

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Sportler Testimonialtest



Ergebnis-
Abriss

März 2015

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 = 1.007 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 17.02.2015 – 02.03.2015
- **Screening:** Alter
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 68 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Testimonials im Test:

Aktive Sportler	Inaktive Sportler	Aktive Sportlerinnen	Inaktive Sportlerinnen
Benjamin Raich	Andreas Goldberger	Andrea Fischbacher	Alexandra Meissnitzer
David Alaba	Armin Assinger	Anna Fenninger	Anita Wachter
Dinko Jukic	Felix Gottwald	Anna Gasser	Annemarie Moser-Pröll
Dominic Thiem	Franz Klammer	Beate Schrott	Doris Schwaiger
Felix Baumgartner	Gerhard Berger	Bernadette Schild	Marlies Schild
Gregor Schlierenzauer	Hans Knauss	Daniela Iraschko-Stolz	Michaela Dorfmeister
Jürgen Melzer	Hans Krankl	Elisabeth Görgl	Mirna Jukic
Marc Janko	Herbert Prohaska	Eva Voraberger	Petra Kronberger
Marcel Hirscher	Hermann Maier	Cornelia Hütter	Renate Götschl
Mario Matt	Markus Rogan	Michaela Kirchgasser	Sigrid Wolf
Marko Arnautovic	Niki Lauda	Julia Dujmovits	Stephanie Graf
Matthias Mayer	Stephan Eberharter	Kathrin Zettel	Theresia Kiesl
Michael Hayböck	Thomas Morgenstern	Nicole Hosp	Gudrun Pflüger
Stefan Kraft	Thomas Muster	Stefanie Schwaiger	Ursula Profanter
Christoph Strasser	Toni Polster	Tamira Paszek	Roswitha Steiner



Erkenntnisinhalte:

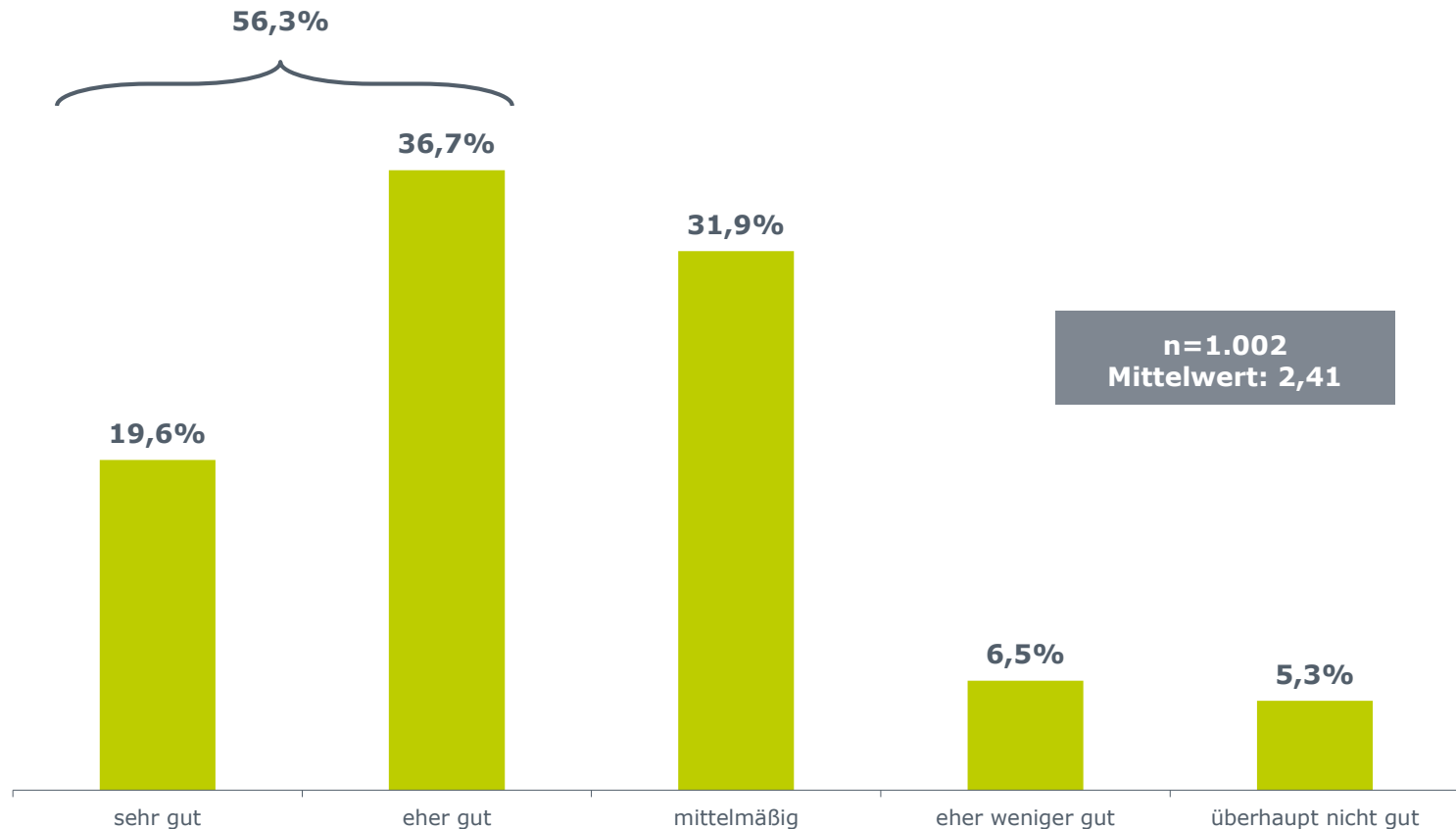
- **Spontane** und **gestützte Bekanntheit** der Sportler-Testimonials (visuell/namentlich)
- **Image-Bewertung** der Sportler-Testimonials (sympathisch, arrogant, attraktiv, bieder/altmodisch, bodenständig, charismatisch, cool/lässig, ehrlich, humorvoll, interessant, ist ein(e) Trendsetter(in), jugendlich, kompetent, langweilig, natürlich, nervig, sanft/sensibel, seriös, sexy, stark/dynamisch, unkonventionell, vertrauenswürdig)
- Bekanntheit aus **Werbung** der Sportler-Testimonials
- Allgemeine **Testimonialeignung** der Sportler-Testimonials
- **Ungestützte Testimonialeignung** der Sportler-Testimonials nach **Branche** und **Marke**
- **Akzeptanz** der Sportler-Testimonials



6 von 10 Personen finden Werbung mit heimischen SportlerInnen (eher) gut.

Einstellung zu Werbung mit heimischen Persönlichkeiten aus der Welt des Sports

(Basis: Respondenten sind zwischen 14 und 69 Jahre alt und leben in Österreich)

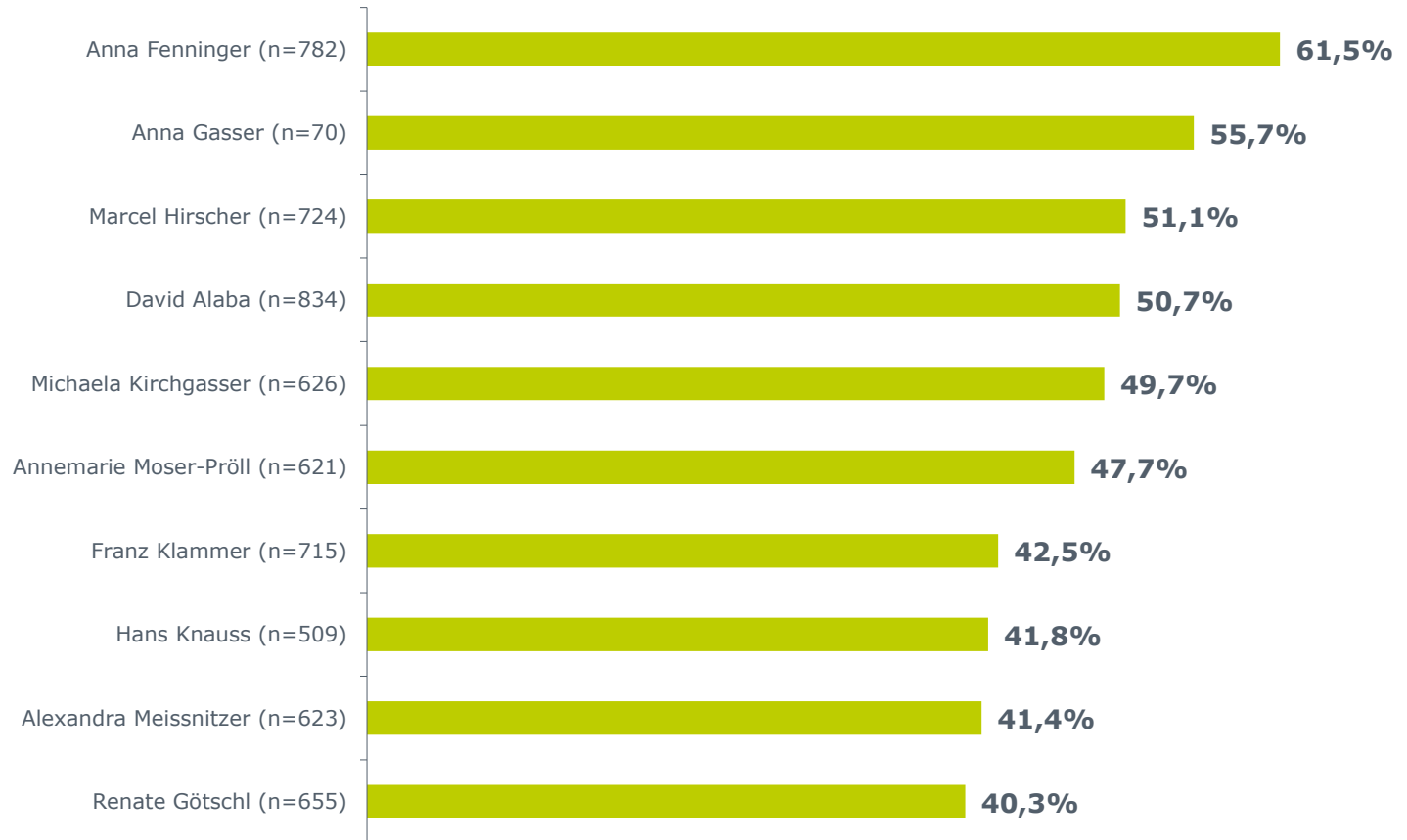


[...] Was halten Sie grundsätzlich davon, wenn heimische SportlerInnen Werbung machen? Würden Sie sagen, das gefällt Ihnen...?



Die Top 10 (von 60) Sympathie-TrägerInnen:

Top-Box: bewertet mit „sehr sympathisch“ (5-stufige Skalierung)



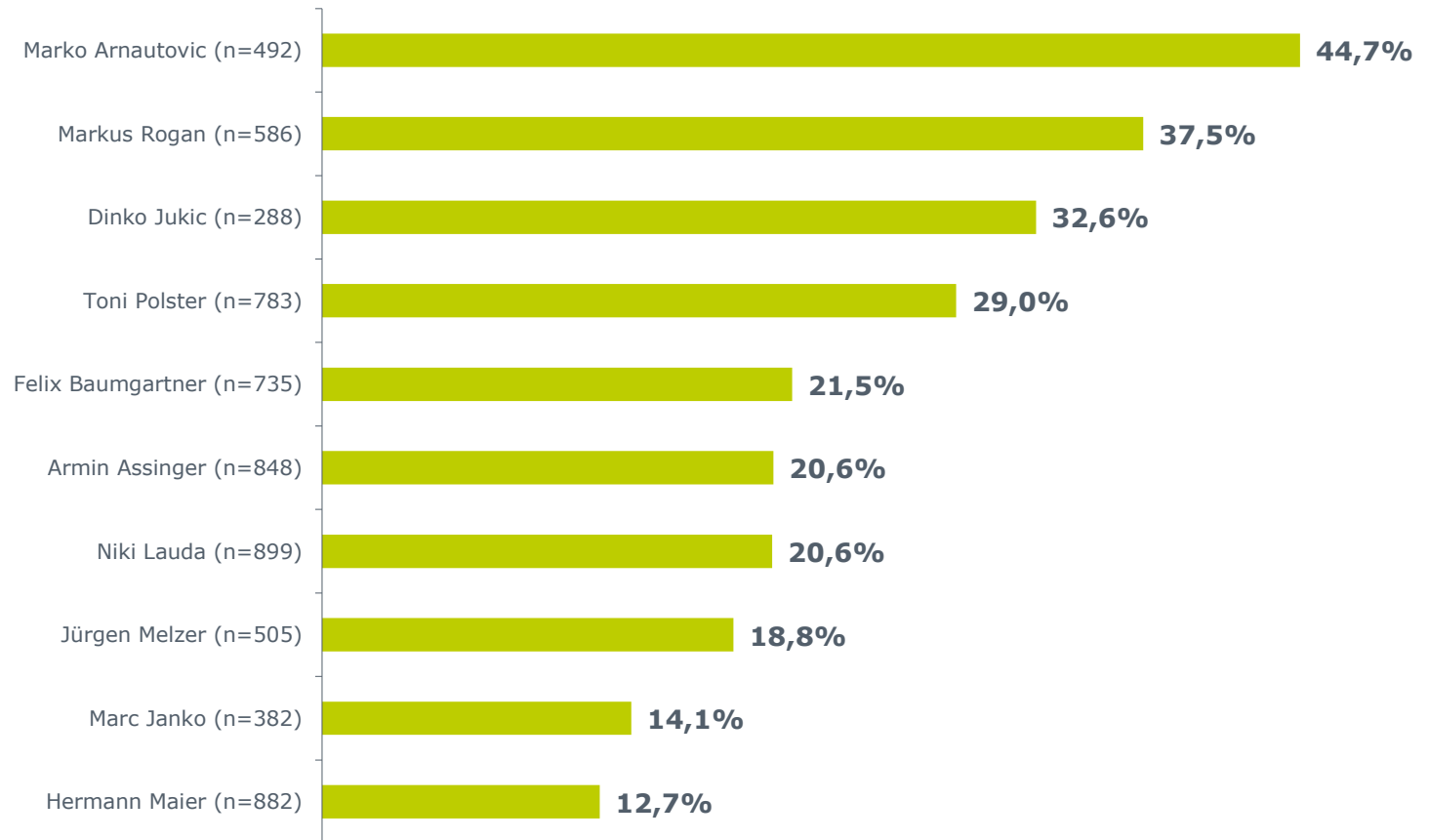
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen SportlerInnen dem Aussehen und/oder dem Namen nach)

Inwieweit sind Ihnen die folgenden SportlerInnen sympathisch? [...]



Am meisten nervt Marko Arnautovic.

Die 10 (von 60) nervigsten SportlerInnen

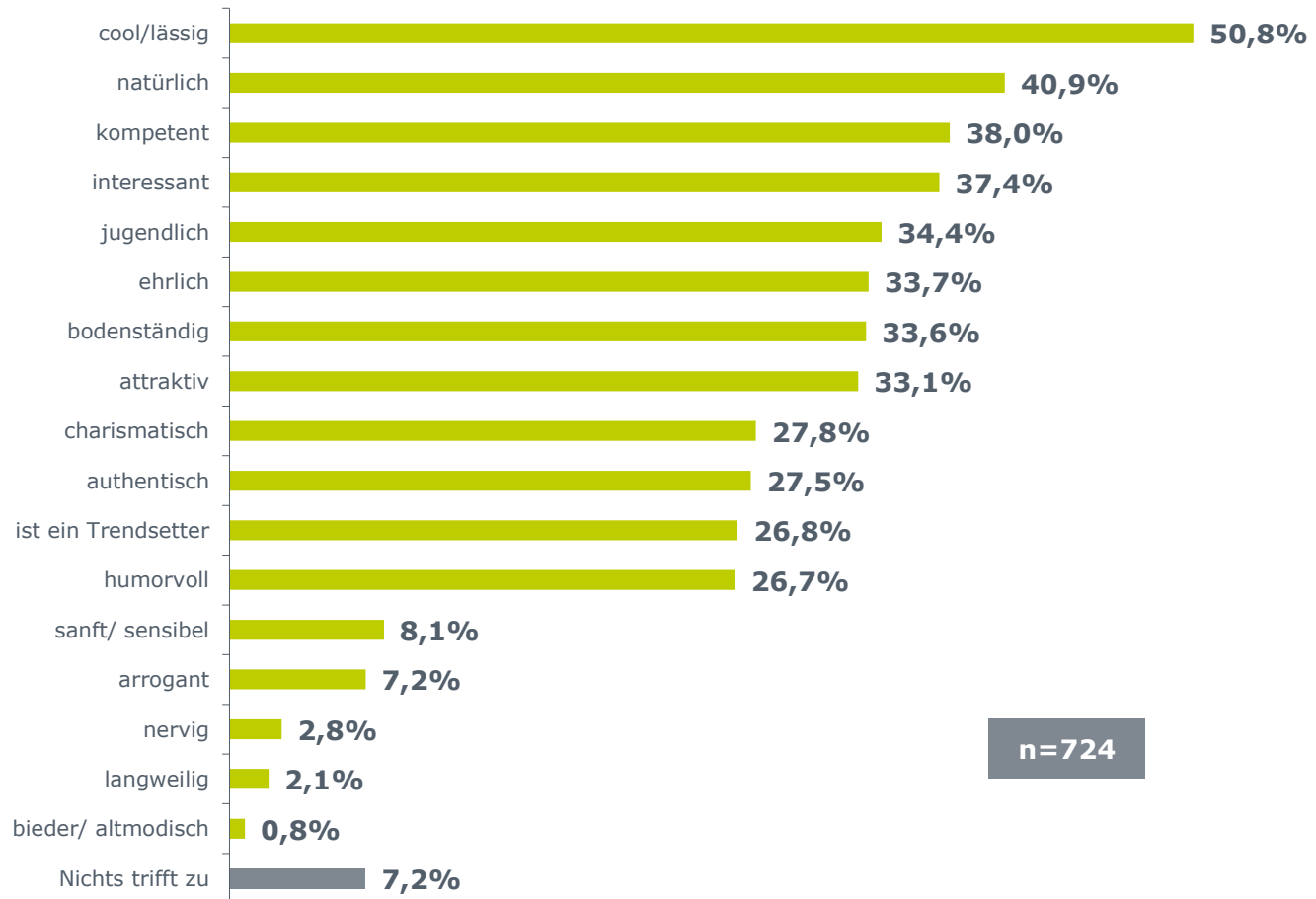


(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen SportlerInnen dem Aussehen und/oder dem Namen nach)

Welche dieser Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf diese SportlerInnen zu? [...]



Zutreffende Eigenschaften auf Marcel Hirscher:



(Basis: Respondenten kennen Marcel Hirscher dem Aussehen und/oder dem Namen nach)

Welche dieser Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf diesen aktiven Sportler zu? [...]



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 642.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand März 2015, 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 bronzener 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

