

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

BRAND.Swipe: Manner bleibt Österreichs Marke Nummer 1

Neue Aufsteiger und überraschende Absteiger im österreichischen Marken-Ranking

Welche Marken bei den Österreicherinnen und Österreichern hoch im Kurs stehen, erhebt das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com mithilfe des Smartphone-Tools BRAND.Swipe. Durch diese Untersuchungsmethode werden seit mittlerweile über 2 Jahren tagtäglich rund 1.050 Marken intuitiv nach ihrer Sympathie bewertet. Dabei kristallisieren sich einerseits konstante Favoriten wie Manner, Vöslauer oder Wikipedia heraus, die es erneut in die Top 10 schafften. Andererseits sorgen deutliche Auf- und Abstiege einiger Brands für Überraschungen.

Österreichs favorisierte Marken sind aktuell (Stand vom 31. März 2019) ein bunter Mix aus Lebensmittel- und Getränkeherstellern über diverse Dienstleistungsanbieter bis hin zu Ver- und Gebrauchsgegenständen. Dem Süßwarenhersteller Manner ist die Titelverteidigung gelungen. Nach dem Aufstieg der Marke von Platz 2 auf Platz 1 im Jahr 2018 behält sie ihre führende Position auch 2019 mit einem Index von 85,1 bei. Mit einem kleinen „Respektsabstand“ folgen Wikipedia (83,0) und dm (82,8) dem österreichischen Traditionsunternehmen nach und kämpfen sich damit nach einer Verschlechterung von 2017 auf 2018 nun wieder ganz nach vorne.

Österreichs bewährte Favoriten

„Es zeichnen sich mittlerweile einige klare Muster und Favoriten ab“, berichtet Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com, „insgesamt fünf Marken halten sich das dritte Jahr in Folge konstant in den Top 10 der Bewertung. Auffallend ist hier außerdem der hohe Anteil an österreichischen Unternehmen.“ So haben neben Manner und Wikipedia auch Hofer (81,6) mit Platz 4, das Österreichische Rote Kreuz (81,5) mit Platz 5 und Vöslauer (80,3) auf Platz 7 ihre Position in der Bestenliste der Österreicherinnen und Österreicher erneut bestätigt. Doch nicht nur Konstanz prägt die Top 10 der sympathischsten Marken Österreichs. Auf einigen anderen Plätzen ist ein reger Wechsel zu beobachten – sowohl durch ein deutliches Plus an Sympathie als auch durch große Einbußen an positiven Bewertungen.

Höhenflüge...

Eine eher geringe, aber stetig zunehmende Verbesserung der Platzierung sowie der Index-Punkte seit 2017 weisen Milka (80,4) und LEGO (79,1) auf. Milka arbeitete sich von Platz 15 im Jahr 2017 auf Platz 6 im März 2019 vor. LEGO verpasste 2017 noch knapp die Top 10 und erreichte nun die achte Position. Die deutlichsten Gewinner vom Jahr 2018 auf 2019 sind jedoch UHU und RAUCH mit jeweils 78,1 Index-Punkten, die es im aktuellen Ranking ex aequo auf Platz 9 schafften. Die bekannte Klebstoffmarke verbesserte sich um 11 Ränge, der österreichische Getränkehersteller schaffte den Aufstieg in die Top 10 von Platz 18 aus.

Eine Marke, die es zwar nicht zu den absoluten Favoriten schaffte, mit einer Verbesserung um 7,5 Index-Punkten von Position 67 im Jahr 2017 auf Rang 33 im März 2019 aber zu den Überfliegern gezählt werden kann, ist der traditionsreiche Schreibgerätehersteller STABILO.

...und Abstürze

Nicht nur klare Sympathie-Gewinne sondern auch Verluste und ein Abstieg im Ranking waren bei einigen Marken zu verzeichnen. Hielten sich die beiden Web-Brands Google (76,7) und YouTube (76,5) 2017 und 2018 noch unter den Top 5, so wurden sie im ersten Quartal des Jahres 2019 sogar aus den Top 10 auf die Plätze 14 und 16 verdrängt und verloren 2,5 und 2,9 Index-Punkte. Auch die österreichische Marke Wiener Zucker (73,6) verzeichnete ein Sympathie-Minus von knapp drei Index-Punkten und rutschte von Platz 14 im Jahr 2018 nun auf Platz 29 zurück.

So funktioniert BRAND.Swipe

Seit Jänner 2017 kommt BRAND.Swipe als innovatives Tool der mobilen Marktforschung zum Einsatz. Es ermöglicht eine intuitive Bewertung von Marken via Smartphone-App. Die Untersuchungsmethode ähnelt dabei dem Prinzip der App Tinder – durch das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links (positive oder negative Assoziation) wird spontan die Sympathie von knapp 1.050 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen erhoben. „Das Tool erlaubt es, schnell und unkompliziert die aktuelle Beliebtheit einer großen Anzahl von Marken zu erfragen und Beliebtheits-Trends klar abzubilden. BRAND.Swipe bietet hier eine sowohl effektive als auch unterhaltsame Art der Umsetzung“, erklärt Thomas Schwabl.

Das Ergebnis der Markenbewertung ist ein Index, der aus dem Quotienten aus „likes“ und „dislikes“ errechnet wird und auf Wochenbasis Aufschluss über die Markensympathie gibt, nicht jedoch über die dahinterliegenden Beweggründe. In Summe wurden über die BRAND.Swipe Methode bereits mehr als 12,6 Millionen Markenbewertungen generiert.

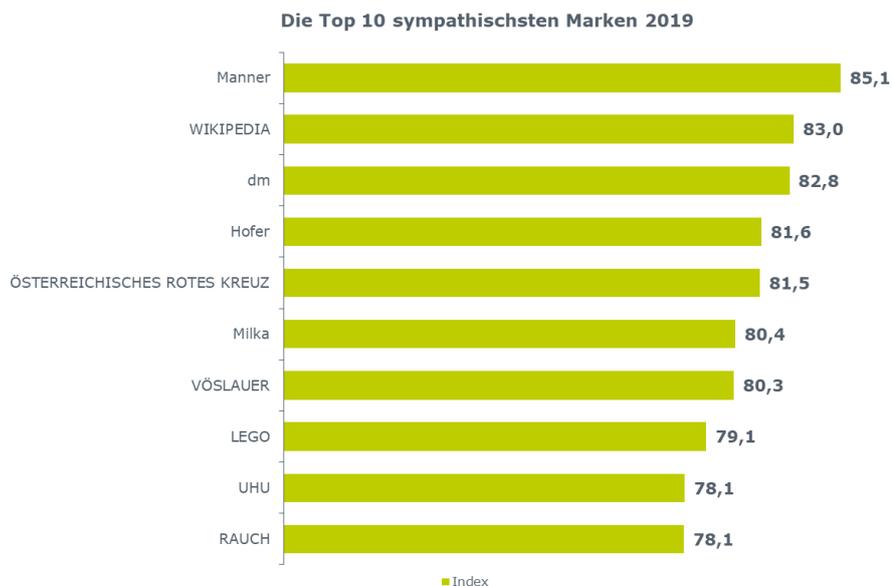


Abbildung 1: Die Top 10 sympathischsten Marken

Baden, am 16. April 2019

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 - 909 009

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 1.400.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.