

# MARKETAGENT.COM

## Österreichs Sportler-Lieblinge im Werbecheck

**Im Rahmen einer aktuellen Studie hat das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com 1.007 Personen in Österreich zu ihrer Wahrnehmung von 60 österreichischen SportlerInnen befragt. Ergebnis: Sechs von zehn Österreichern finden Werbung mit heimischen SportlerInnen (eher) gut. Marcel Hirscher wird ein hohes Werbewirkungspotenzial attestiert. Anna Fenninger ist die Sympathie-Trägerin Nummer eins. Marko Arnautovic wird am meisten als nervig empfunden.**

Im Februar dieses Jahres befragte Marketagent.com rund tausend Personen eines Online Access Panels zwischen 14 und 69 Jahren zum Thema "SportlerInnen-Testimonials". Insgesamt 60 aktive und ehemalige SportlerInnen der Alpenrepublik wurden hinsichtlich ihres Potenzials als Testimonials untersucht. Neben der Bekanntheit wurden das Vorhandensein diverser Eigenschaften und weitere relevante Aspekte für die Werbebranche abgefragt.

Grundsätzlich ist die allgemeine Einstellung zu sportlichen Persönlichkeiten in der Werbung sehr positiv. 56,3 Prozent der Befragten befürworten den Einsatz von heimischen SportlerInnen als Werbeträger. Etwa ein Drittel (31,9%) scheint hinsichtlich Sportler-Testimonials unentschlossen zu sein. Und lediglich 11,8 Prozent begrüßen Werbung mit heimischen Persönlichkeiten aus der Welt des Sports nicht. Voraussetzung für einen erfolgreichen Testimonialeinsatz ist die Übereinstimmung der Imagewerte von Marken und Prominenten, die Marketagent.com durch die vorliegende Studie erhoben hat.

Die Imagewerte von Ski-Weltmeister und Weltcup-Gesamtsieger Marcel Hirscher glänzen aktuell wie seine Medaillen. Der Superstar im alpinen Skirennsport wird vornehmlich mit Eigenschaften wie „cool/lässig“ (50,8%), „natürlich“ (40,9%), „kompetent“ (38,0%) und „interessant“ (37,4%) wahrgenommen. „Hirscher entpuppt sich zusammengefasst als Idealbesetzung für die Werbewirtschaft“, resümiert Mag. Dominique Ertl, Studienleiterin von Marketagent.com.

Dass sportliche Leistungen nicht notwendigerweise mit einer erfreulichen Image-Wahrnehmung Hand in Hand gehen, zeigt sich am Beispiel Marko Arnautovic. Bekannt für seine markigen Sprüche ist es wenig verwunderlich, dass Arnautovic von der Bevölkerung als „nervig“ (44,7%) wahrgenommen wird. Er steht in dieser Wertung vor Markus Rogan (37,5%), Dinko Jukic (32,6%) und Toni Polster (29,0%) ganz oben am Podest.

Andere Größen aus der Welt des Sports können über positive Eigenschaftszuordnungen glücklich sein. So wurde der Ski-Star Anna Fenninger als sympathischste Werbefigur (61,5%) in Österreich identifiziert. Zu den weiteren Sympathie-Trägern zählen Anna Gasser (55,7%), Marcel Hirscher (51,1%) und David Alaba (50,7%), so die Ergebnisse der aktuellen Studie von Marketagent.com.

Bei Interesse an der Gesamtauswertung, senden Sie bitte eine E-Mail an [d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com).

Baden, am 17. April 2015

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 17.02.2015 – 02.03.2015
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren  
Sample-Größe: n = 1.007 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 68 offene/geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- Kontakt: [d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com)

Rückfragehinweis:

### **Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Mag. Dominique Ertl, Akad. Mafo<sup>WU</sup>  
Mühlgasse 59  
A-2500 Baden, Austria

[d.ertl@marketagent.com](mailto:d.ertl@marketagent.com)

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009-27

### **About 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 mehr als 700.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 600 Online Research Projekte realisiert, Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 648.000 (Stand: April 2015, plus 400 pro Tag) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Erste Bank, T-Mobile, Austrian Airlines, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca Cola, Samsung, L'ORÉAL, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die NÖM AG. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.