke/Wien Energie)
- Wohnwelt
(Raiffeisen Bausparkasse)

22 Magazine
im Check



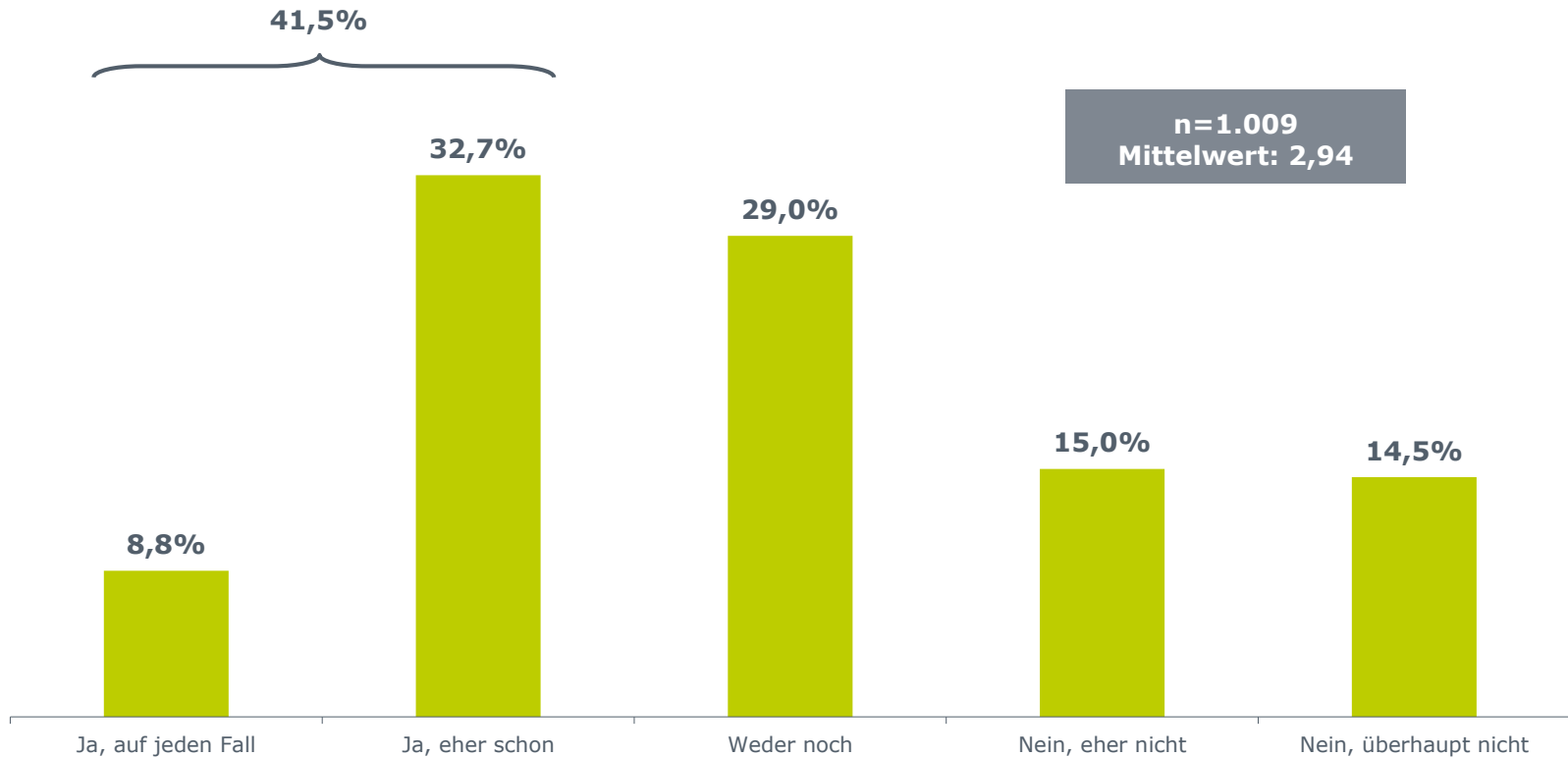
Erkenntnisinhalte:

- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften
- **Leserkreis** (6 Monate) der Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften
- **Imagebewertung** der Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften (sympathisch, cool, trendig, originell, aktuell, informativ, unterhaltsam, glaubwürdig, umfangreich, seriös, enthält viel Nützliches/Relevantes, verständlich, nüchtern, sachlich, spricht viele Leute an, innovativ, gute Aufmachung, übersichtlich, guter Schreibstil, hohe Qualität der Recherche, guter Themenmix)
- **Gesamteindruck** der Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften
- **Vermissungsgrad** der Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften
- **Leseverhalten** bei Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften (Häufigkeit, Digital vs. Gedruckt, Lesedauer, Leseausmaß, Aufbewahrung etc.)
- Bewertung der **Erscheinung** der Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften
- Bewertung der **Werbung** der Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften
- **Beschaffung** der Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften
- Wichtigkeit von **Eigenschaften** bei Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften
- Bewertung der **Inhalte** der Kundenmagazinen/Mitgliederzeitschriften
- **Kriterien** bei Kundenmagazine/Mitgliederzeitschriften



4 von 10 empfinden durch Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften eine stärkere Bindung zu Unternehmen.

Stärkere Bindung zu einem Unternehmen aufgrund von Kundenmagazinen bzw. Mitgliederzeitschriften



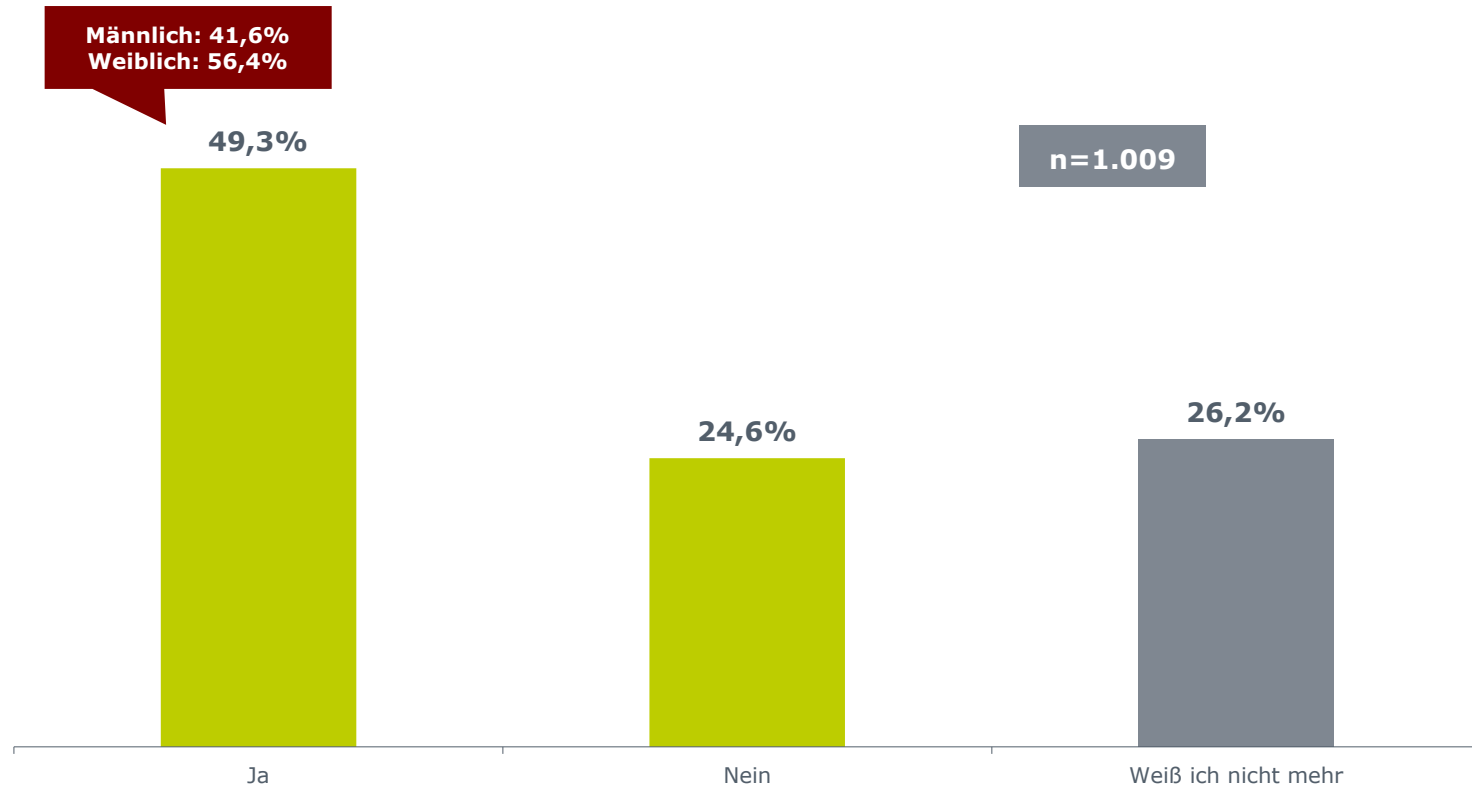
(Basis: Respondenten kennen zumindest eine/s der genannten Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften)

Empfinden Sie eine stärkere Bindung zu einem Unternehmen von dem Sie regelmäßig Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften lesen?



Jeder Zweite Leser hat schon einmal ein Produkt gekauft, weil es in einem Kundenmagazin bzw. einer Mitgliederzeitschrift vorgestellt wurde.

Kauf eines Produkts aufgrund der Vorstellung in einem Kundenmagazin bzw. einer Mitgliederzeitschrift



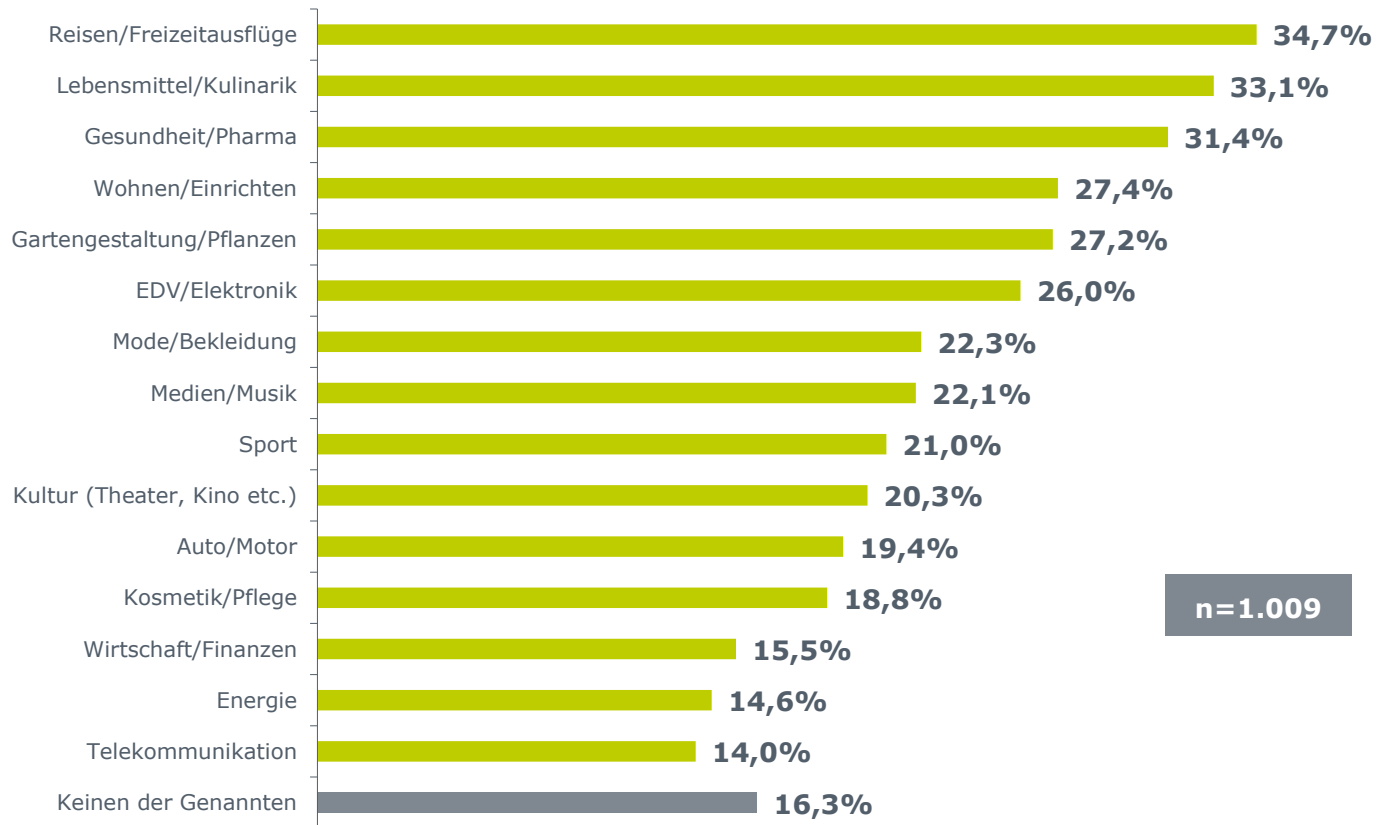
(Basis: Respondenten kennen zumindest eine/s der genannten Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften)

Haben Sie schon mal ein Produkt gekauft, weil es in einem Kundenmagazin bzw. einer Mitgliederzeitschrift vorgestellt oder erwähnt wurde?



Ein Drittel hätte gerne mehr Kundenmagazine aus den Bereichen Reisen, Lebensmittel und Gesundheit zur Verfügung.

Branche/ Themenbereiche, aus denen man gerne mehr Kundenmagazine/ Mitgliederzeitschriften zur Verfügung hätte ...



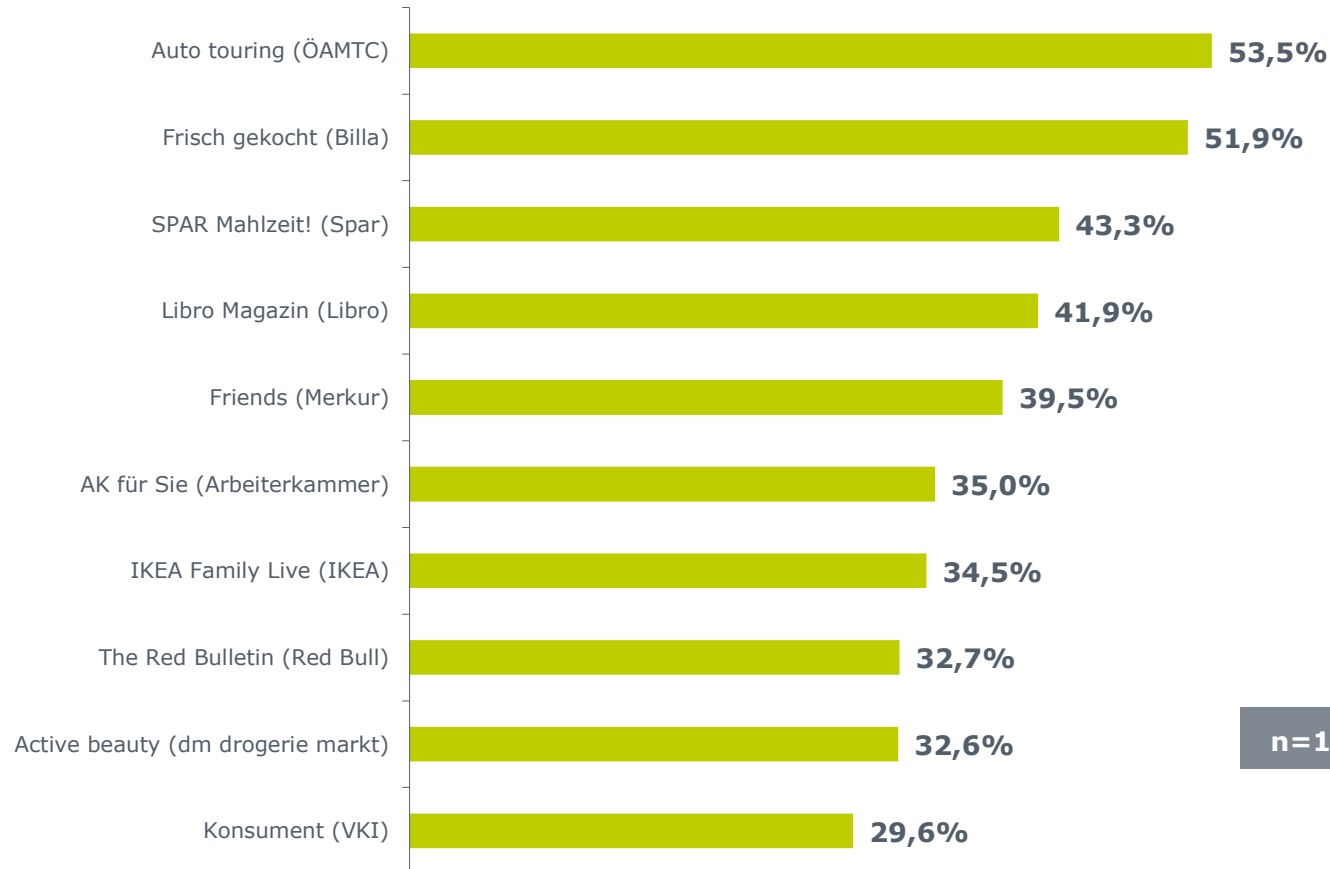
(Basis: Respondenten kennen zumindest eine/s der genannten Kundenmagazine/ Mitgliederzeitschriften)

Aus welchen Branchen/Themenbereichen würden Sie gerne mehr Kundenmagazinen bzw. Mitgliederzeitschriften zur Verfügung haben?



Mehr als die Hälfte der Österreicher kennt „Auto touring“ und/oder „Frisch gekocht“.

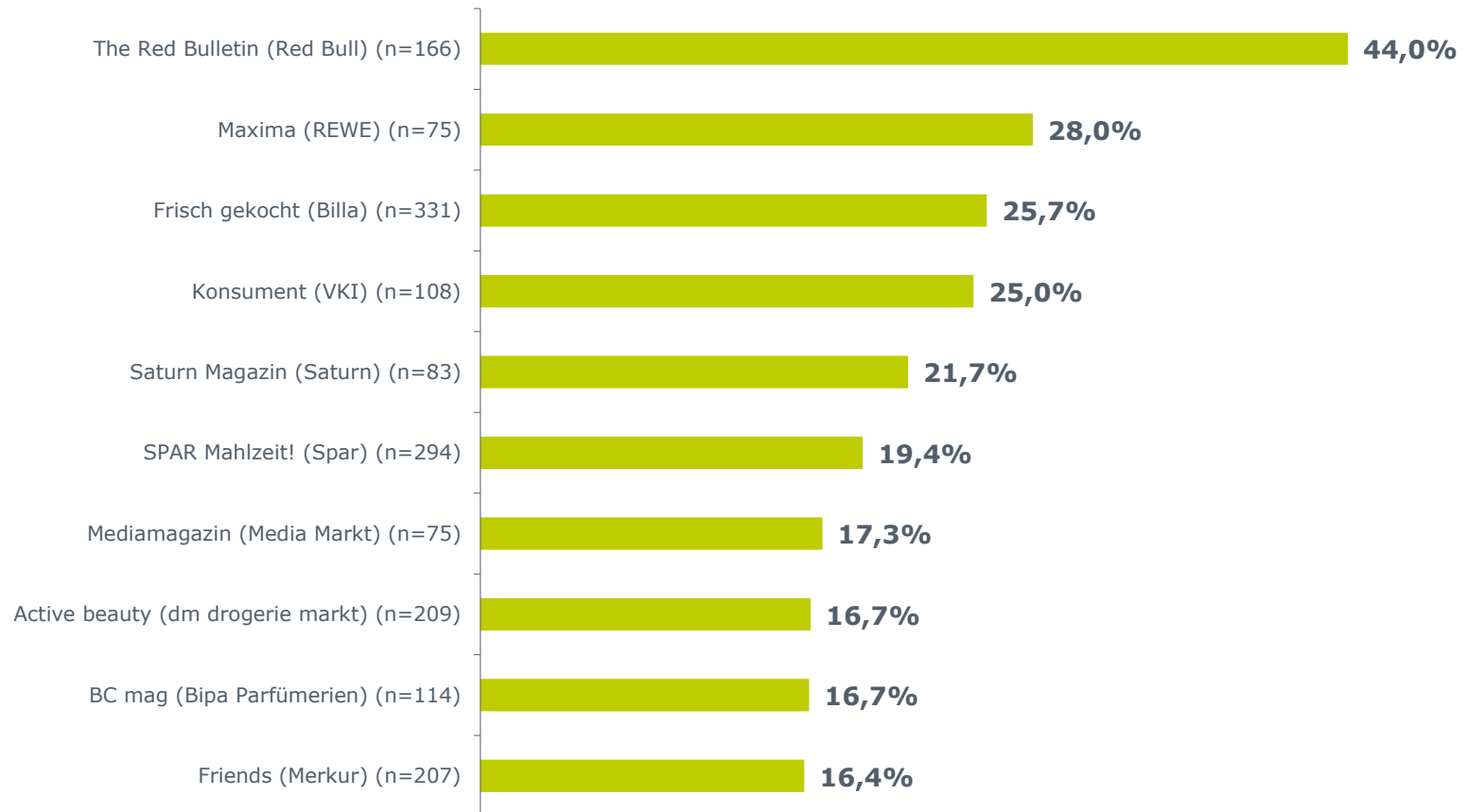
Die 10 (von 22) bekanntesten Zeitschriften- und Magazintitel (gestützt)



[...] Welche der folgenden Zeitschriften- und Magazintitel sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt?

The Red Bulletin ist am unterhaltsamsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr unterhaltsam" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 22



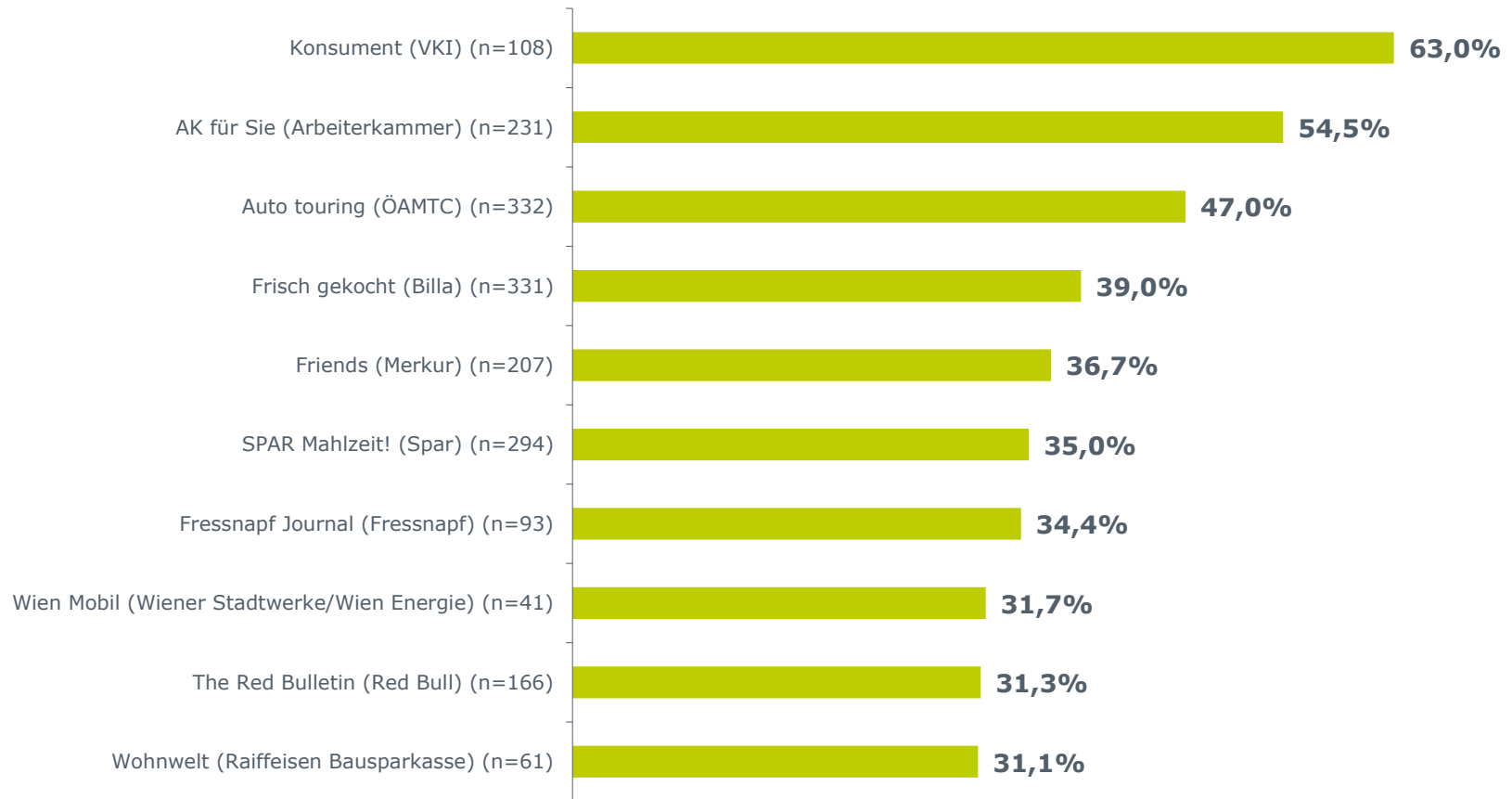
(Basis: Respondenten haben die jeweiligen Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften bereits gelesen)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften als unterhaltsam? [...]



Die 10 (von 22) glaubwürdigsten Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften:

Top-Box: bewertet mit "sehr glaubwürdig" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten haben die jeweiligen Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften bereits gelesen)

Wie würden Sie die Glaubwürdigkeit folgender Kundenmagazine bzw. Mitgliederzeitschriften bewerten? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 605.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Oktober 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzenener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009– 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

