

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Radler Image Barometer



Mai 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 16 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 800 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 16.04.2015 – 27.04.2015
- **Screening:** Alter, Konsum von Bier/Radler, Konsumhäufigkeit von Radler
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 16 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 35 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Radler-Marken im Test:

- Almdudler (Almradler)
- Baumgartner (Garten Radler, Baunti 1609 Green Lemon,...)
- Beck's (Green Lemon, Summer Holunder, Ice,...)
- Edelweiss (Hoamat Radler,...)
- Eggenberg (Radler naturtrüb,...)
- Egger (ZitronenRadler naturtrüb,...)
- fohrenburger (Süsser Radler, Radler Ohne,...)
- freistädter (Zwickl Radler,...)
- Gösser (Naturradler, Naturradler Kräuter,...)
- GRIESKIRCHNER (Radler)
- Hirter (Kräuterradler, Radler Zitrone,...)
- Hubertus Bräu (Radler)
- KAISER (Sport Radler, Iso Rader,...)
- KARLSKRONE (Radler)
- König Pilsener (Radler)
- LANDGRAF (Radler)
- Mohren (Radler, Saurer Radler,...)
- Murauer (Zitronenradler, Kräuterradler,...)
- Ottakringer (Radler Citrus,...)
- PUNTIGAMER (Radler)
- Schremser (Zitronenradler, Naturpark Radler,...)
- Schwechater (Radler)
- Stiegl (Radler Zitrone, Weisse Radler Holunder,...)
- Villacher (Hugo)
- Warsteiner (Radler Alkoholfrei, Radler Zitrone,...)
- Zipfer (Limetten Radler, Orangen Radler,..)
- Zwettler (Radler Citrus naturtrüb,...)

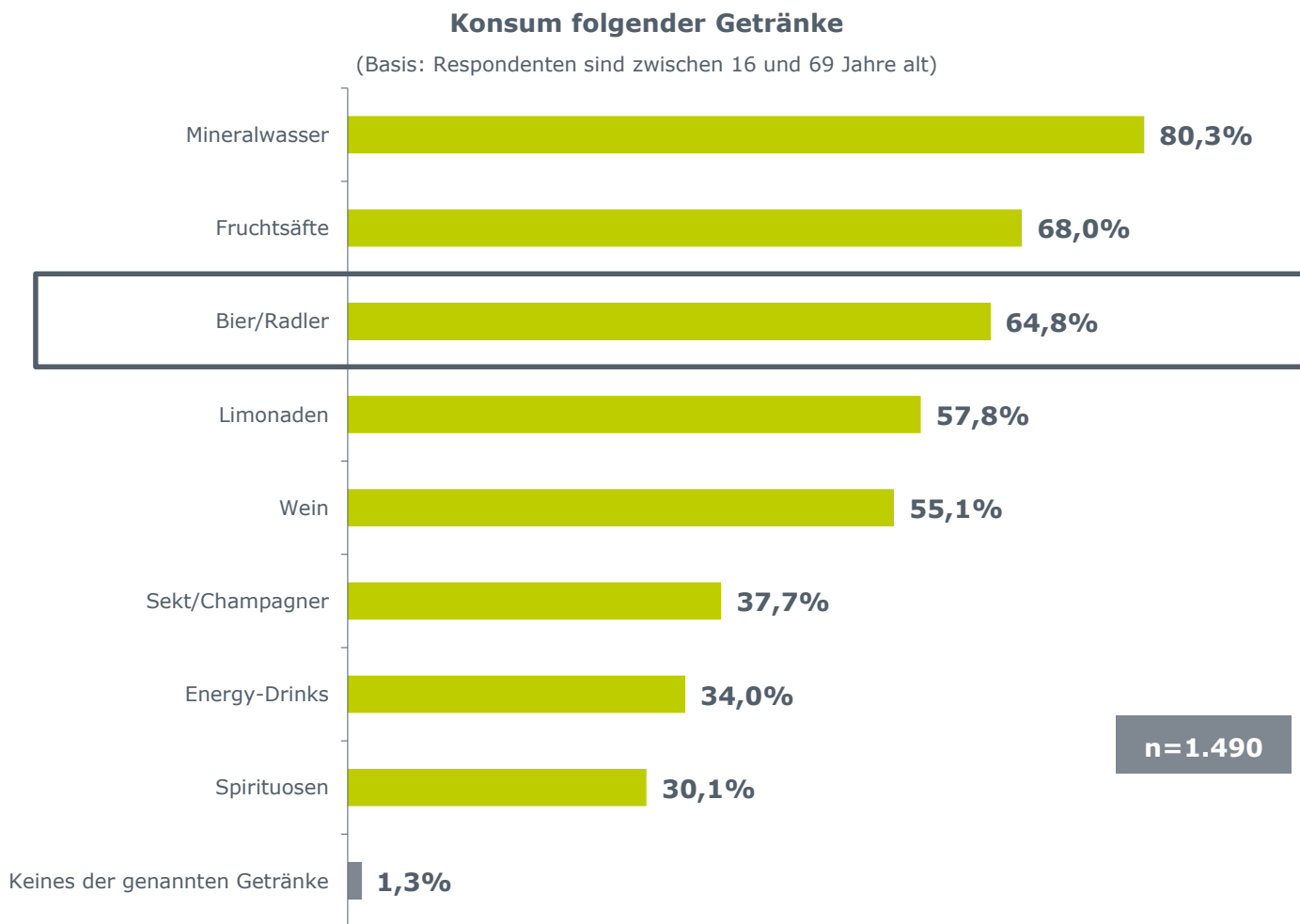


Erkenntnisinhalte:

- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Radler-Marken
- **Markenbindung** der Radler-Marken (konsumierte Radler-Marken, Lieblings-Marke, Marken-Variation)
- **Image-Bewertung** der Radler-Marken (sympathisch, traditionsreich, modern, altmodisch, etabliert in Österreich, international, hebt sich positiv von anderen ab, vertrauenswürdig, kompetent, innovativ)
- **Image-Bewertung** der Radler-Produkte (hohe Qualität, ansprechendes Design, vielfältig, geschmackvoll, Preis-/Leistungsverhältnis)
- **Gesamtimage** und **Weiterempfehlung** der Radler-Marken
- **Radler-Konsum** (Konsumhäufigkeit, Konsum-Gründe, Anlässe, Konsumort, Tageszeit)
- **Sortenvariation** und **bevorzugte Sorten** bei Radler
- **Kaufkriterien** und **Kaufort** bei Radler



65% der Österreicher konsumieren Bier/Radler.

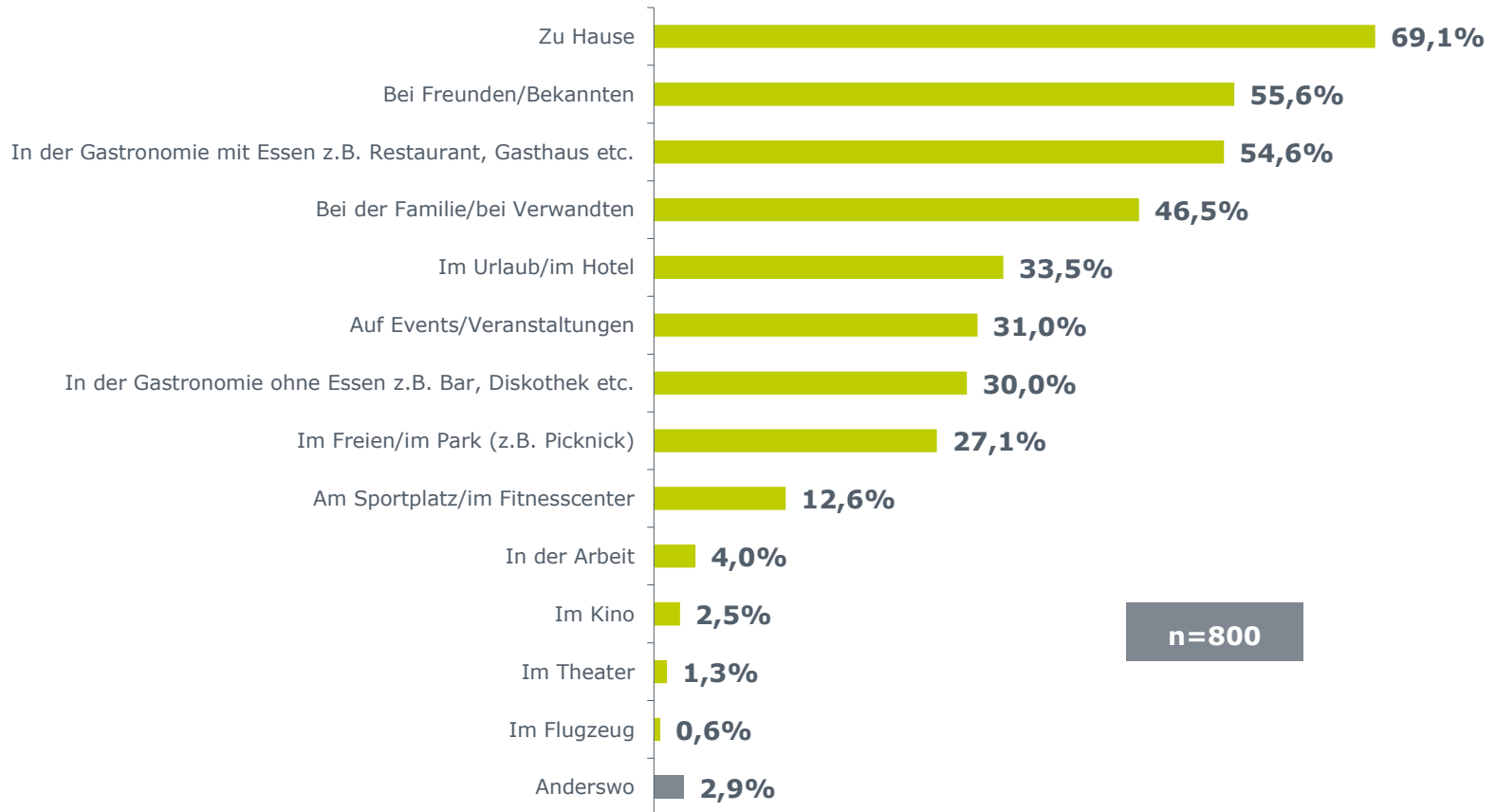


[...] Welche der folgenden Getränke trinken Sie zumindest fallweise?



Radler werden am liebsten zu Hause konsumiert.

Orte, an denen man Radler konsumiert



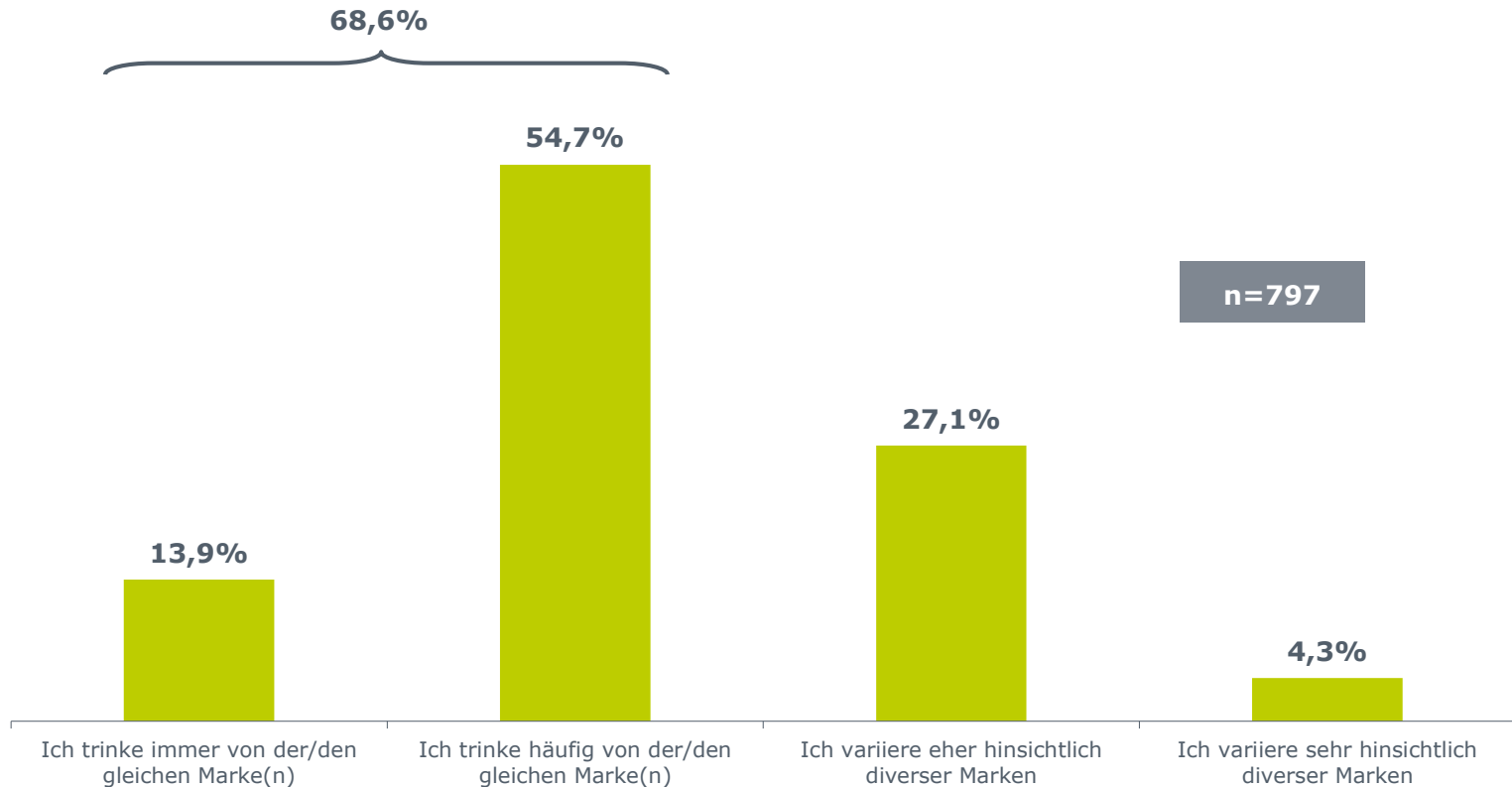
(Basis: Respondenten trinken zumindest alle 4 - 6 Monate Radler)

Und an welchen Orten trinken Sie zumindest ab und zu einen Radler?



69% konsumieren (fast) immer Radler von der/den gleichen Marke(n).

Variation bzgl. Radler-Marken



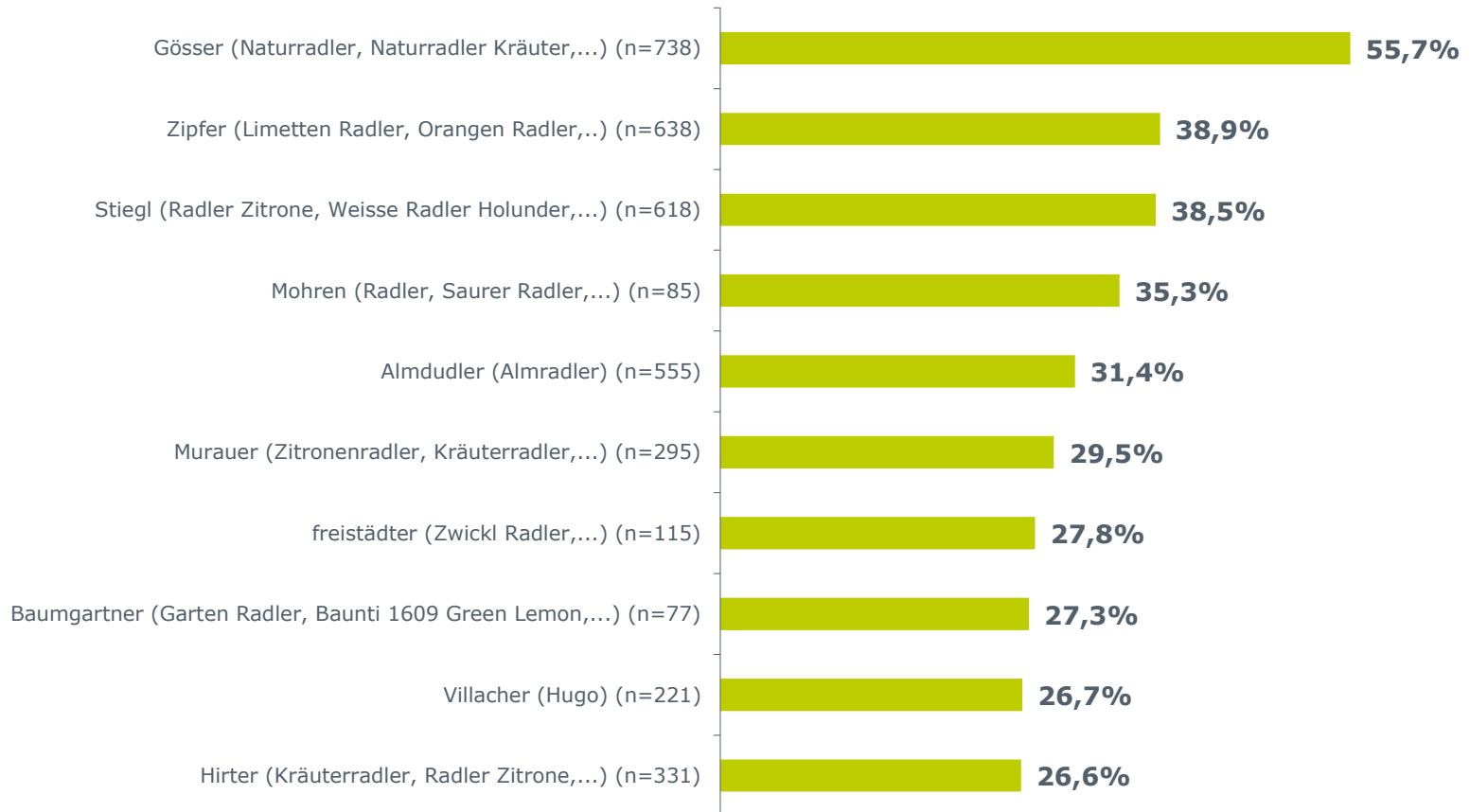
(Basis: Respondenten trinken zumindest alle 4 - 6 Monate Radler und kennen zumindest eine Marke dem Namen nach)

Wie häufig variieren Sie die Radler-Marken? [...]



Die Gösser-Radler-Marke ist am sympathischsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr sympathisch" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 27



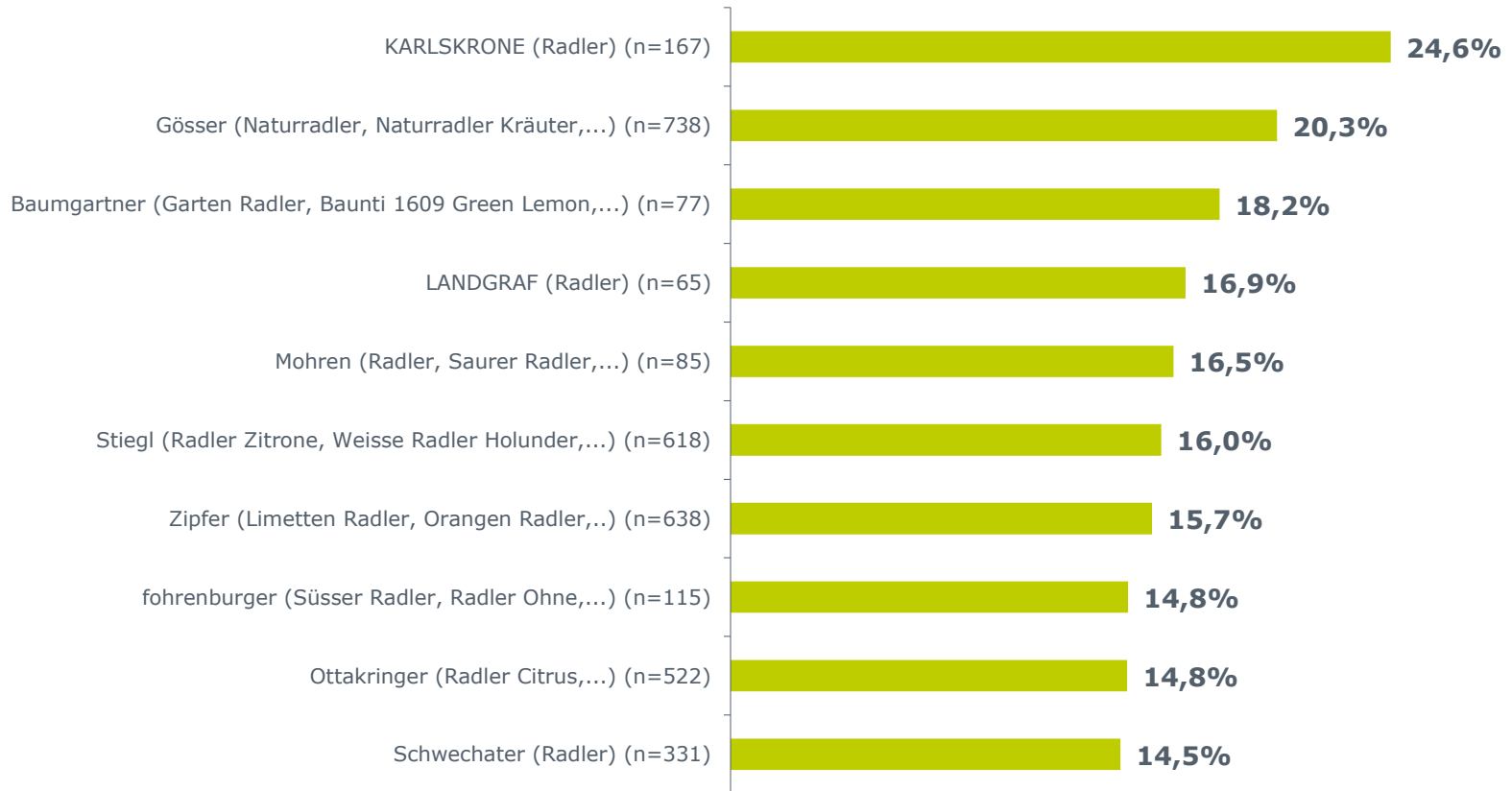
(Basis: Respondenten trinken zumindest alle 4 - 6 Monate Radler und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

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



KARLSKRONE Radler bietet das beste Preis-/ Leistungsverhältnis.

Top-Box: bewertet mit "sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 27



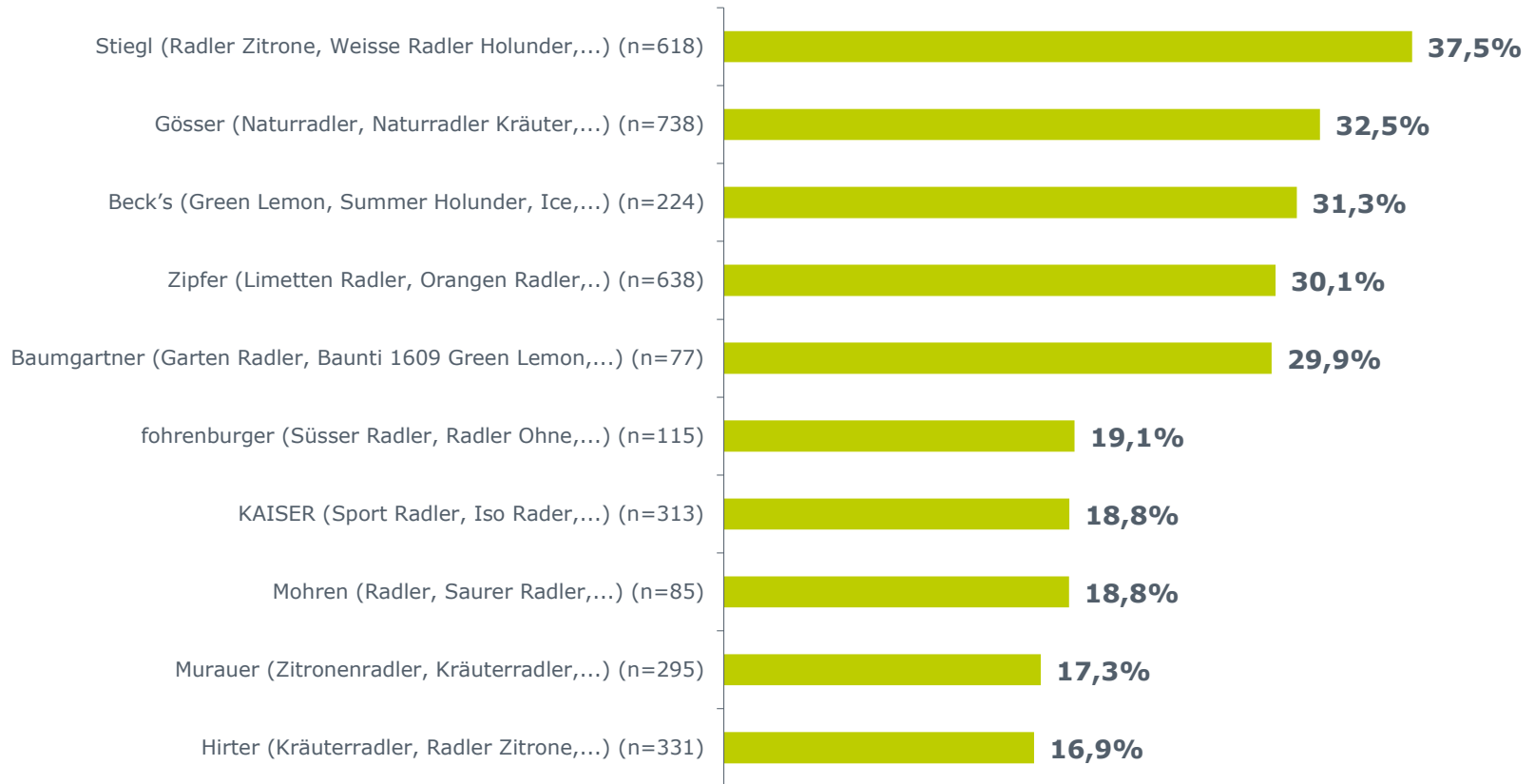
(Basis: Respondenten trinken zumindest alle 4 - 6 Monate Radler und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Inwieweit verfügen die Produkte folgender Radler-Marken für Sie persönlich über ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis? [...]



Stiegl Radler ist am vielfältigsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr vielfältig/ sehr große Auswahl" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 27



(Basis: Respondenten trinken zumindest alle 4 - 6 Monate Radler und kennen die jeweilige Marke dem Namen nach)

Wie würden Sie die Produkte folgender Radler-Marken hinsichtlich ihrer Vielfalt an unterschiedlichen Sorten/Geschmacksrichtungen bewerten? [...]



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 654.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand April 2015, 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

