

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Farbenmarken Kompass

Ergebnis-
Abriss

April 2014



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 = 1.830 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 27.03.2014 – 11.04.2014
- **Screening:** Alter, Durchführung von (Um-)Bau-, Renovierungs- oder Reparaturarbeiten im eigenen Heim
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 38 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- zzgl. MwSt.



Farbenmarken im Test:

- Adler
- Akzo Nobel
- Alpina
- Auro
- Baunit
- Dulux
- Dupli Color
- GeniusPro
- Herbol
- IONIT
- Molto
- Murexin
- OK
- Röfix
- SCHÖNER WOHNEN
- Sefra
- sikkens
- Sto
- swingcolor
- Synthesa
- TIGER Coatings
- Ulz
- Weber Terranova



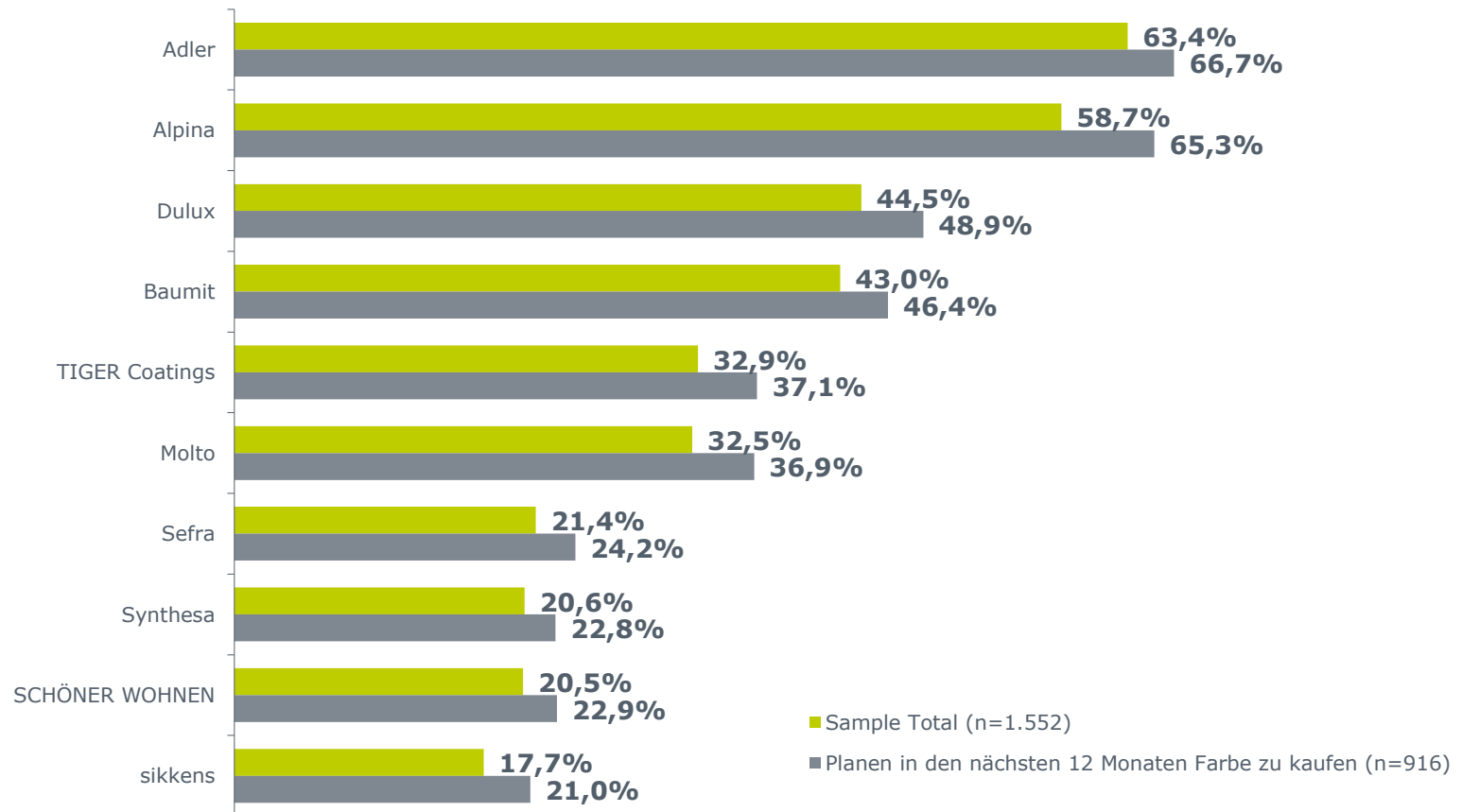
Erkenntnisinhalte:

- **Spontane und gestützte Bekanntheit Farbenmarken**
- **Imagebatterie-Bewertung** (*sympathisch, traditionsreich, vielfältig, natürlich langlebig, qualitativ, cool, trendig, kreativ, modern, extravagant, exklusiv, altmodisch, harmonisch, international, etabliert, einprägsam, glaubwürdig, kundenorientiert, zuverlässig, kompetent, innovativ, kraftvoll, unverwechselbar*)
- **Gesamtimage**
- **Aktuelle Farbensituation und Nachfrageerwartung** (*Verwendungszweck, letzter Kauf, Farbenmarkenkauf, Farbenart, Anschaffungspläne, geplante Investitionskosten*)
- **Infoverhalten bzw. Informationsbeschaffung**
- **Kaufeinfluss und Entscheidungsträger**



Die 10 (von 23) bekanntesten Farbenmarken:

Gestützte Bekanntheit (Top 10 von 23)

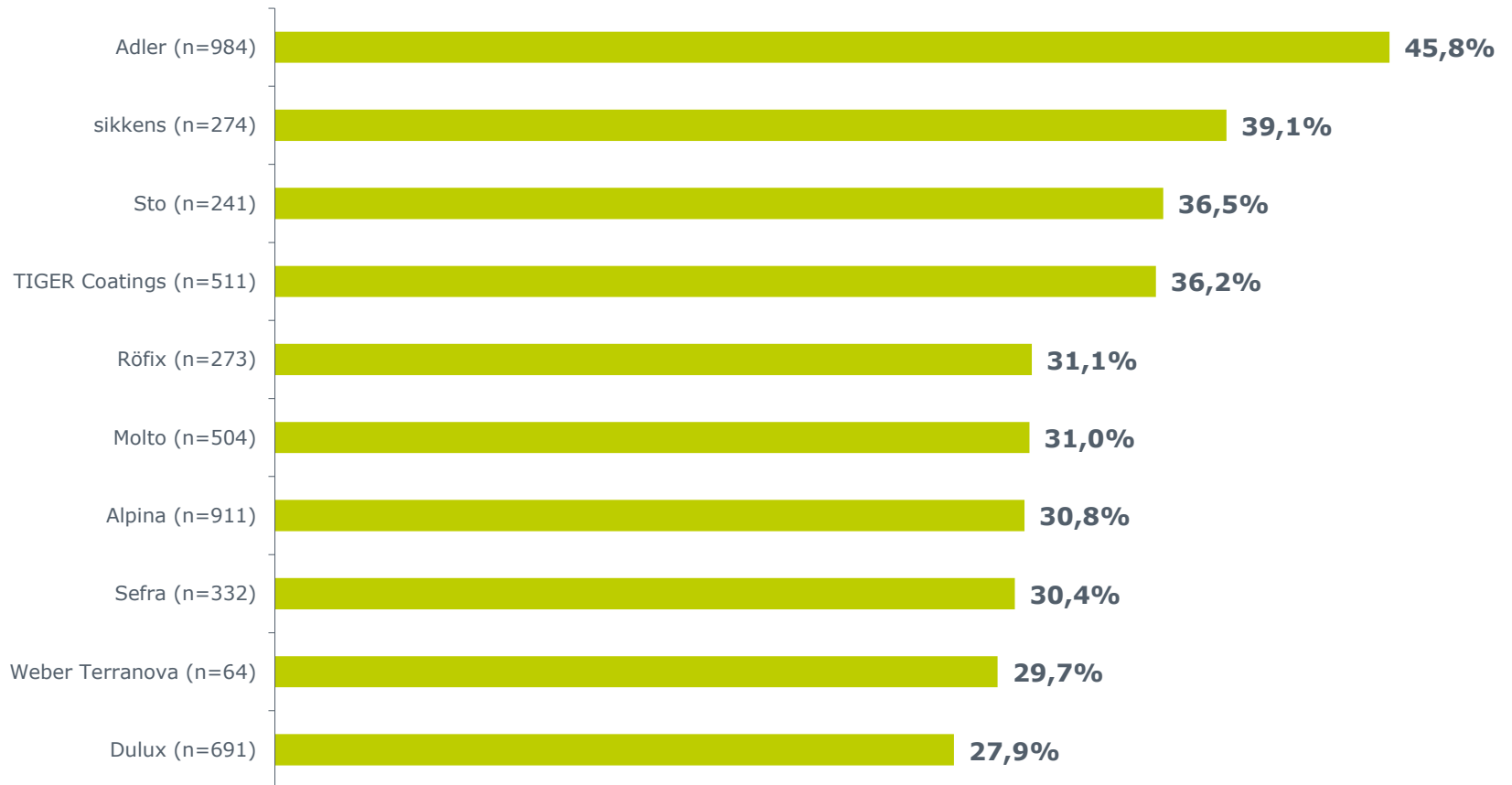


[...] Welche dieser sind Ihnen als Unternehmen bzw. Marken, die Farben herstellen zumindest namentlich bekannt? [...]



Die 10 (von 23) traditionsreichsten Farbenmarken:

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

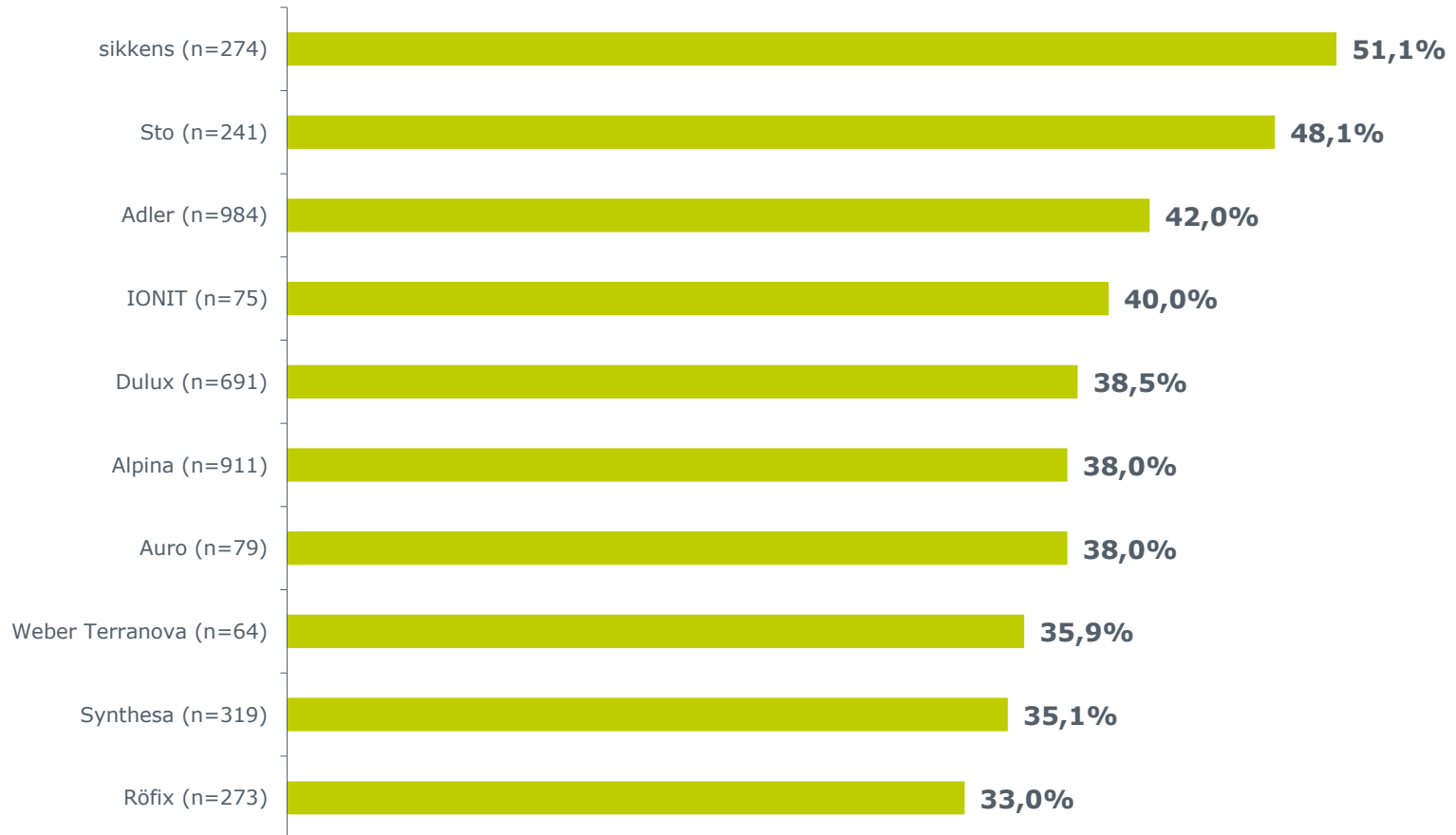


Inwieweit empfinden Sie die folgenden Farbenmarken als traditionsreich? [...]



Die 10 (von 23) Farbenmarken mit der höchsten Qualität:

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

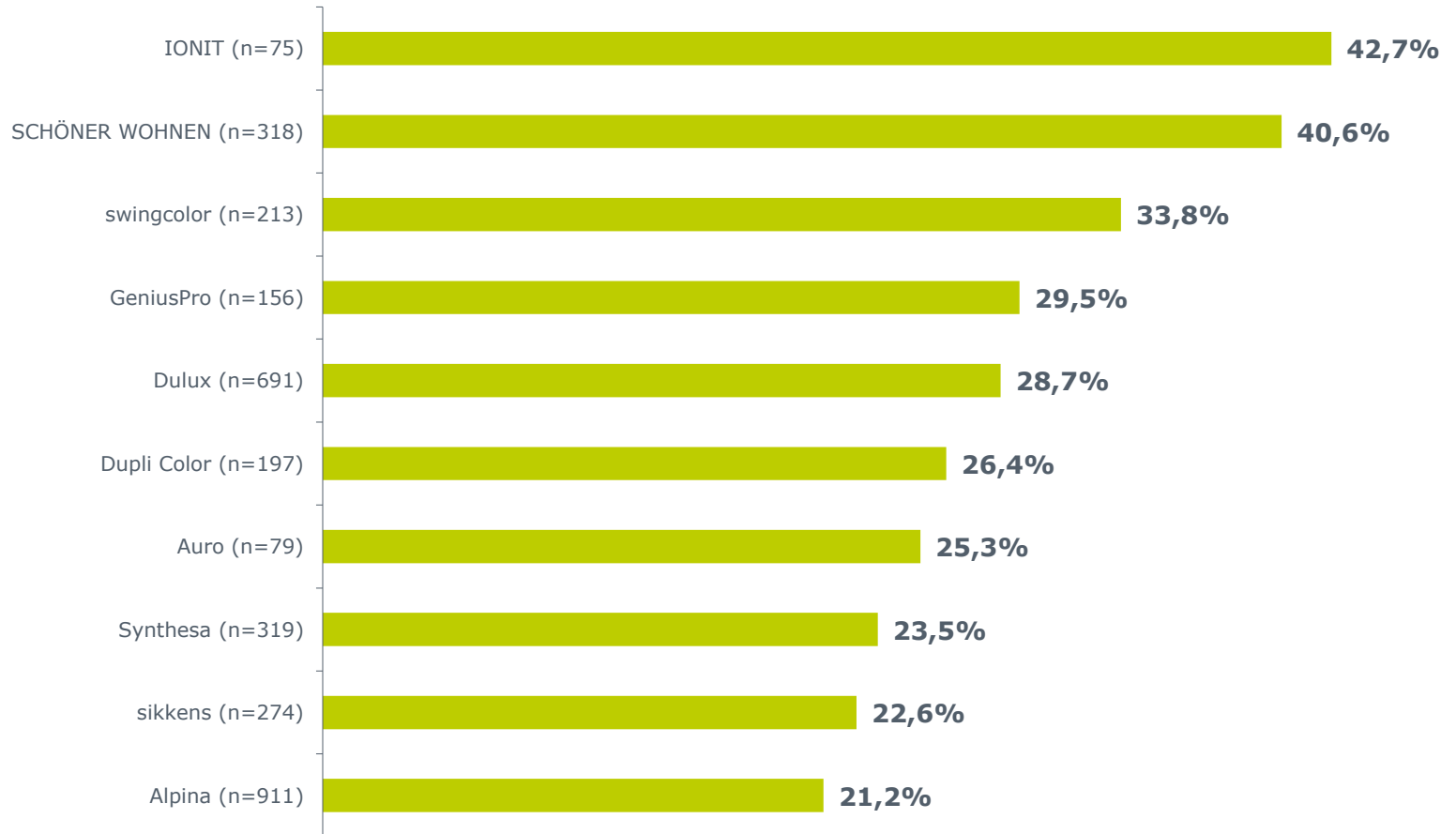


Wie würden Sie die Qualität der Produkte folgender Farbenmarken bewerten? [...]



Die 10 (von 23) modernsten Farbenmarken:

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

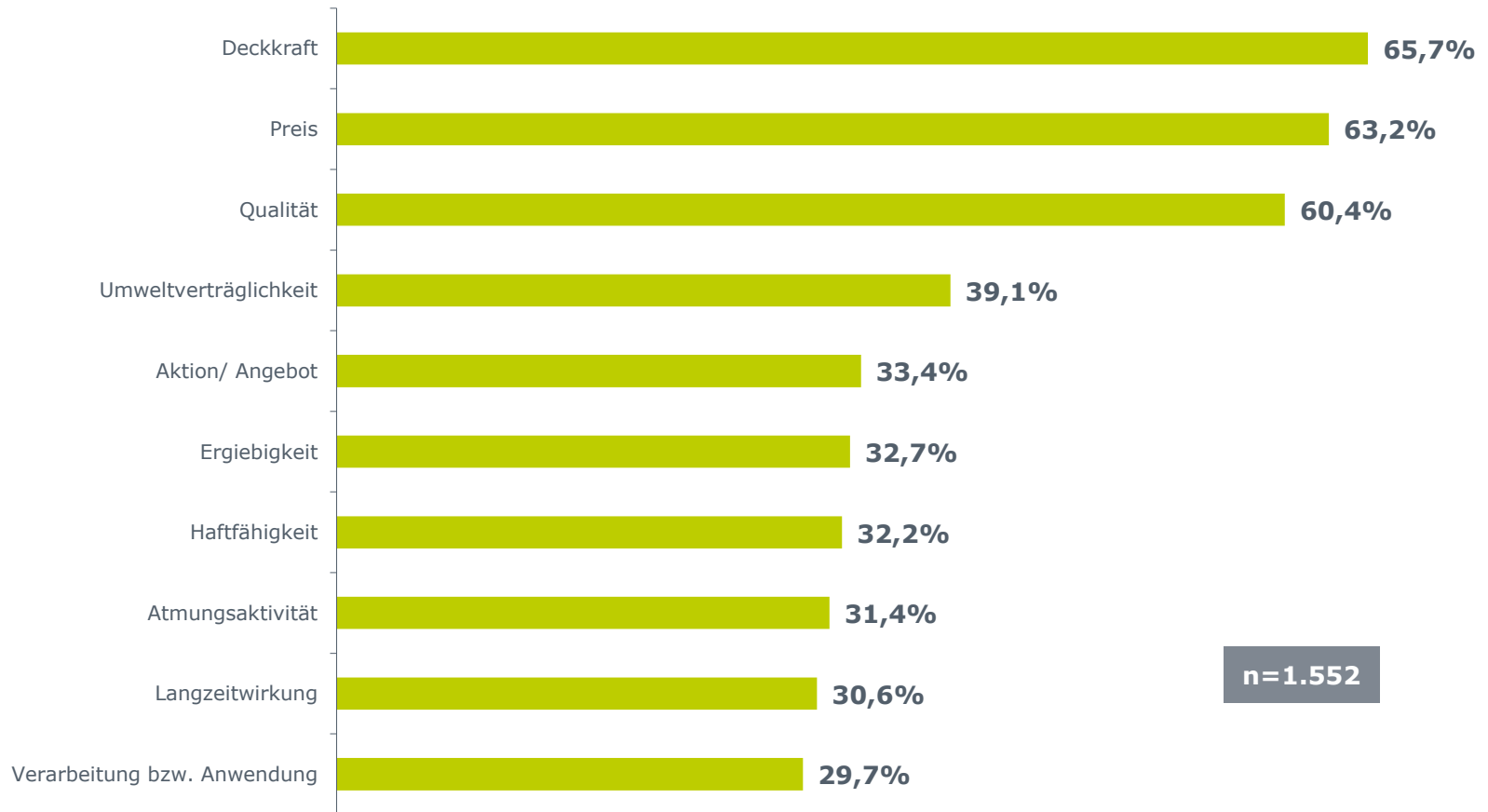


Inwieweit empfinden Sie die folgenden Farbenmarken als modern oder altmodisch? [...]



Die Deckkraft, der Preis und die Qualität sind die größten Einflussfaktoren beim Kauf von Farben.

Die 10 (von 31) größten Einflussfaktoren beim Kauf von Farben



Welche der folgenden Kriterien haben bzw. hätten beim Kauf neuer Farben einen Einfluss auf Ihre Entscheidung? [...]



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 560.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand April 2014, 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

