

FUTURE FITNESS INDEX



Showcase „Future Fitness Index 2017“

2. Durchgang: 22 Fragen | 451 Marken | 11.125 Interviews
Kein Gesamt-Ranking



Studiensteckbrief Future Fitness Index

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Respondenten:** Mitglieder des Marketagent.com Online Access Panels
- **Panel-Size:** > 950.000 Panelisten (+ 650 neue Mitglieder pro Tag)
- **Panel-Zertifizierung:** ISO 26362
- **Sample-Größe:** n = 500 Netto-Interviews pro Welle
- **Anzahl der Wellen:** 22 Erhebungswellen zu je 20 Marken
- **Sample-Struktur:** gem. österreichischer Gesamt-Bevölkerung: 14 – 69 Jahre
- **Inzidenz:** 100%, jeder Teilnehmer qualifiziert sich
- **Brands:** 20 Marken pro Welle | Gesamt: 451 Marken
- **Erhebungszeitraum:** Oktober 2017 – Jänner 2018
- **Umfang:** 22 geschlossene Fragen

451 Marken
11.125
Interviews



**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Show Case:

**Ergebnisauszug willkürlich ausgewählter
Brands aus knapp 500 abgetesteten Marken –
kein Gesamtranking**

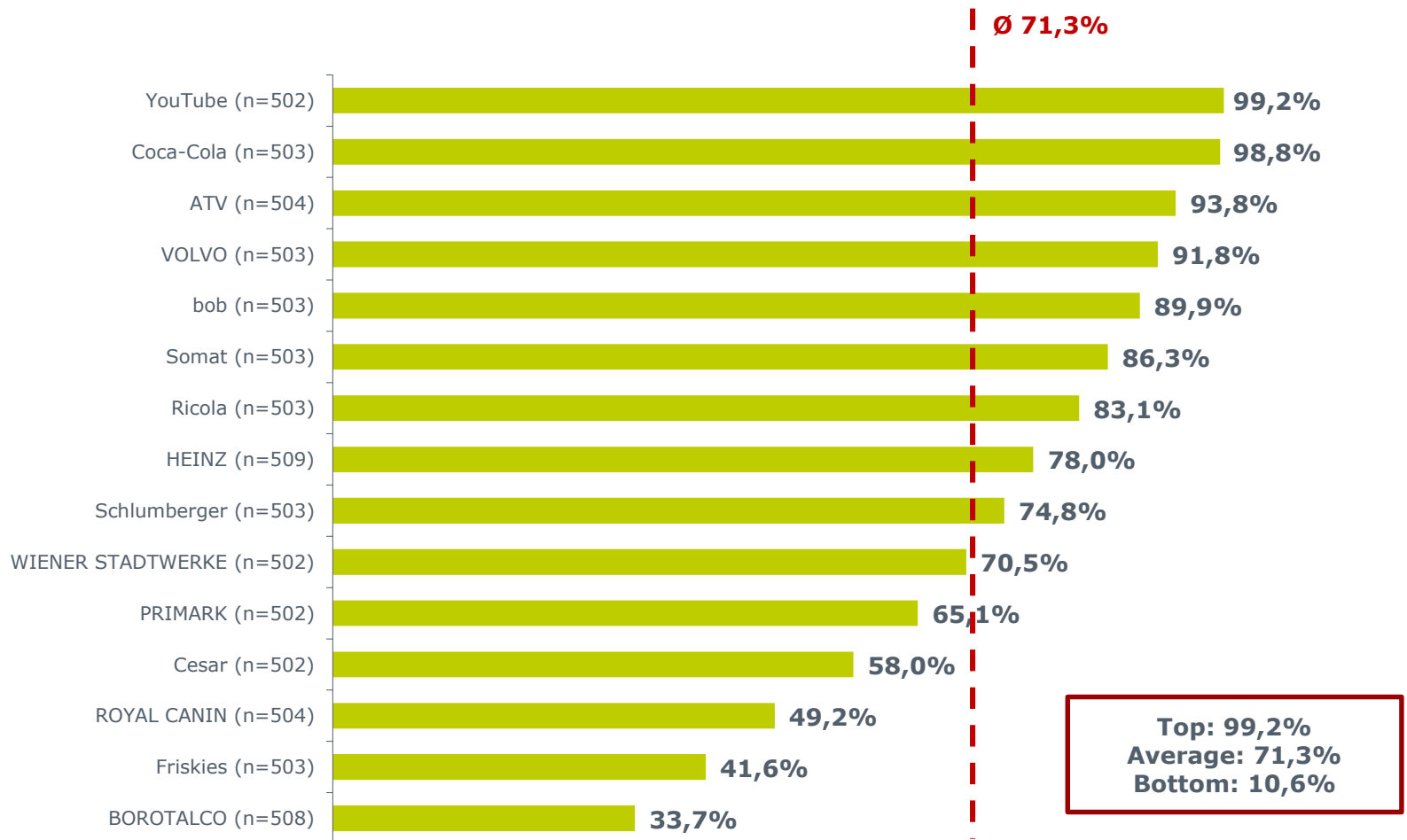


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Gestützte Bekanntheit:

[Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit vermitteln Ihrer Meinung nach die folgenden Marken eine klare Botschaft? [...]

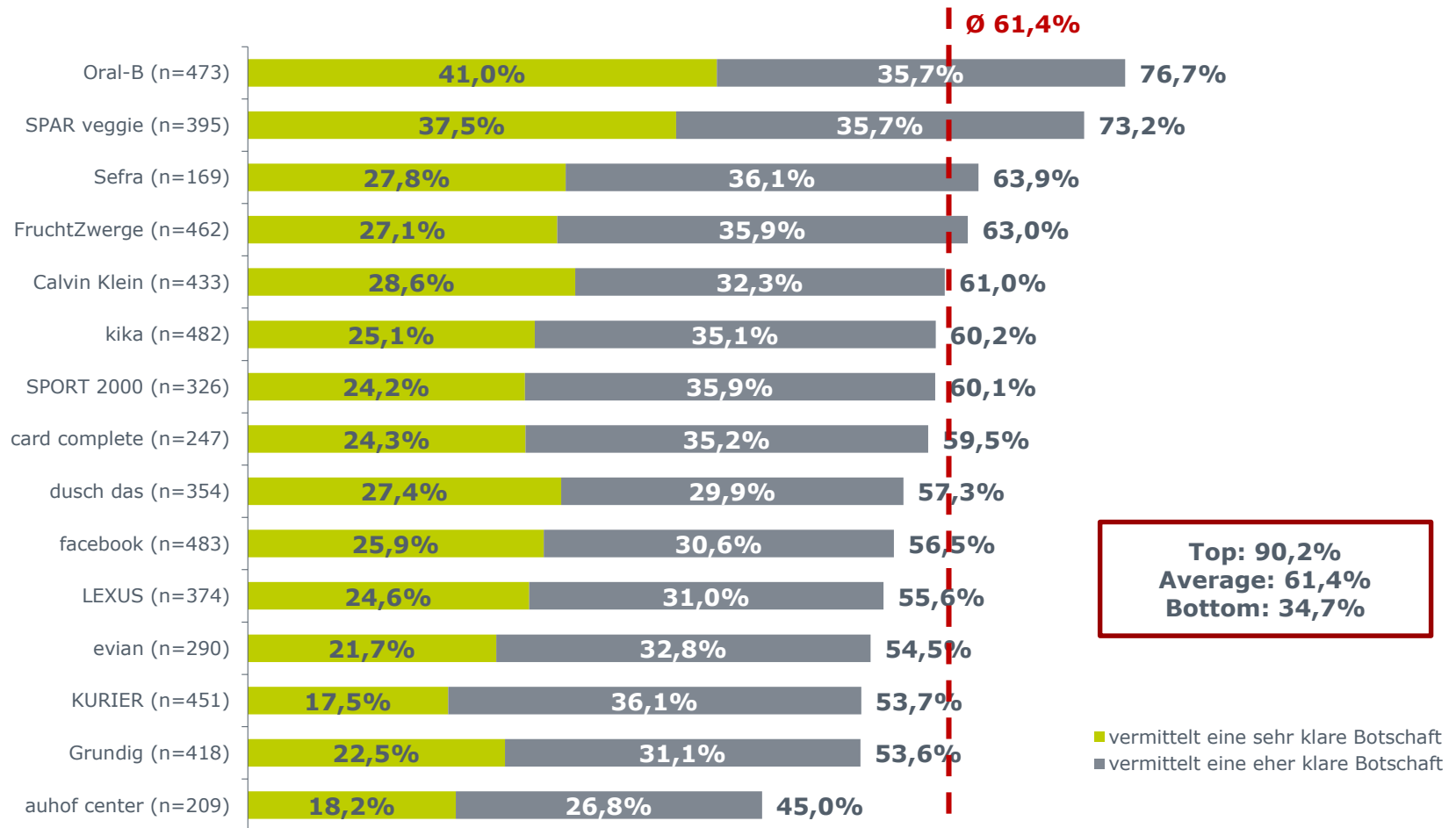


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Klarheit der Botschaft:

[Top-2-Box: bewertet mit „vermittelt eine sehr/eher klare Botschaft“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



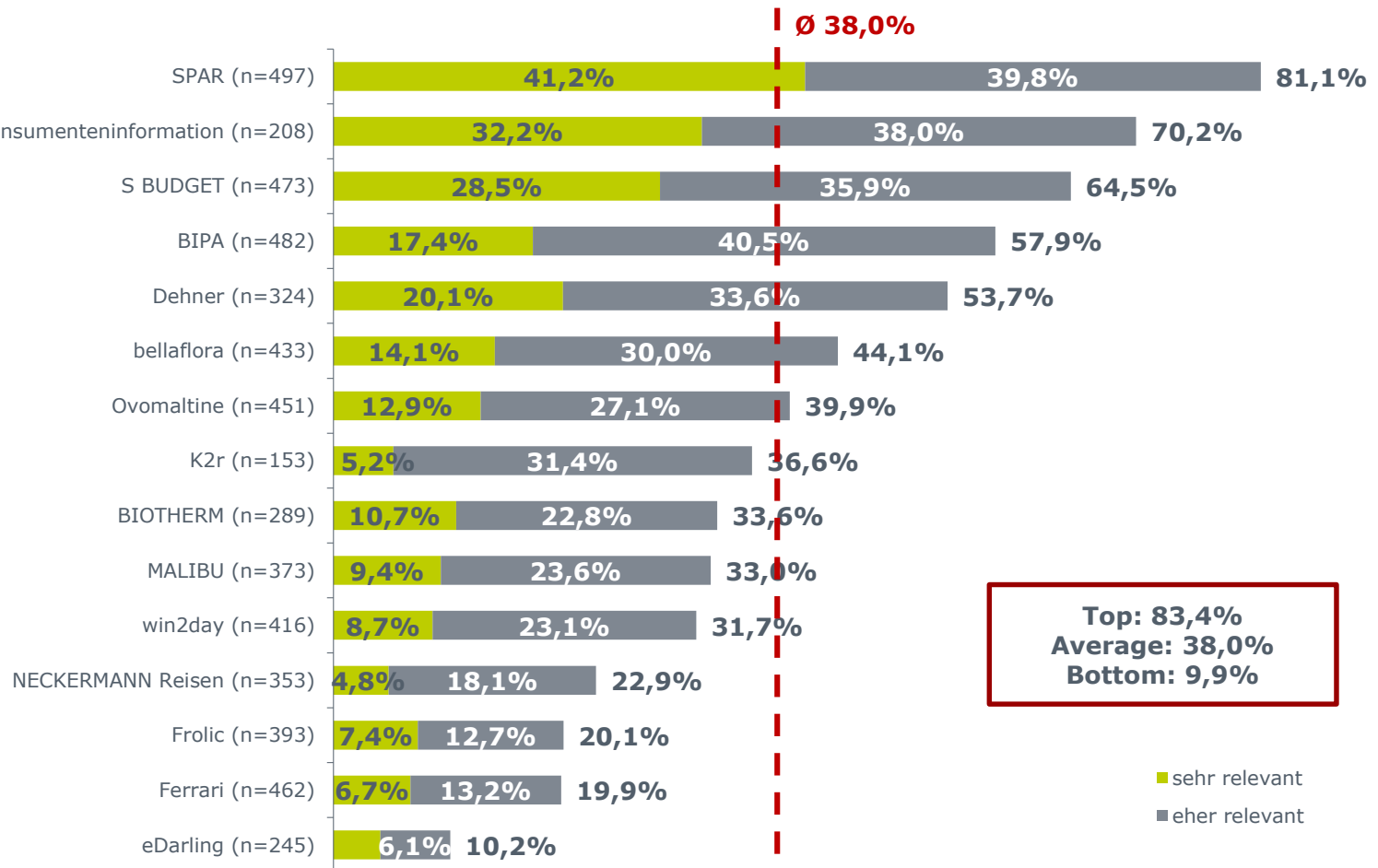
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit vermitteln Ihrer Meinung nach die folgenden Marken eine klare Botschaft? [...]



Relevanz:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher relevant“ | Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit sind die folgenden Marken für Sie persönlich relevant? [...]

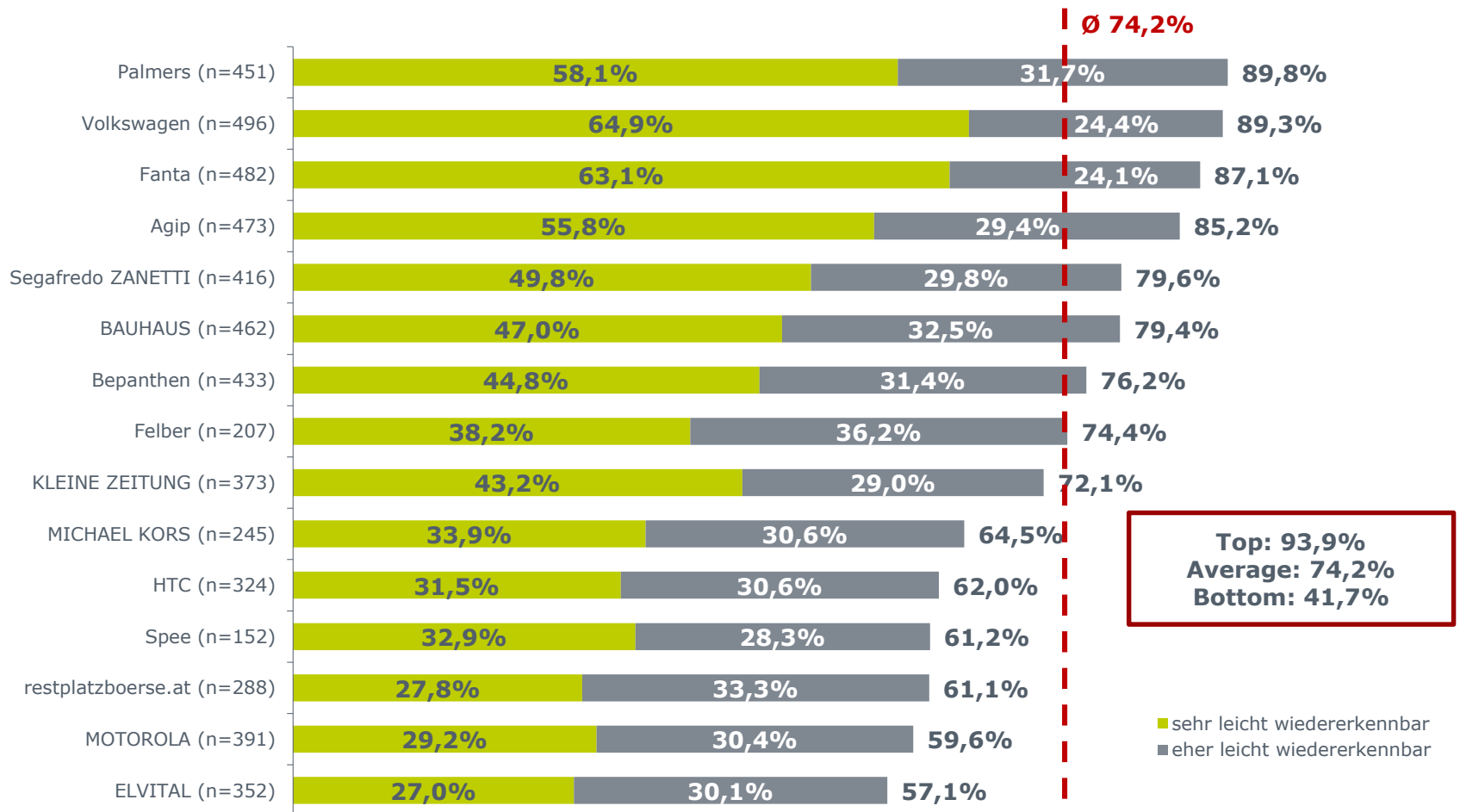


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Wiedererkennbarkeit:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher leicht wiedererkennbar“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



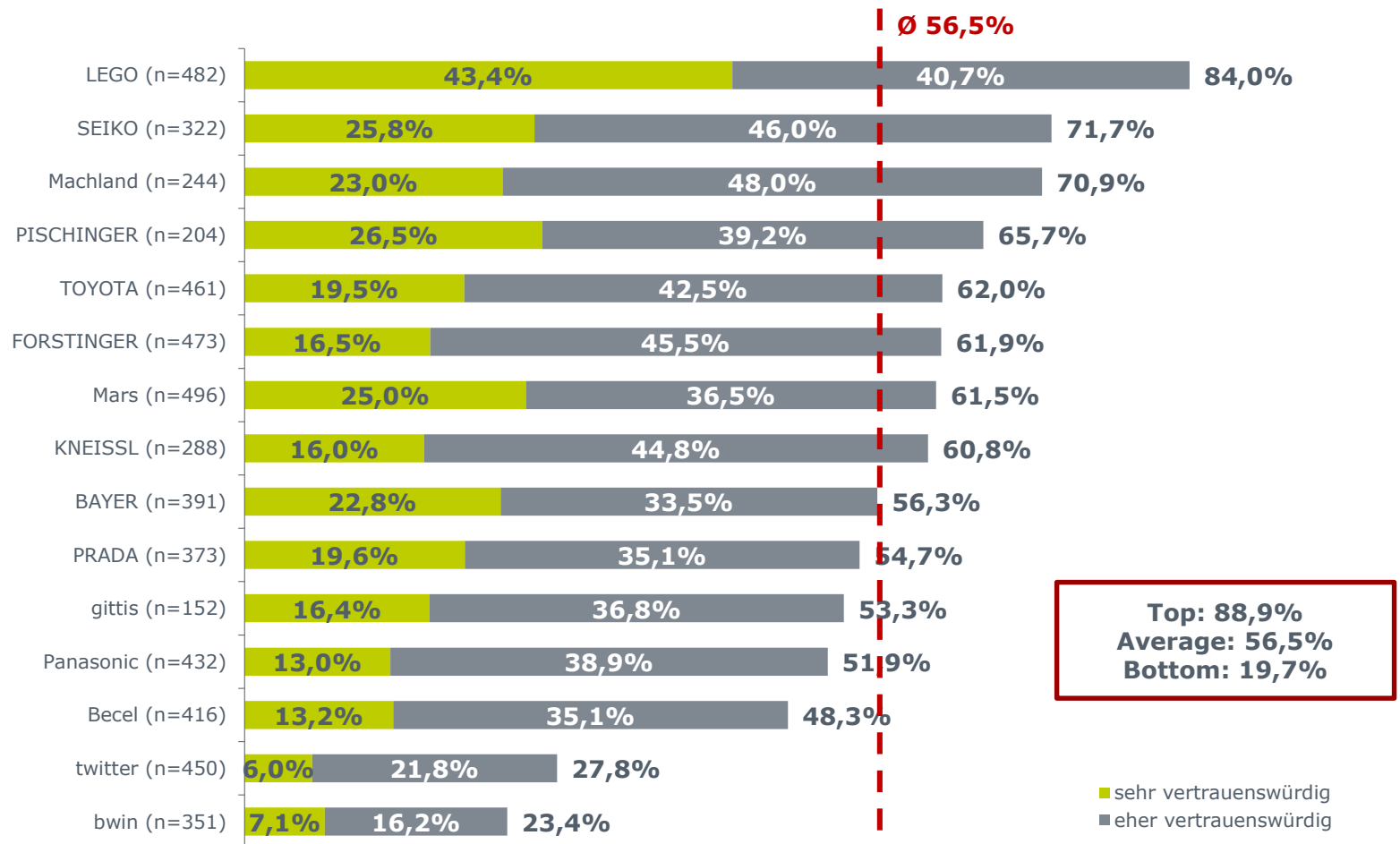
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Wie würden Sie die Wiedererkennbarkeit folgender Marken bewerten? Damit meinen wir, inwieweit sind die folgenden Marken einprägsam? [...]



Vertrauenswürdigkeit:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher vertrauenswürdig“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



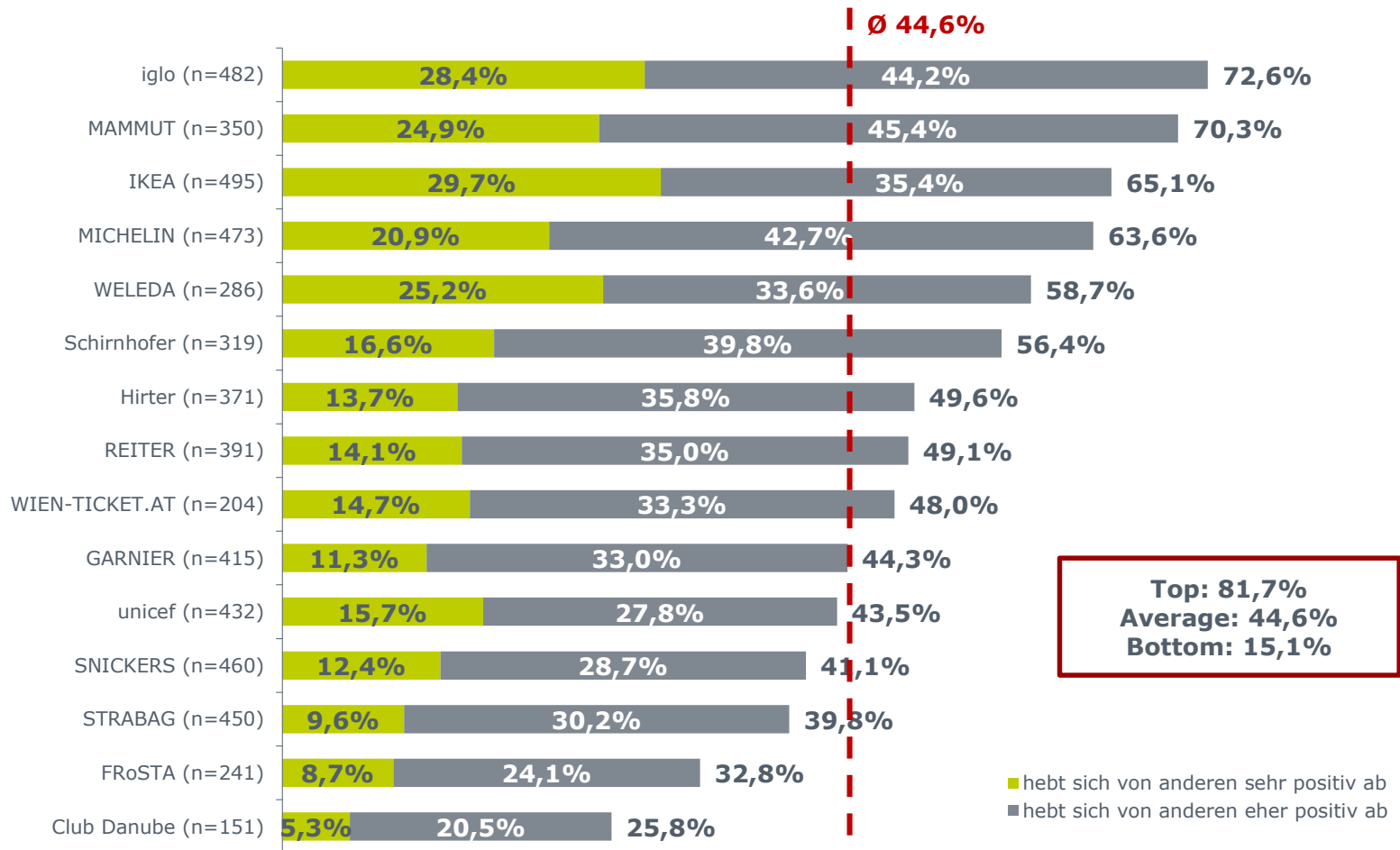
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Wie würden Sie die Vertrauenswürdigkeit folgender Marken bewerten? [...]



Alleinstellung:

[Top-2-Box: bewertet mit „hebt sich von anderen sehr/eher positiv ab“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



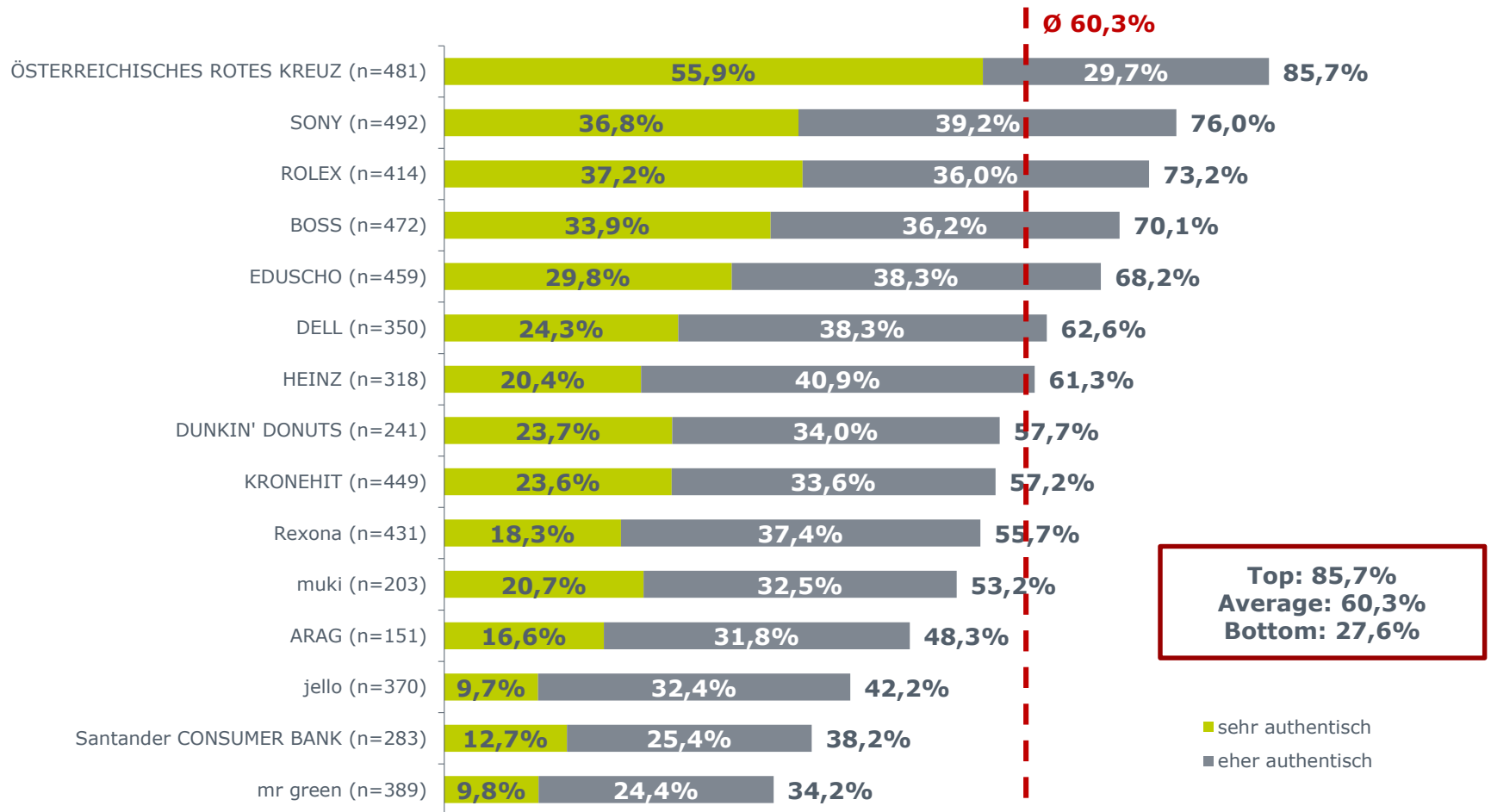
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit heben sich die folgenden Marken Ihrer Meinung nach von anderen Marken ab? [...]



Authentizität:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher authentisch“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



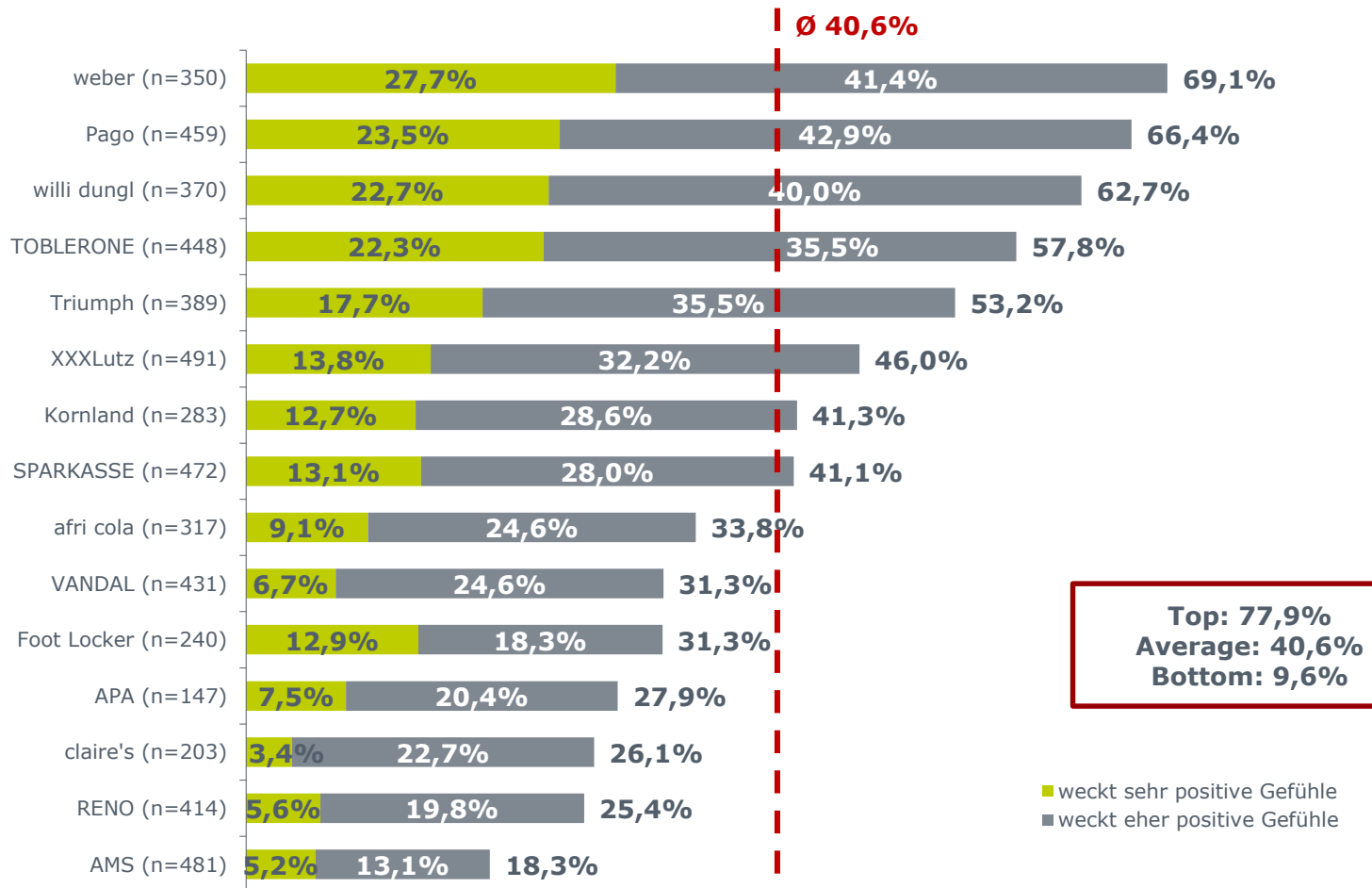
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Marken als authentisch? [...]



Emotionalität:

[Top-2-Box: bewertet mit „weckt sehr/eher positive Gefühle“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



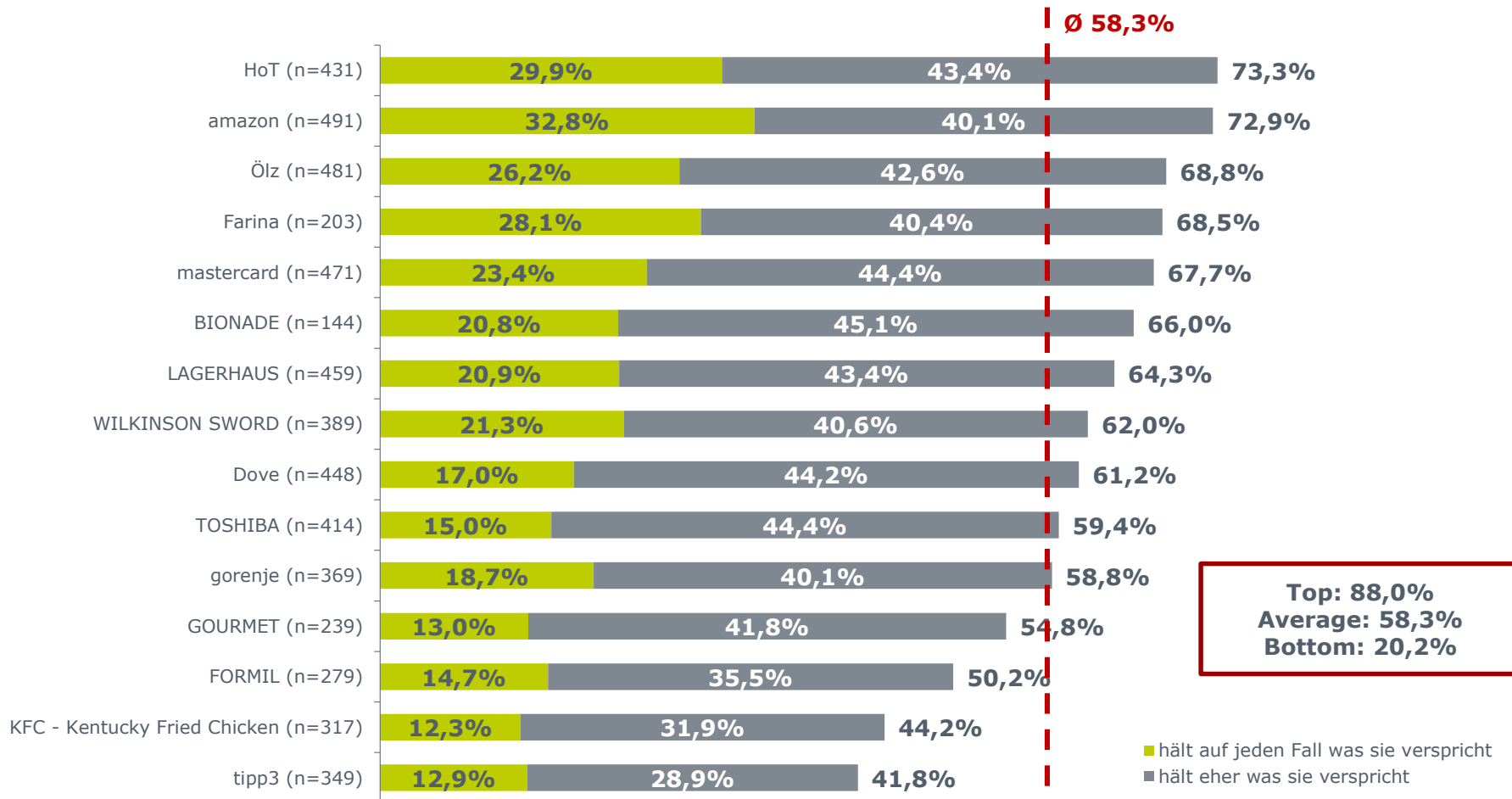
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit wecken die folgenden Marken Ihrer Meinung nach Emotionen? Damit meinen wir, welche Gefühle lösen die folgenden Marken bei Ihnen aus? [...]



Markenversprechen:

[Top-2-Box: bewertet mit „hält auf jeden Fall/eher was sie verspricht“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit halten die folgenden Marken Ihrer Meinung nach, was sie versprechen? [...]

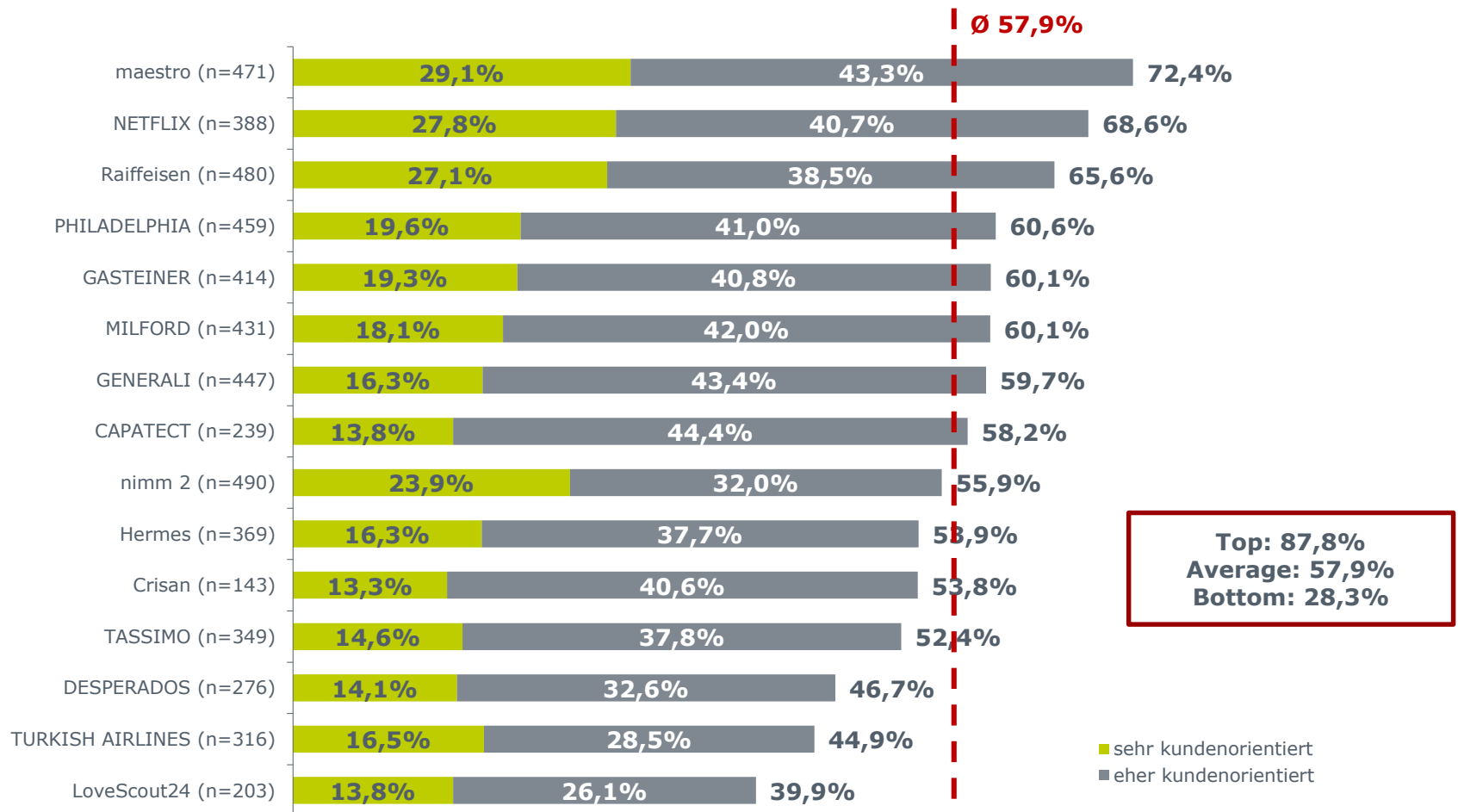


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Kundenorientierung:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher kundenorientiert“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Marken und deren Produkte als kundenorientiert? [...]

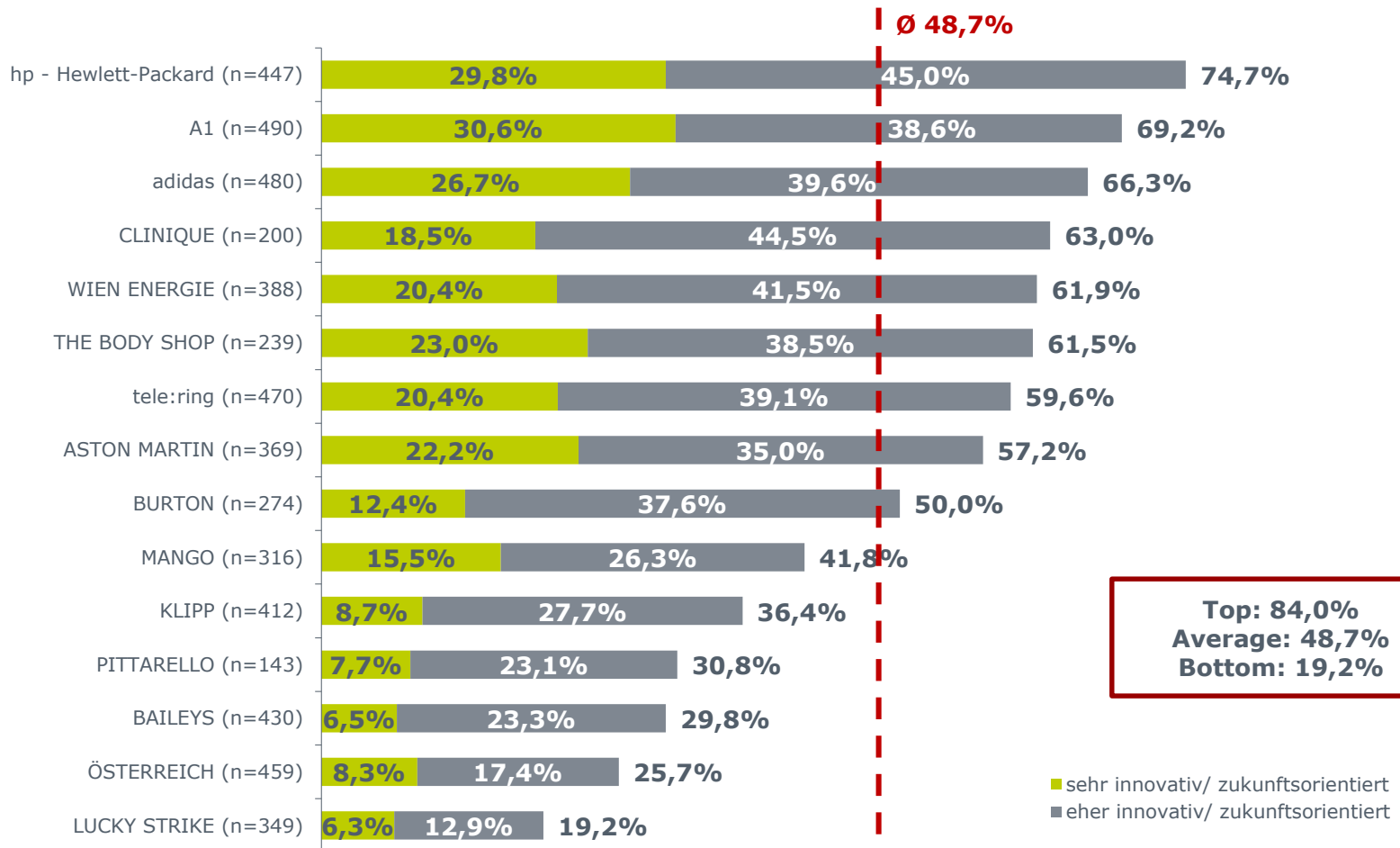


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Innovationsgrad:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher innovativ/zukunftsorientiert“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Marken als innovativ/zukunftsorientiert? [...]

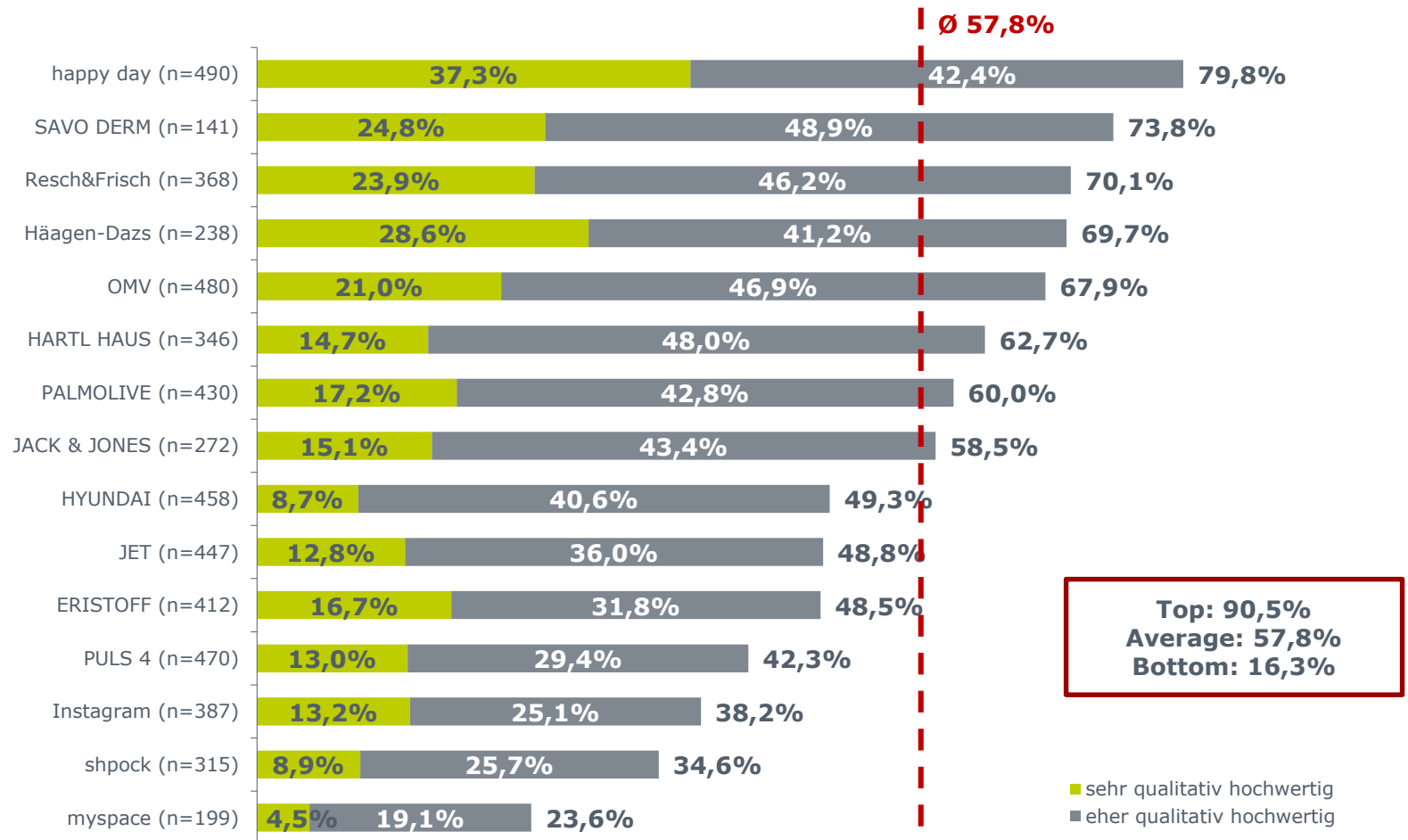


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Qualitätsanmutung:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher qualitativ hochwertig“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



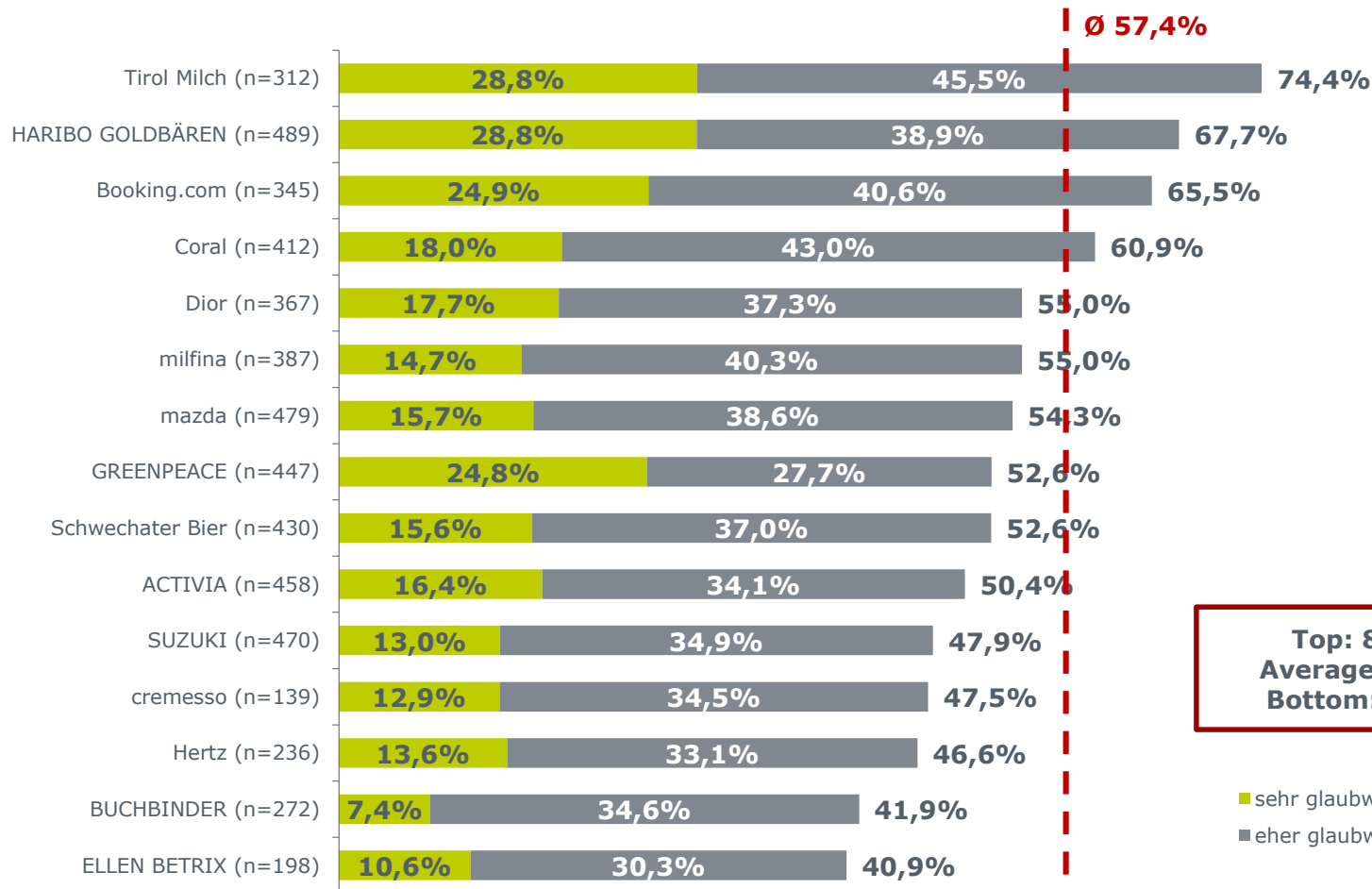
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Wie würden Sie die Qualität der folgenden Marken und deren Produkte bewerten? [...]



Glaubwürdigkeit:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher glaubwürdig“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Wie würden Sie die Glaubwürdigkeit der folgenden Marken bewerten? [...]

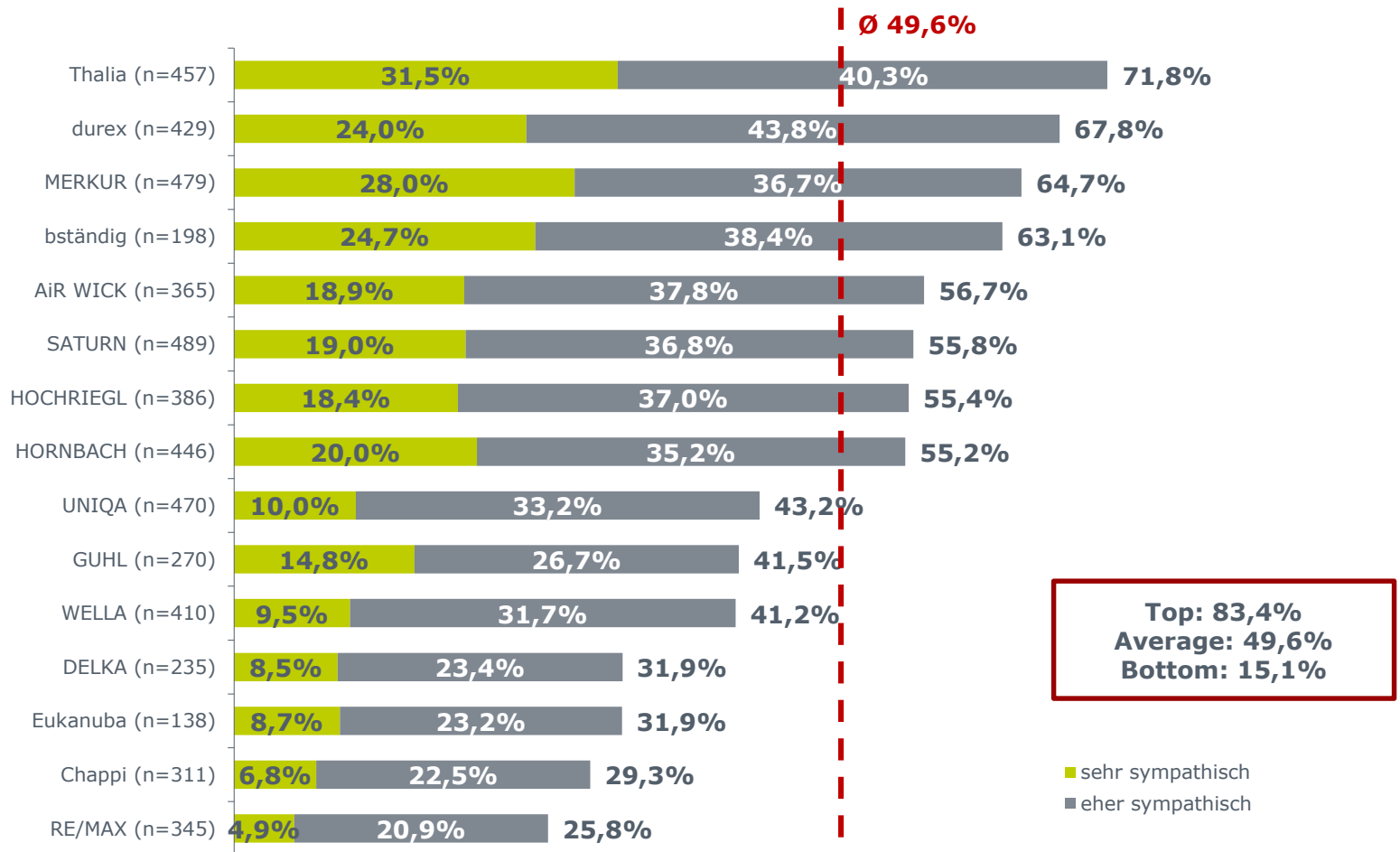


FUTURE
FITNESS
INDEX

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Sympathie:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher sympathisch“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



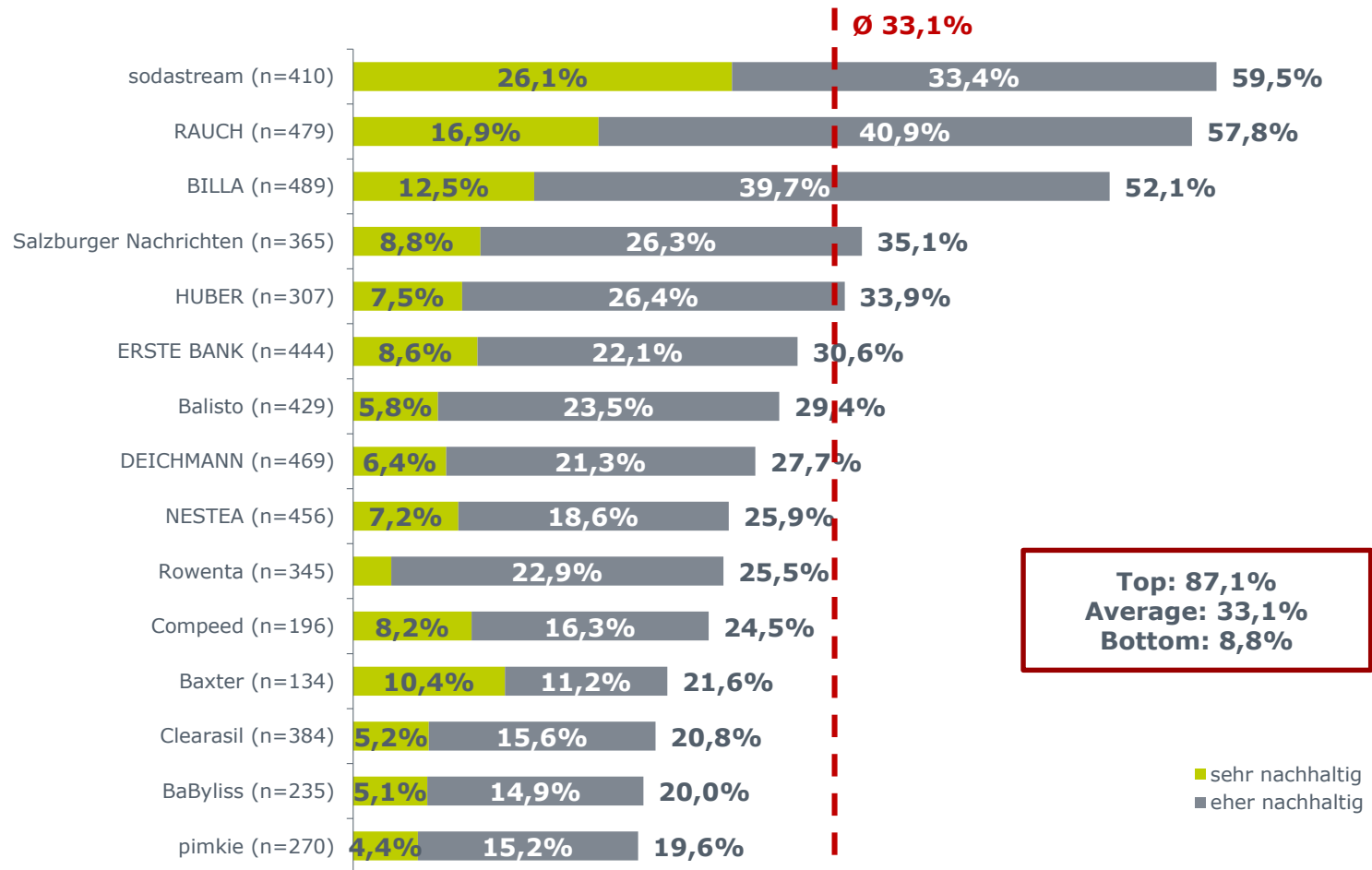
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

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



Nachhaltigkeit:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher nachhaltig“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



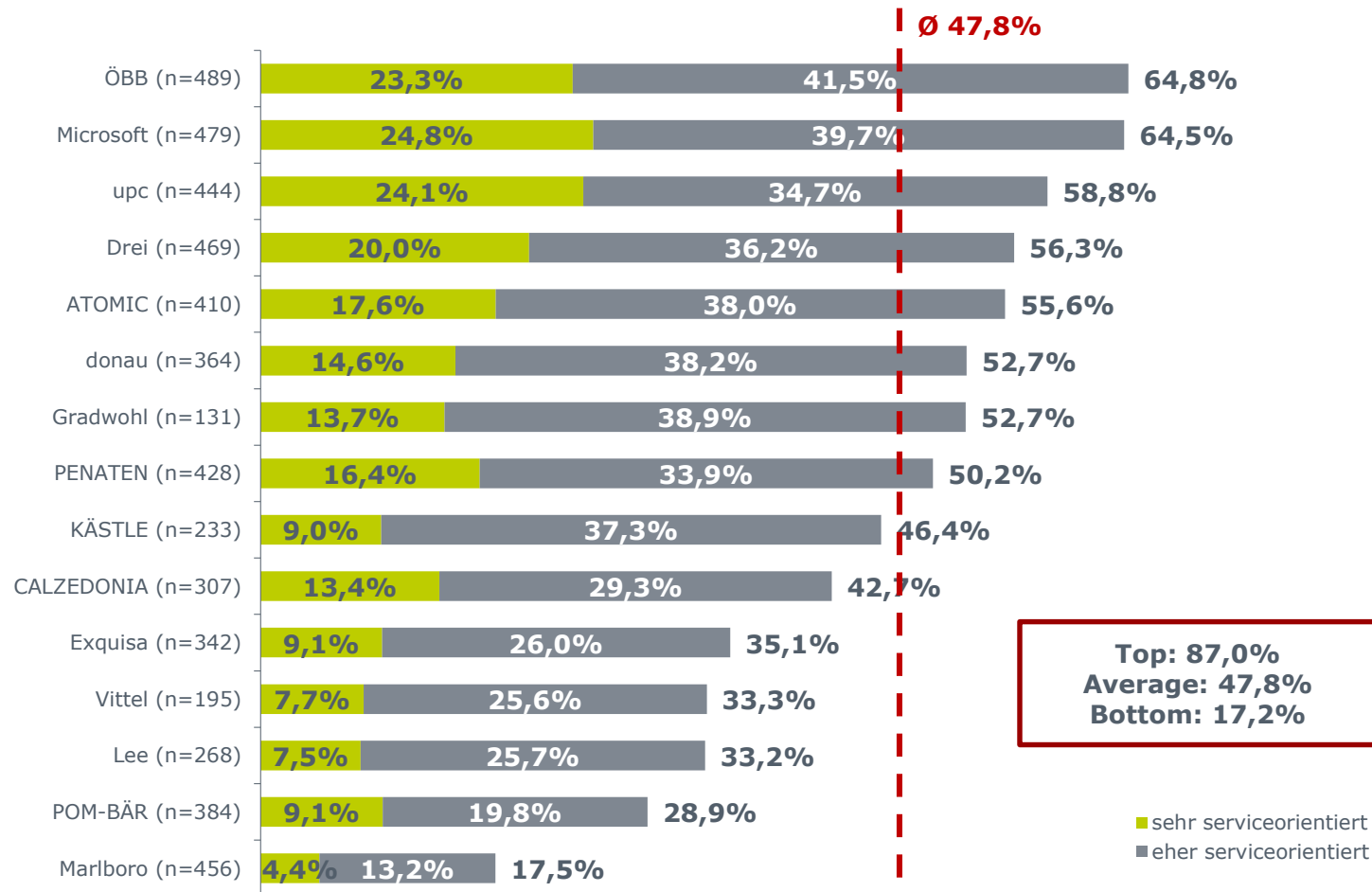
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit handeln die folgenden Marken und die dahinter stehenden Unternehmen Ihrer Meinung nach nachhaltig hinsichtlich Umwelt? [...]



Serviceorientierung:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher serviceorientiert“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



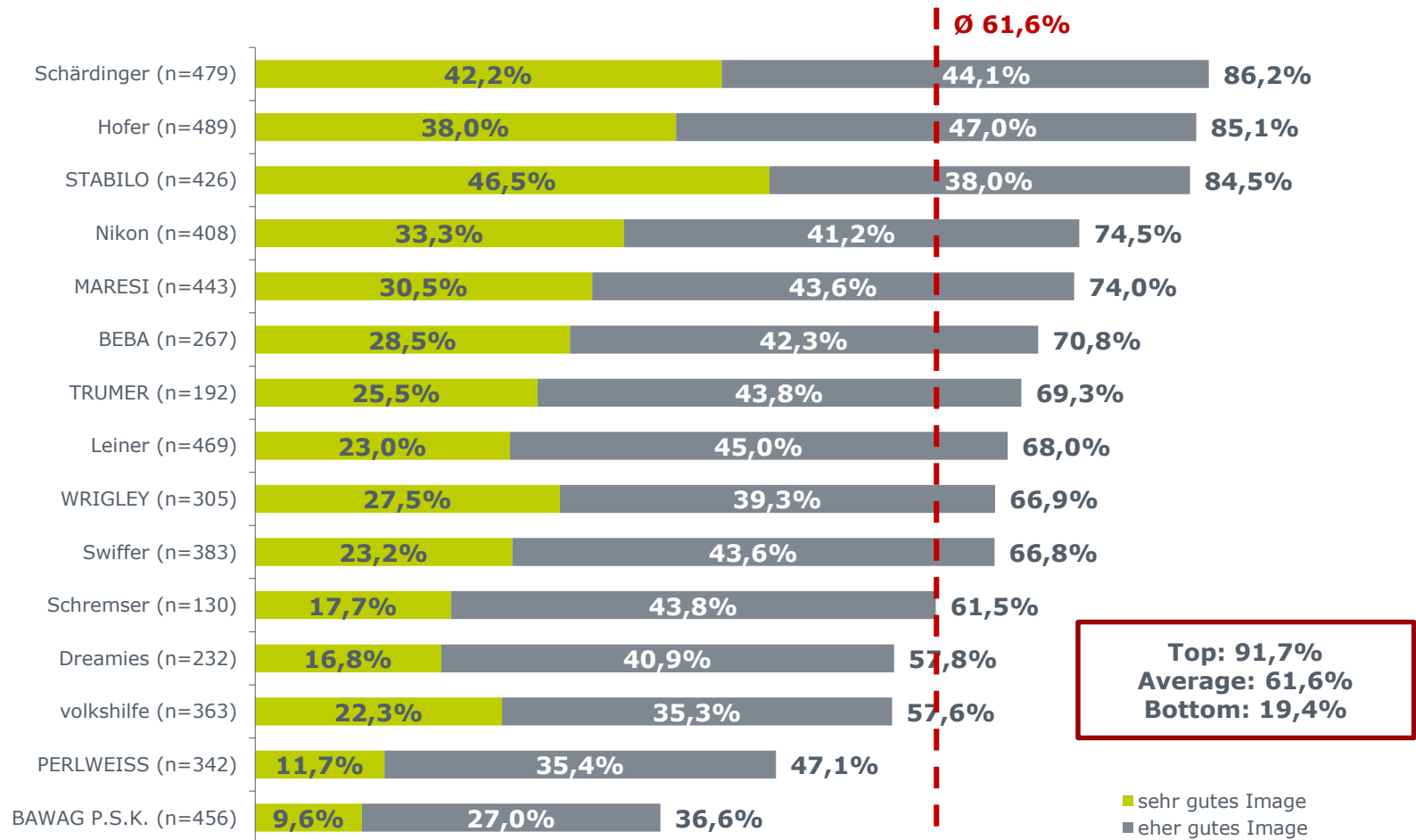
(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Inwieweit würden Sie persönlich die folgenden Marken und die dahinter stehenden Unternehmen als serviceorientiert einstufen? [...]



Image:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher gutes Image“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Welchen Ruf bzw. welches Image haben Ihrer Ansicht nach die folgenden Marken in der Öffentlichkeit? [...]

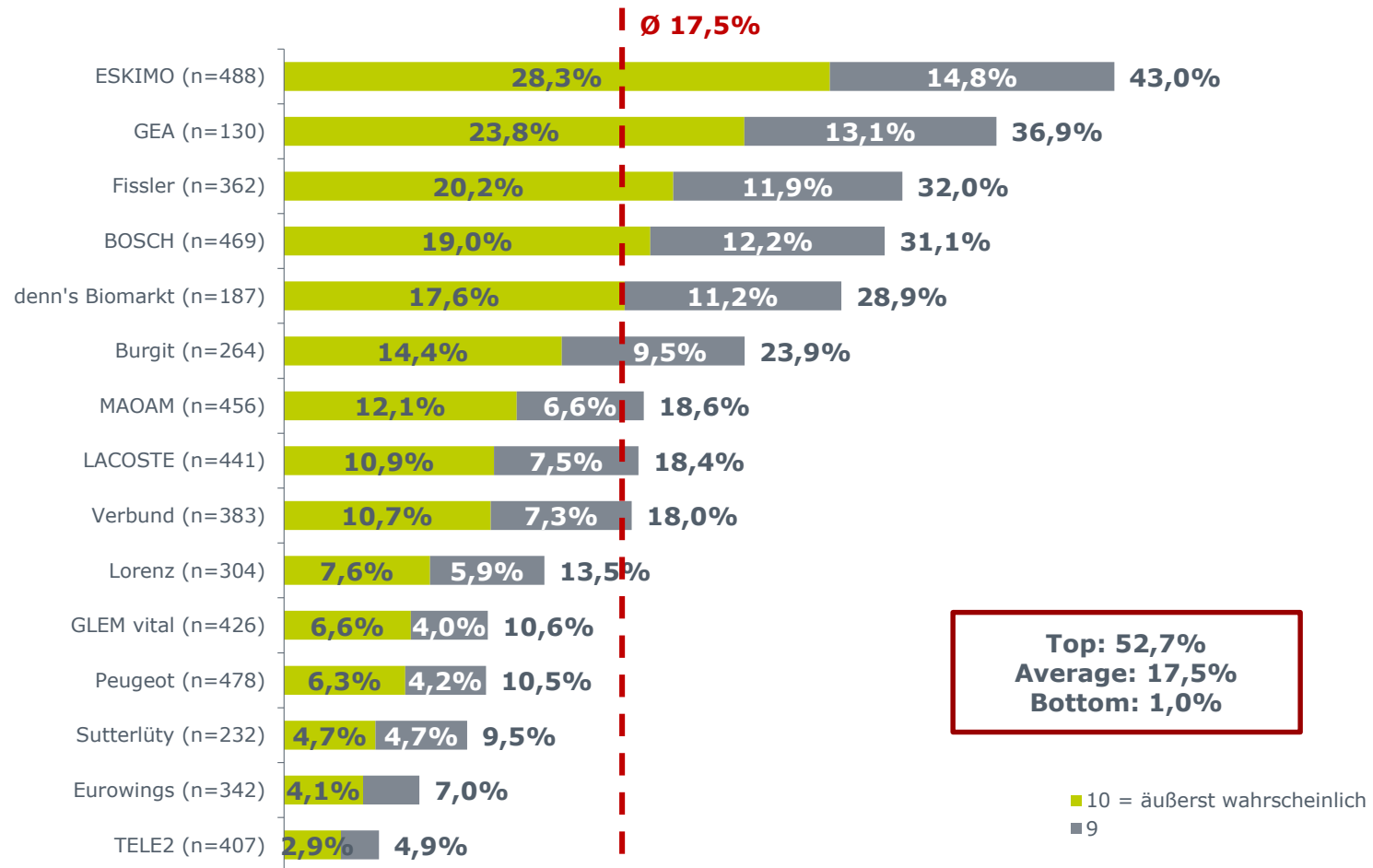


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Weiterempfehlung:

[Top-2-Box: bewertet mit „10 = äußerst wahrscheinlich“ & „9“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Angenommen Sie sprechen mit jemandem über die folgenden Marken, wie wahrscheinlich würden Sie diese weiterempfehlen? [...]

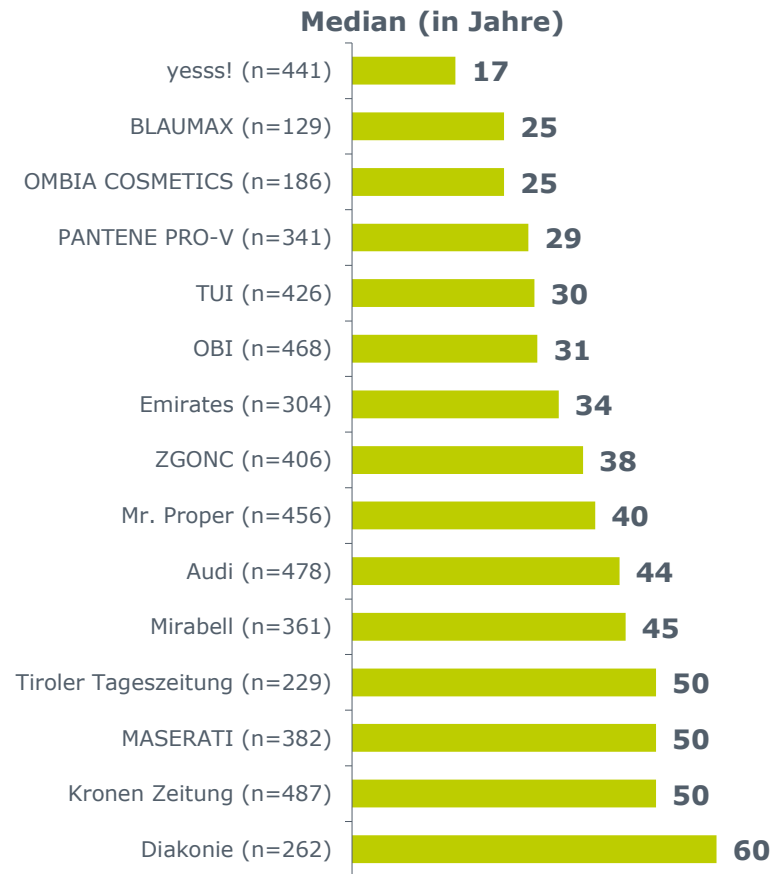
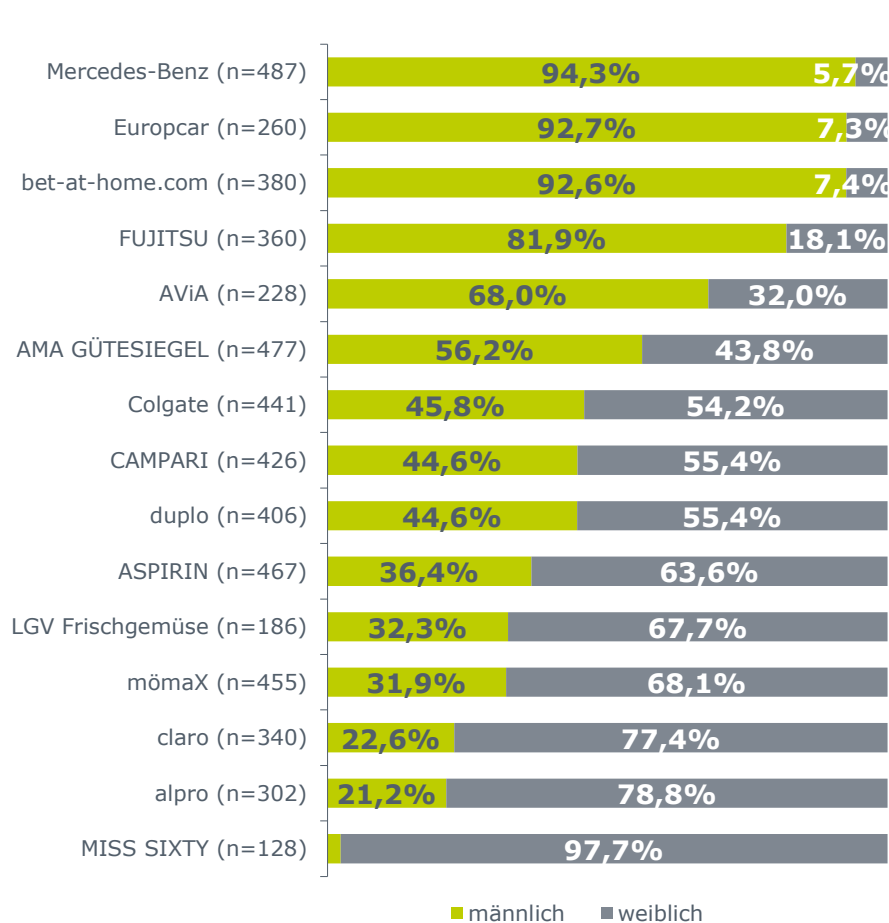


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Brand-Gender und Brand-Age:

[Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

**Angenommen die folgenden Marken wären Menschen, wie alt würden Sie die jeweiligen Marken einschätzen?
[...] // Und welchem Geschlecht würden Sie die folgenden Marken zuordnen?**

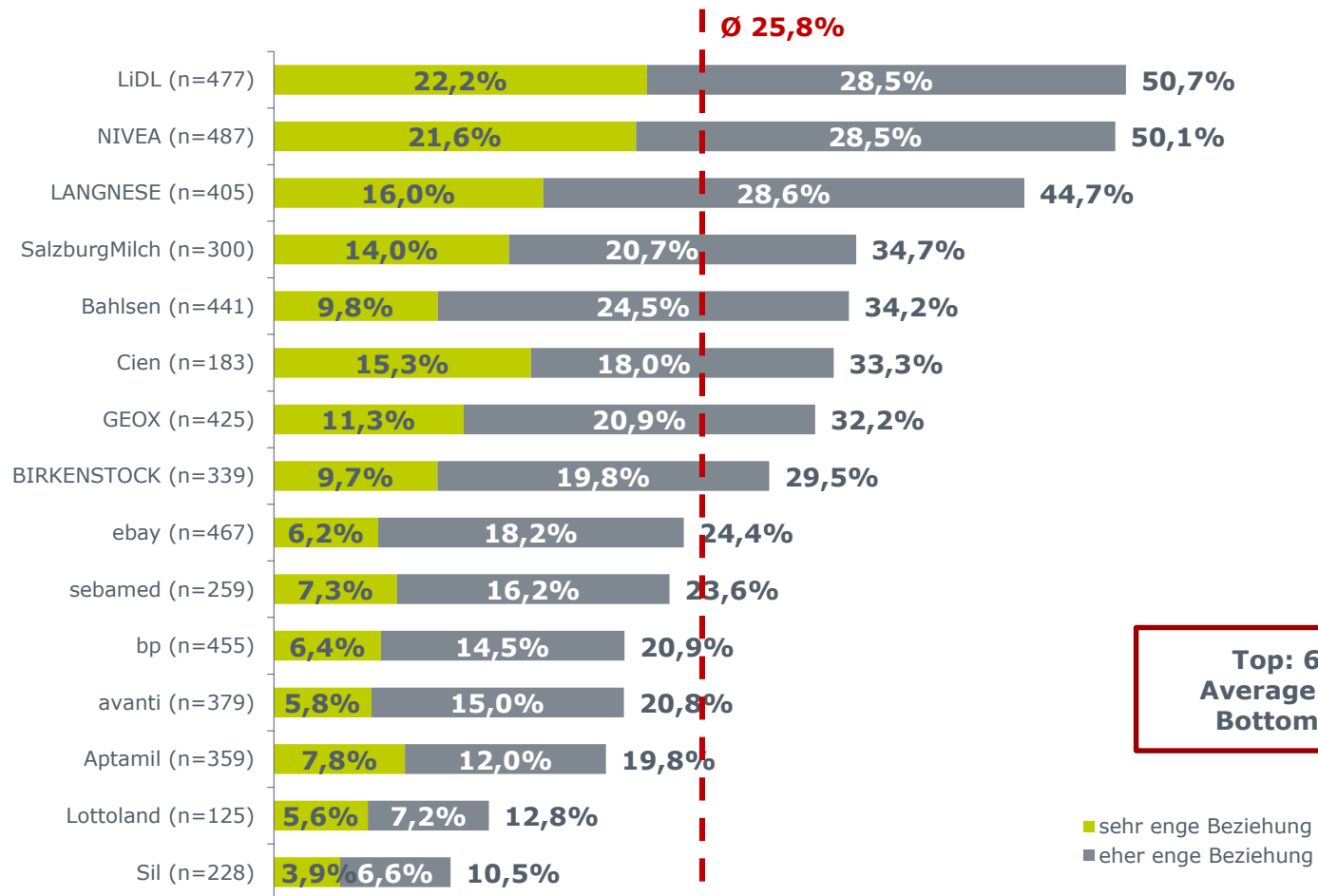


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Markennähe:

[Top-2-Box: bewertet mit „1 = sehr enge Beziehung“ & „2“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



Top: 66,1%
Average: 25,8%
Bottom: 2,0%

(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Wie eng fühlen Sie sich persönlich mit den folgenden Marken verbunden? Angenommen, Sie wären die Person auf der Bank – wo würden Sie diese Marke platzieren? [...]

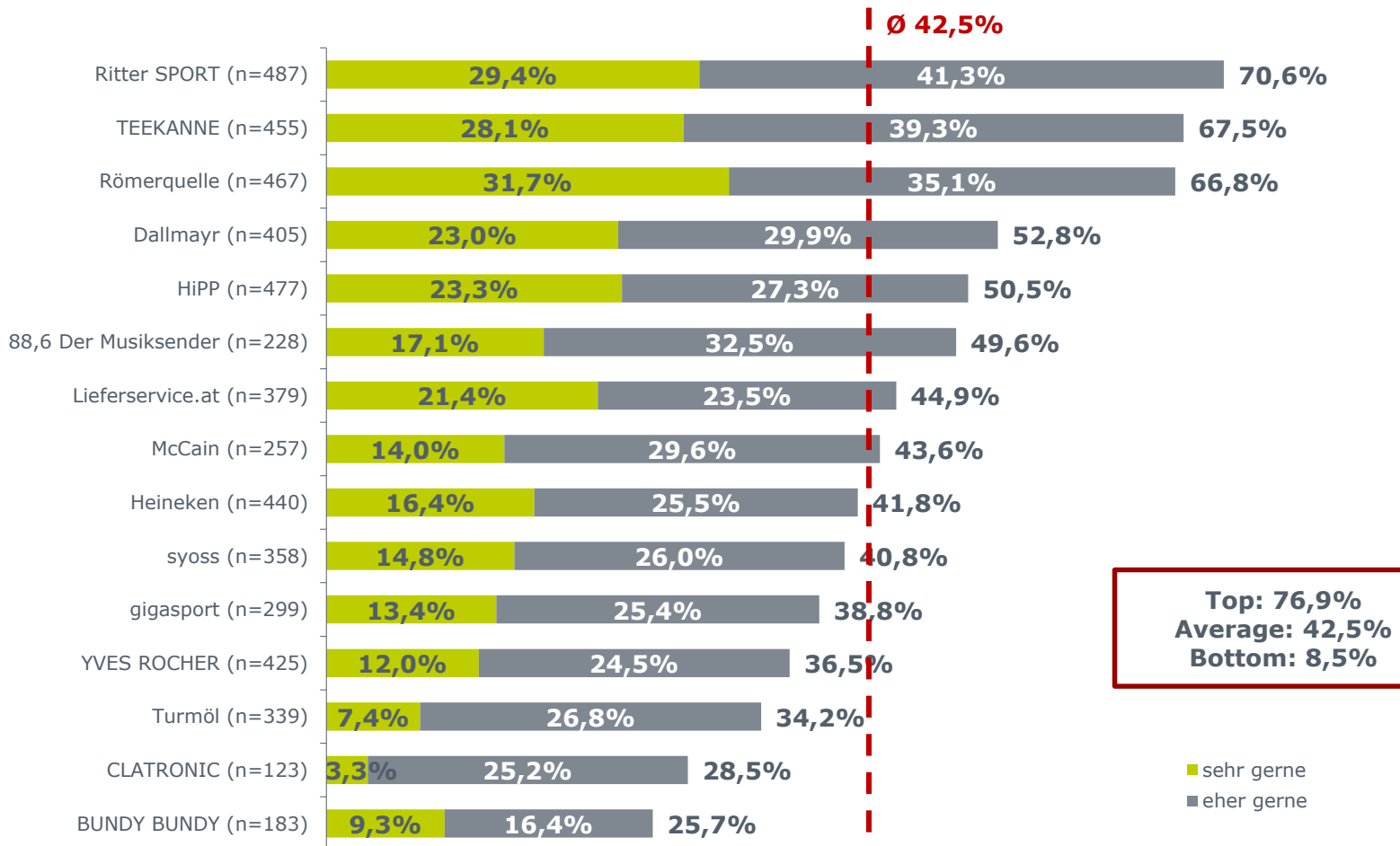


**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Markenloyalität:

[Top-2-Box: bewertet mit „sehr/eher gerne“ || Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Basis: Respondenten kennen die jeweilige Marke; kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)

Abschließend würden wir gerne wissen, wie gerne Sie mit diesen Marken von Ihren Freunden gesehen werden würden? [...]



Future Fitness Index



**FUTURE
FITNESS
INDEX**

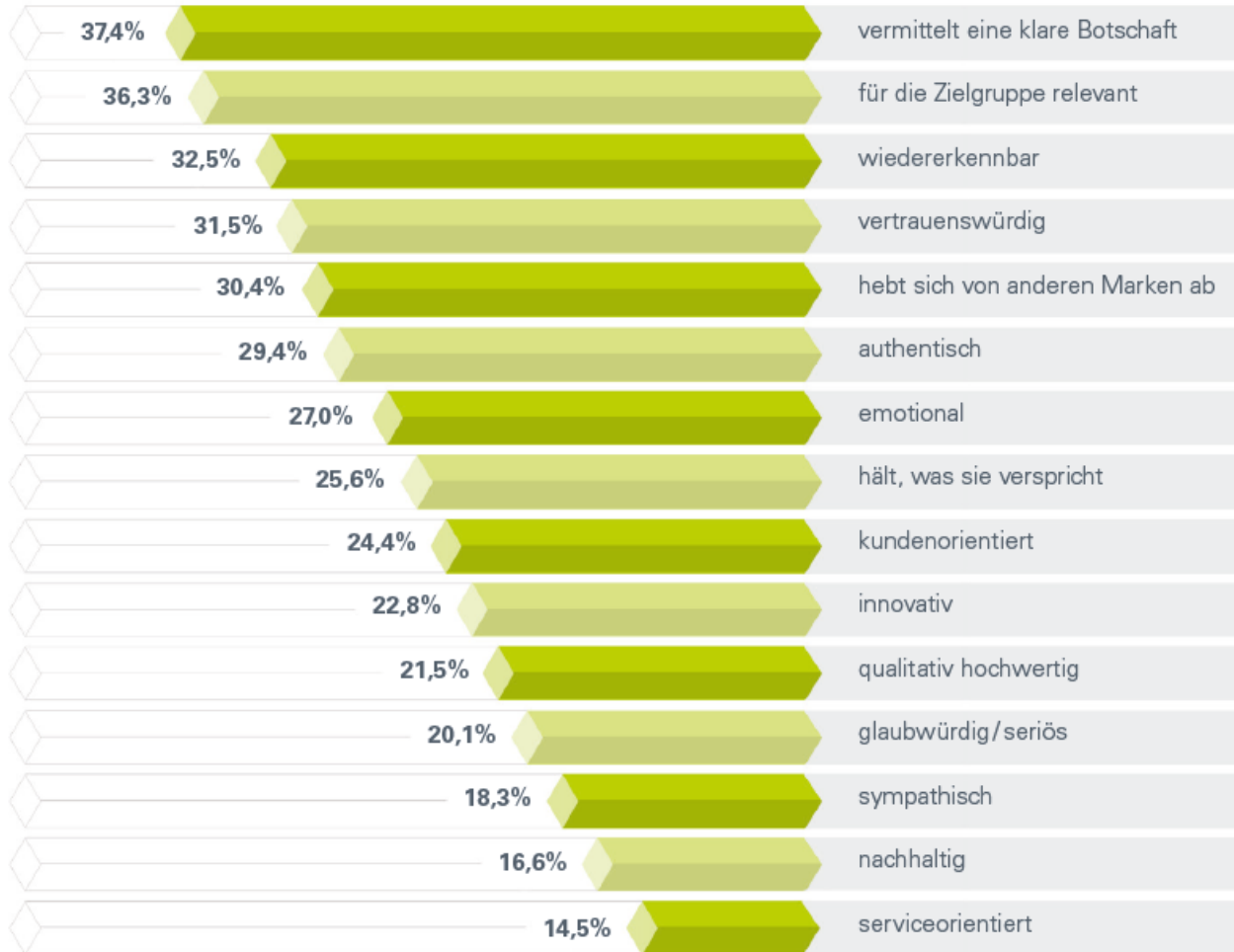
MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Die Bestandteile des Future Fitness Index:

Die Branche hat den Inhalt des Future Fitness Index zum größten Teil selbst mitbestimmt. Im Rahmen einer vorgelagerten Grundlagenstudie unter 289 heimischen Kommunikations- und Marketingexperten wurden 30 Kriterien für den nachhaltigen Markenerfolg vorgelegt und bewertet. Die Top 15 gereihten Kriterien fließen mit ihrer relativen Bedeutung in unseren Index ein, ergänzt um die wahrgenommene Markennähe und die Weiterempfehlungsabsicht.

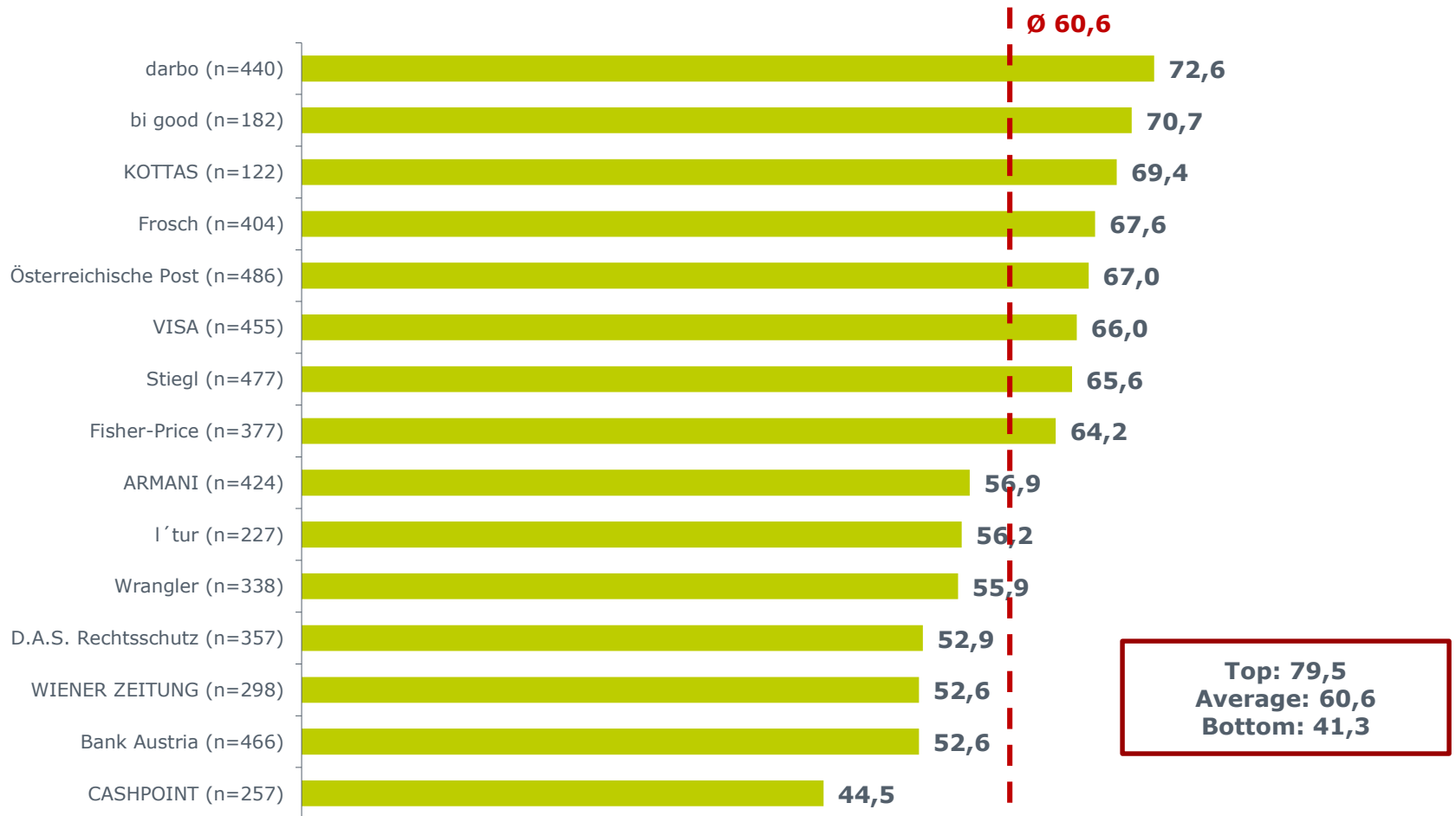


Top 15 Eigenschaften für die Zukunfts-Fitness von Marken:



Future Fitness Index:

[Auszug: 15 willkürliche von 451 Marken]



(Kein Gesamt-Ranking - willkürliche Auswahl aus 451 abgetesteten Marken)



**FUTURE
FITNESS
INDEX**

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Lisa Eberhardsteiner, MSc
l.eberhardsteiner@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 28

Mühlgasse 59
A-2500 Baden

www.marketagent.com

