

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Spirituosen Image-Check

Ergebnis-
Abriss

Oktober 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 18 und 69 Jahren
Sample-Größe:	n = 1.073 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
Erhebungszeitraum:	18.09.2015 – 06.10.2015
Screening:	Alter, Konsum von Spirituosen
Grundgesamtheit:	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
Incentives:	geldwerte Bonuspunkte
Umfang:	56 offene/geschlossene Fragen
Studienleitung:	Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
Kontakt:	d.ertl@marketagent.com
Investitionskosten:	€ 1.990,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Spirituosen-Marken im Test:

Rum:

- Angostura
- Appleton Estate
- BACARDÍ
- Brugal
- Captain Morgan
- Havana Club
- Malibu
- Mautner Inländer Rum
- PITÚ
- Pyrat
- Ron Barcelo
- STROH

Tequila:

- Jose Cuervo
- Olmeca
- Sauza
- Sierra
- SOURZ

Likör:

- Amaretto di Venezia
- Aperol
- Averna
- Bailey's
- Bailoni
- Bauer
- Berentzen
- Burländer
- Campari
- Cointreau
- Fernet-Branca
- Grand Marnier
- Gurktaler
- Jägermeister
- Kleiner Klopfer
- Leibwächter
- Mozart
- RAMAZZOTTI
- Rossbacher
- Underberg
- XUXU

Whisky:

- Ballantine's
- Balvenie
- Black Bottle
- Bunnahabhain
- Chivas Regal
- CRAIGELLACHIE
- Dimple
- Evan Williams
- Four Roses
- Glenfiddich
- Glengoyne Highland
- GlenGrant
- Jack Daniel's
- JAMESON
- Jim Beam
- Johnnie Walker
- TULLAMORE D.E.W.
- Wild Turkey

Wodka:

- Absolut
- ERISTOFF
- Gorbatschow
- Grasovka
- GREY GOOSE
- Moskovskaya
- Russian Standard
- SKYY
- Smirnoff
- Stolichnaya
- Three Sixty
- Ultimat
- Wyborowa



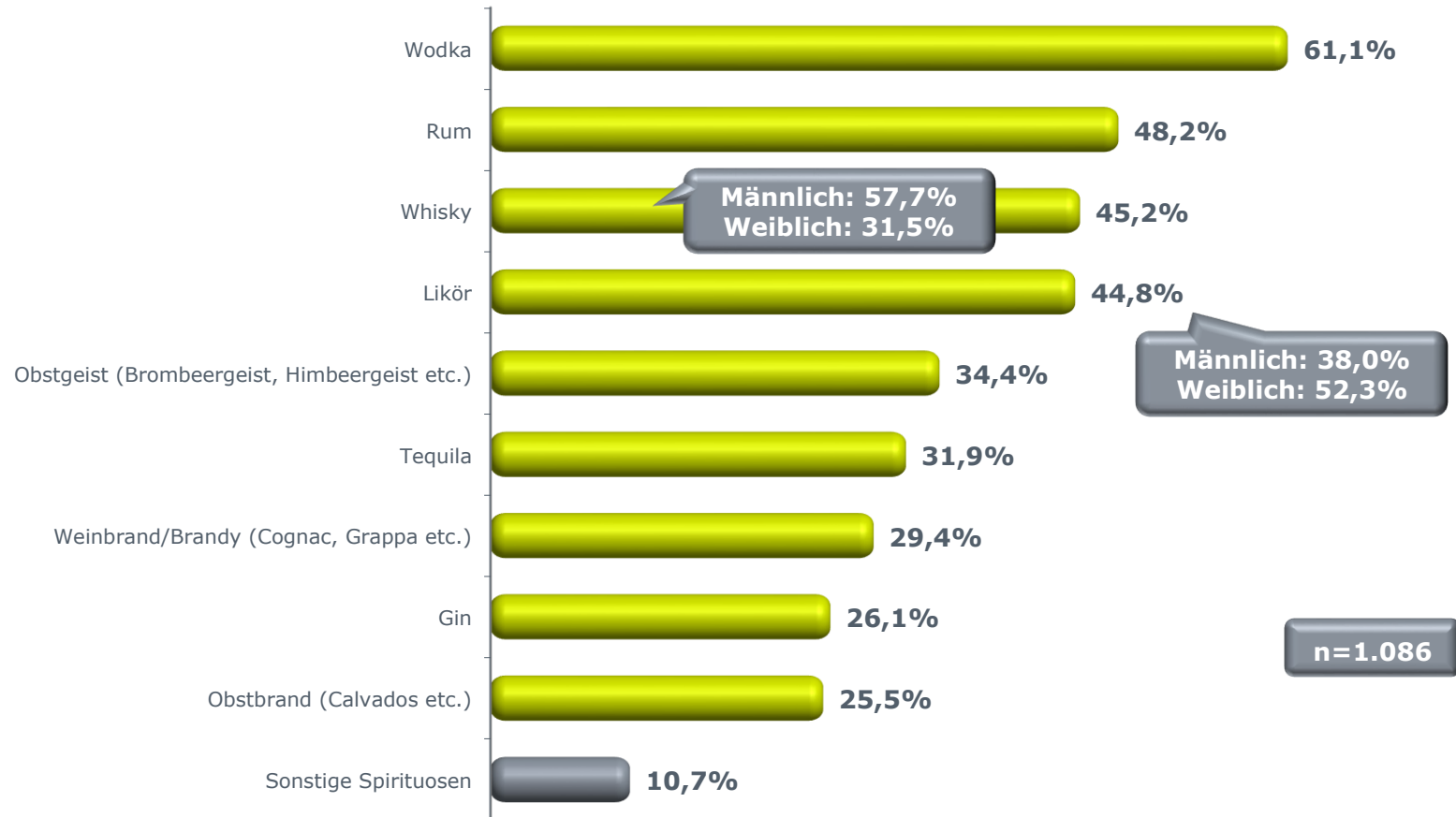
Erkenntnisinhalte:

- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Spirituosen-Marken
- **Markenbindung** der Spirituosen-Marken (konsumierte Spirituosen-Marken, Lieblings-Marke, Variation der Marken)
- **Image-Bewertung** der Spirituosen-Marken (sympathisch, traditionsreich, modern, exklusiv, etabliert in Österreich, international, unverwechselbar, cool, vertrauenswürdig, innovativ)
- **Image-Bewertung** der Spirituosen-Produkte (hohe Qualität, ansprechendes Flaschen-Design, geschmackvoll, Preis-/Leistungsverhältnis)
- **Gesamtimage** und **Weiterempfehlung** der Spirituosen-Marken
- **Spirituosen-Konsum** (Häufigkeiten, Orte, Formen)
- **Kaufkriterien** und **Kaufort** bei Spirituosen



Wodka wird von Spirituosen-Trinkern am häufigsten konsumiert.

Konsum folgender Spirituosen



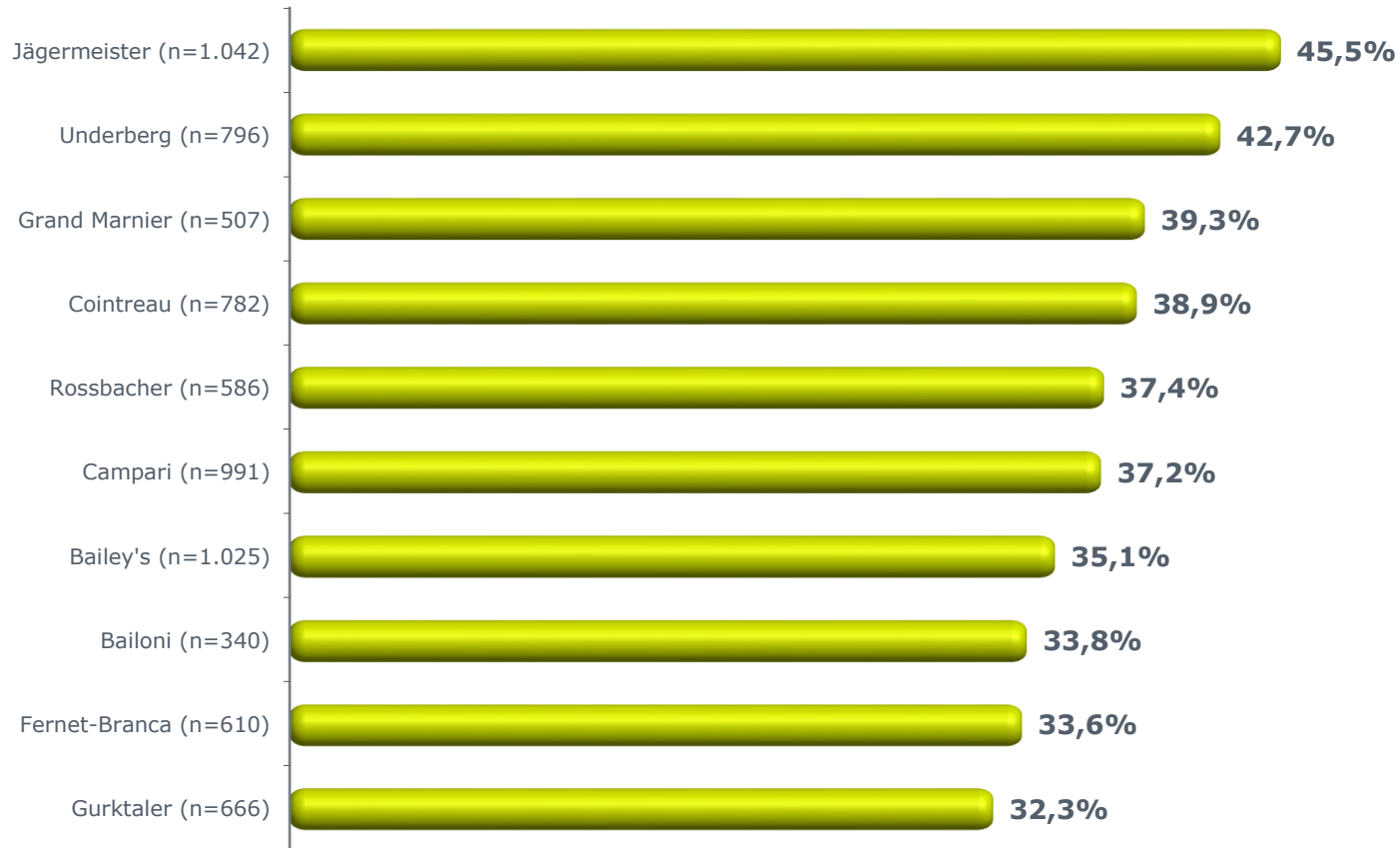
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt und konsumieren Spirituosen)

Welche Kategorien von Spirituosen konsumieren Sie zumindest fallweise?



Die 10 (von 21) traditionsreichsten Likör-Marken:

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



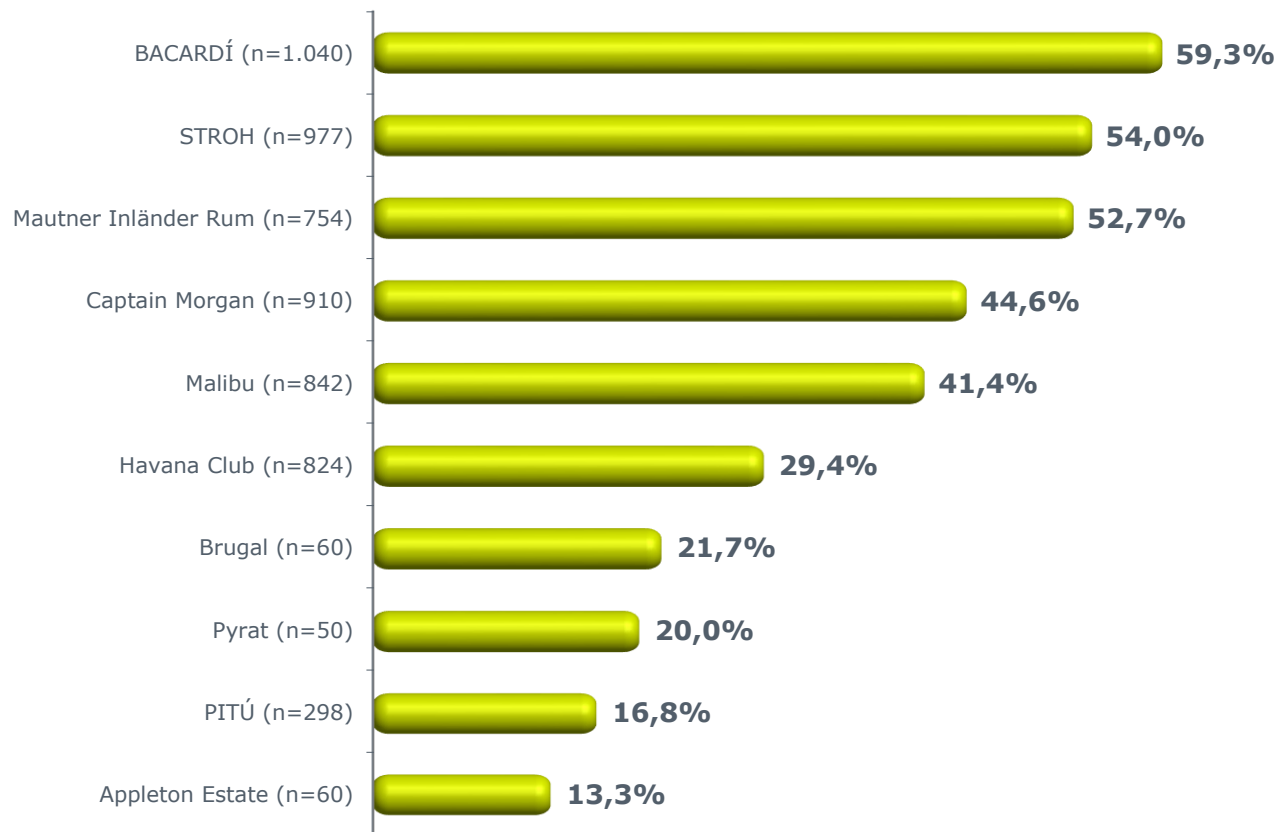
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, konsumieren Spirituosen und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Spirituosen-Marken als traditionsreich? [...]



Die 10 (von 12) am besten in Österreich etablierten Rum-Marken:

Top-Box: bewertet mit "sehr gut etabliert in Österreich" (5-stufige Skalierung)



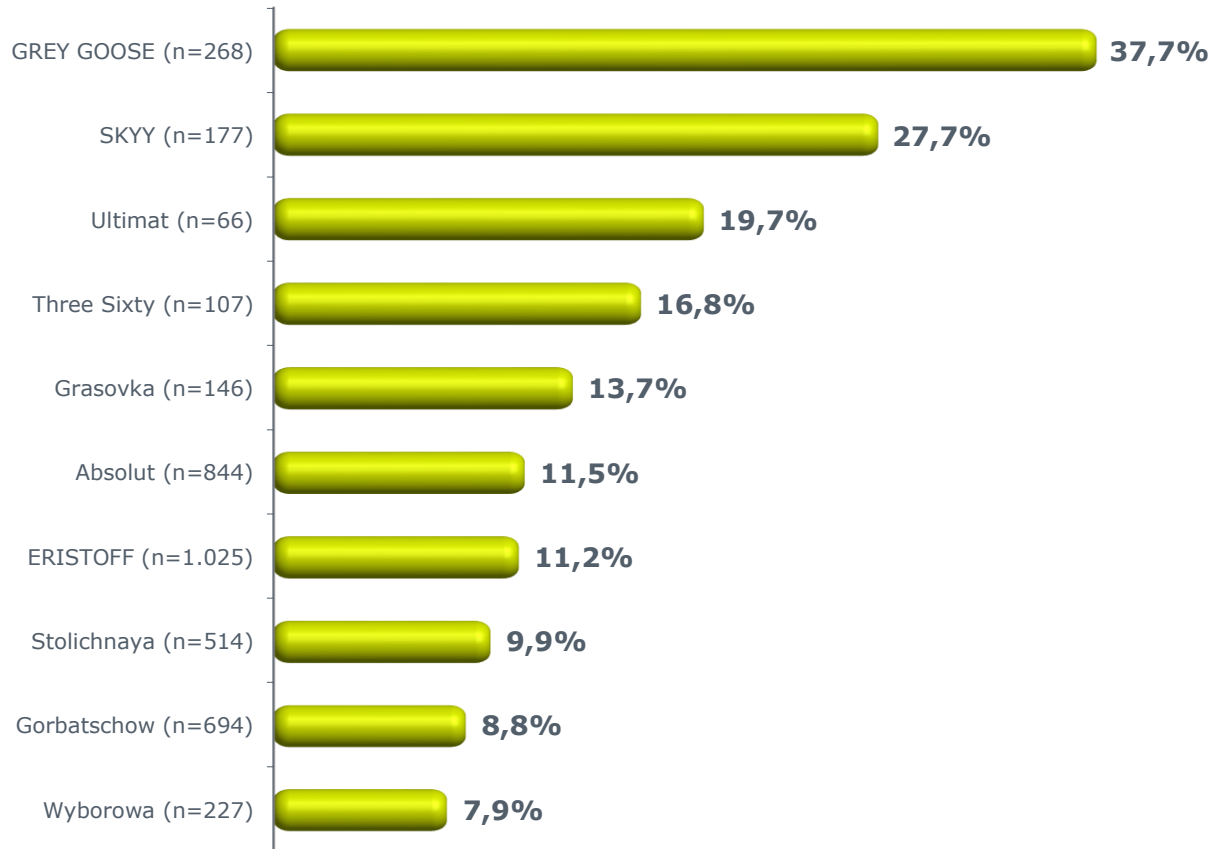
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, konsumieren Spirituosen und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Spirituosen-Marken als etabliert in Österreich? Damit meinen wir, sind die Spirituosen-Marken in Österreich üblich? [...]



Die 10 (von 13) exklusivsten Wodka-Marken:

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



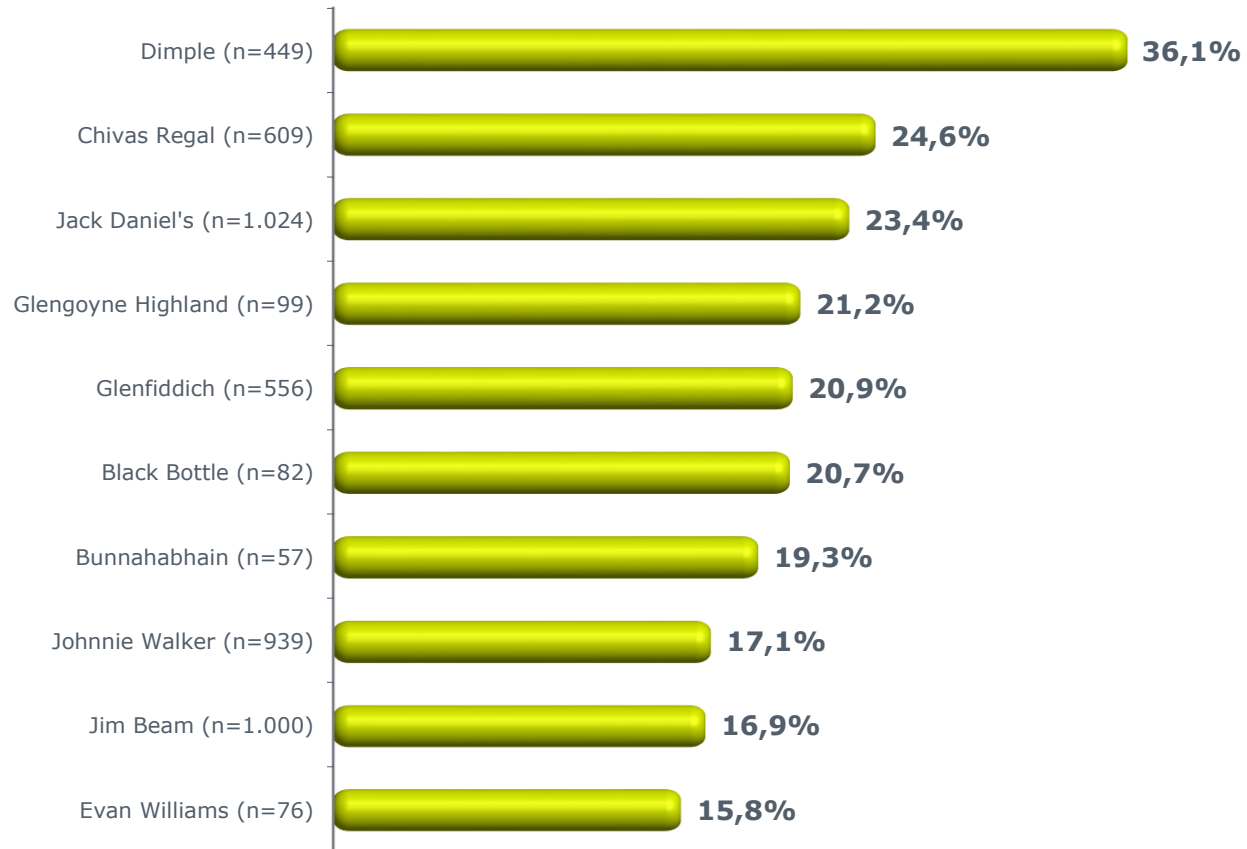
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, konsumieren Spirituosen und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Wie würden Sie die Exklusivität folgender Spirituosen-Marken bewerten? [...]



Die 10 (von 18) Whisky-Marken mit dem ansprechendsten Flaschen-Design:

Top-Box: bewertet mit "sehr ansprechendes Flaschen-Design" (5-stufige Skalierung)



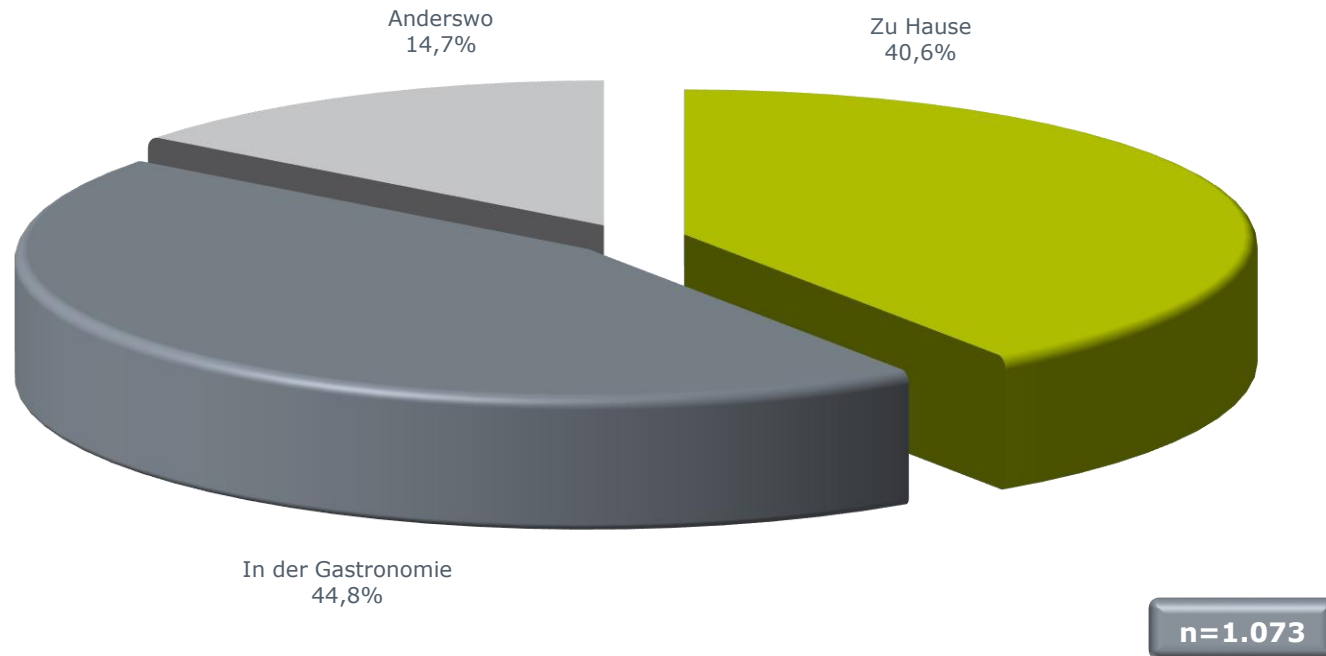
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, konsumieren Spirituosen und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Wie würden Sie das Flaschen-Design der Produkte folgender Spirituosen-Marken bewerten? [...]



Orte, an denen man Spirituosen konsumiert:

Mittelwerte



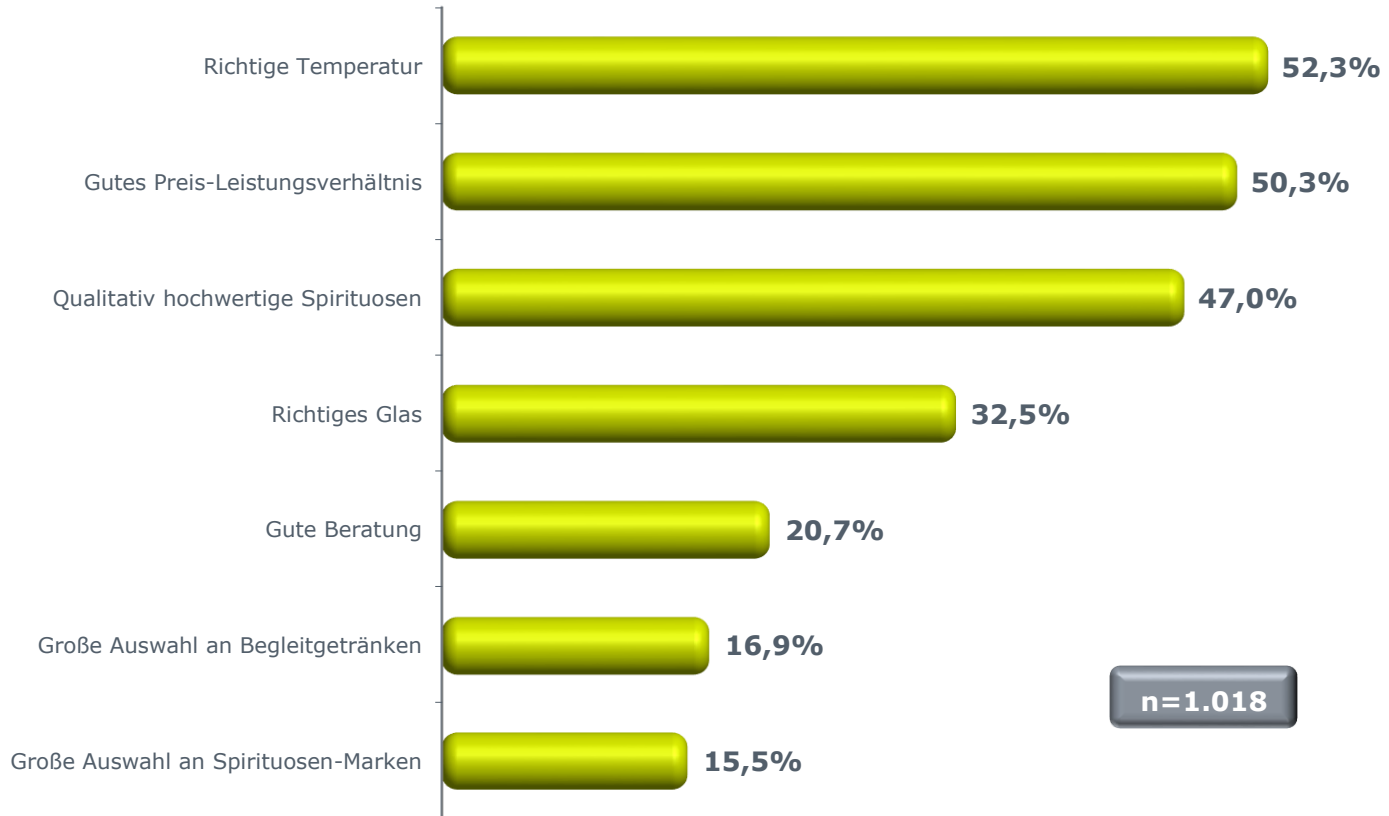
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt und konsumieren Spirituosen)

[...] Wo konsumieren Sie Spirituosen? [...]



Wichtige Aspekte beim Spirituosen-Konsum in der Gastronomie:

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



(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt, konsumieren Spirituosen und trinken in der Gastronomie Spirituosen)

Inwieweit sind Ihnen die folgenden Eigenschaften und Aspekte beim Spirituosen-Konsum in der Gastronomie wichtig? [...]



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

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

