

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Slogan- / Claim Check

Ergebnis-
Abriss

Baden bei Wien, im Juni 2017



Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

Methode:

Computer Assisted Web Interviews (CAWI), 2 Erhebungswellen

Instrument:

Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform

Respondenten:

web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren

Sample-Größe:

n = 511 (W1) | 502 (W2) Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten

Erhebungszeitraum:

W1: 11.05.2017 – 16.05.2017 | W2: 24.05.2017 – 31.05.2017

Screening:

Alter

Grundgesamtheit:

web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren

Incentives:

geldwerte Bonuspunkte

Umfang:

11 offene/geschlossene Fragen pro Slogan | 89 Slogans im Test

Studienleitung:

Marketagent.com, Lisa Eberhardsteiner, MSc

Kontakt:

l.eberhardsteiner@marketagent.com



Die Erkenntnisinhalte im Überblick | 11 Fragen pro Slogan

- **Slogan-Zuordnung**
- **Gestützte Bekanntheit** der Slogans
- **Eigenschaftszuordnung** pro Slogan:
 - Glaubwürdigkeit
 - Einprägsamkeit
 - Alleinstellung
 - Verständlichkeit
 - Originalität
 - Weckt Interesse
- **Gefälligkeit** der Slogans
- **Category Fit** und **Brand Fit**



Die Slogans / Claims im Test:

- Always a better way
- Aus Liebe zum Menschen.
- Besser fahren mit Forstinger
- Besser rrröstfrisch
- Billa, sagt mein Hausverstand.
- Bleib frisch.
- Braukunst auf höchster Stufe.
- Brille: Fielmann
- Da bin ich mir sicher.
- Da weiß man, was man hat.
- Das verbindet uns.
- Der Leiner ist meiner!
- Der Morgen macht den Tag.
- Die grüne Nummer 1.
- Die Kraft am Land.
- Ein gutes Gefühl beim Club zu sein
- Es geht auch anders.
- Es gibt immer was zu tun.
- Excellence. Simply delivered.
- Feel the taste of Spar
- Freude am Fahren
- Fruchtsaft machen kann er, der Pfanner!
- Fühl dich fantastisch.
- Für das Wertvollste im Leben.
- Für mein Leben gern zuhause.
- Gasteiner – Und der Moment ist deiner.
- Geschmack ist King
- Gönn' dir was Schönes!
- Gut. Besser. Gösser
- Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso



Die Slogans / Claims im Test:

- Have a break, have a KitKat
- Hier bin ich Mensch, hier kauf ich ein.
- I`m lovin` it
- Ihr Markt für Papier, Büro und Haushalt
- Ihre Sorgen möchten wir haben
- Im Herzen zart
- Immer in Bewegung
- Innovation and you
- Iss was Gscheid`s!
- Jeder schmeckt, dass Ölz mit Liebe bäckt.
- Just do it.
- Kleines Geld ganz groß
- Kost` fast nix!
- Leben Sie los
- Lidl lohnt sich.
- Liebe das Leben
- Liebe, Schlaf & Spiel
- Manner mag man eben.
- Mehr Leistung. Mehr Freude.
- Mit Schärddinger schmeckt das Leben.
- Mitten im Leben
- My home is my Egger.
- Nonstop you
- Passion for life
- Persönlich für mich da
- Quadratisch. Praktisch. Gut
- Qualität sehr preiswert.
- Raiffeisen. Meine Bank
- Red Bull verleiht Flügel
- Römerquelle belebt die Sinne

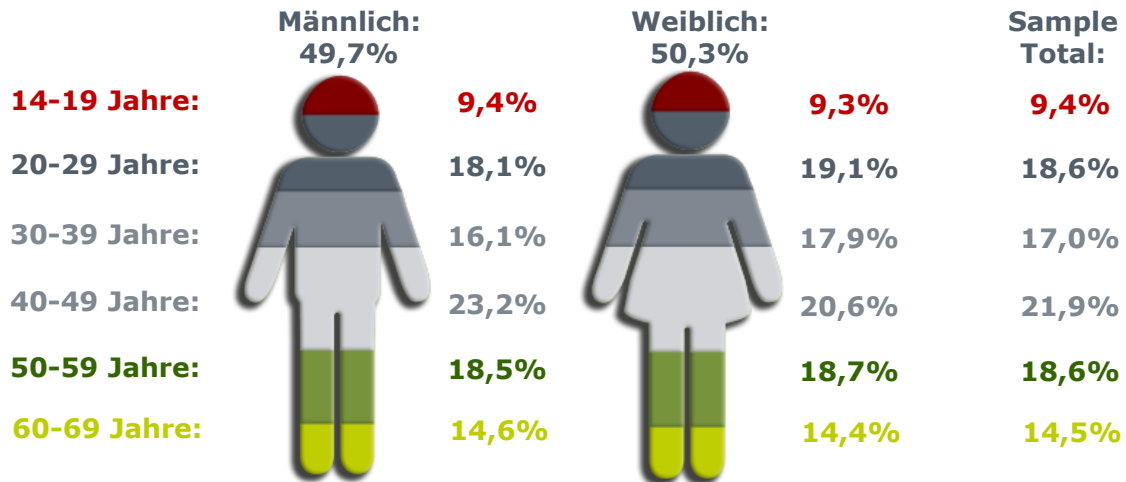


Die Slogans / Claims im Test:

- Schau in die Krone
- Sieht doch gleich besser aus.
- So macht man sich Freunde.
- So viel Frucht ist nicht zu fassen.
- Soo! Muss Technik
- Sympathisch. Clever. Gut
- Taste the feeling
- Teekanne macht den Tee.
- The charming way to fly
- Tigern Sie zum Löwen
- Und der Hunger ist gegessen.
- Unsere Preise sollten Sie vergleichen!
- Unsere Sorgfalt. Unser Siegel.
- Unsere Vielfalt. Unser Genuss.
- Unter den Flügeln des Löwen
- Vertrauen verbindet.
- Vorsprung durch Technik
- Was der alles hat.
- Was Tiere lieben
- Was zählt, sind die Menschen
- Weil wir Schuhe lieben.
- Wenn du an Almdudler hast, bist du net allan!
- Wenn`s gut werden muss.
- Wenn`s wirklich wichtig ist, dann lieber mit der Post.
- What else?
- Willkommen daheim
- Willkommen in Schlauberg
- Wir sind Fisch.
- Wo kommt der Spaß her?



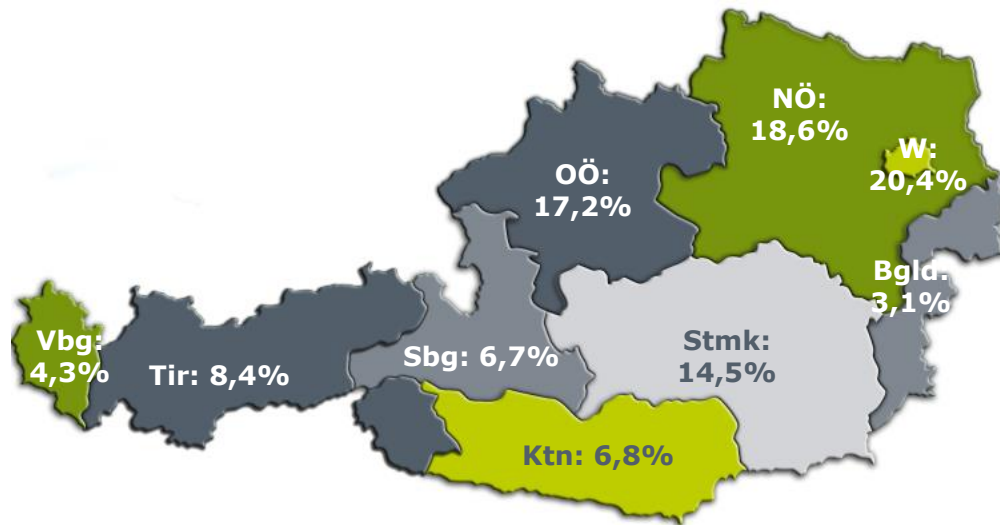
Zusammensetzung des Samples in Welle 1 (n=511):



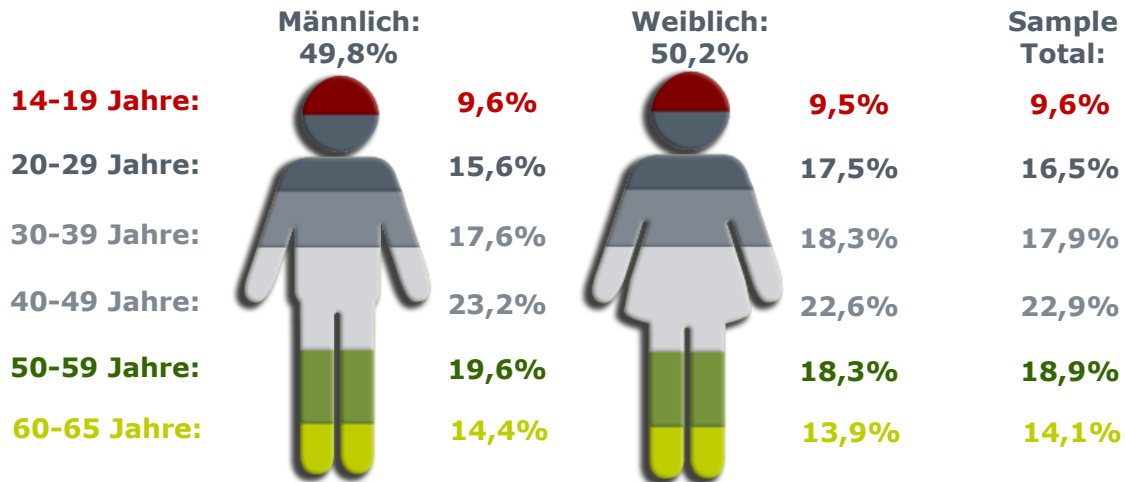
Allg. Pflichtschule: 23,9%

Lehre/ Fachschule: 46,2%

Matura/ Uni: 29,9%



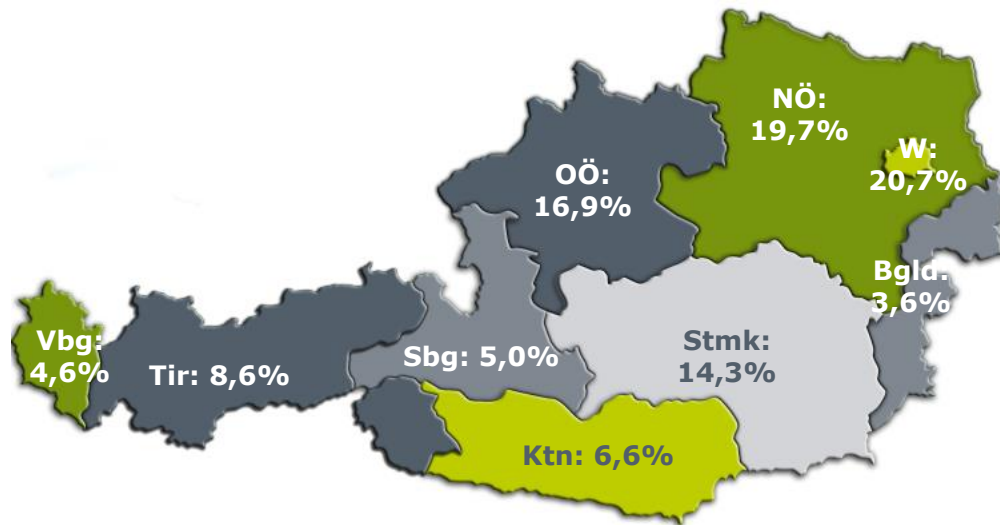
Zusammensetzung des Samples in Welle 2 (n=502):



Allg. Pflichtschule: 24,1%

Lehre/ Fachschule: 46,2%

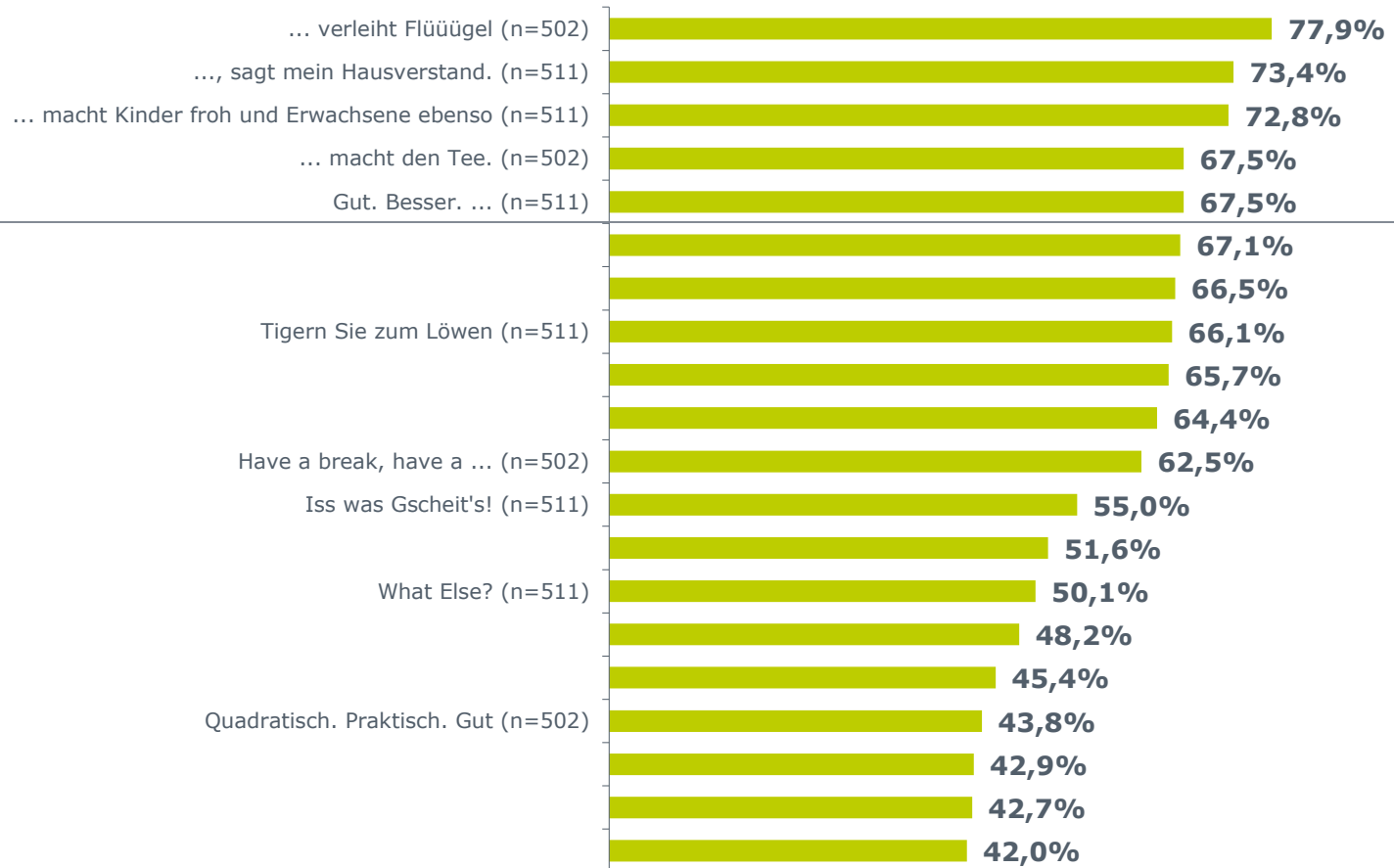
Matura/ Uni: 29,7%



Richtige Slogan-Zuordnung - ungestützt:

[Top 20 von 89 Slogans]

Top 5

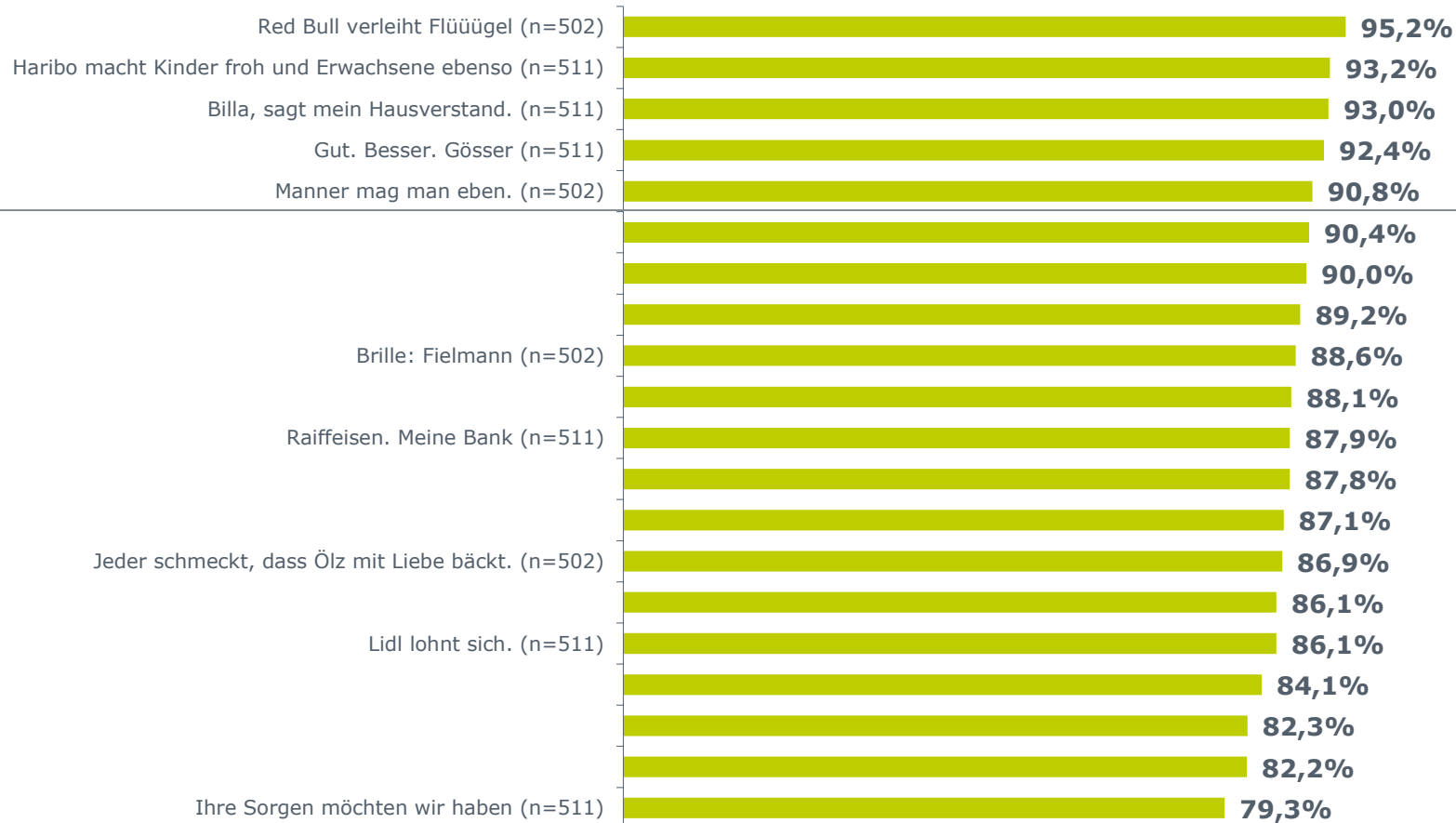


Wir zeigen Ihnen im Folgenden eine Liste an Slogans. Welcher Marke bzw. welchem Unternehmen würden Sie die jeweiligen Slogans zuordnen?

Gestützte Bekanntheit der Slogans:

[Top 20 von 89 Slogans]

Top 5

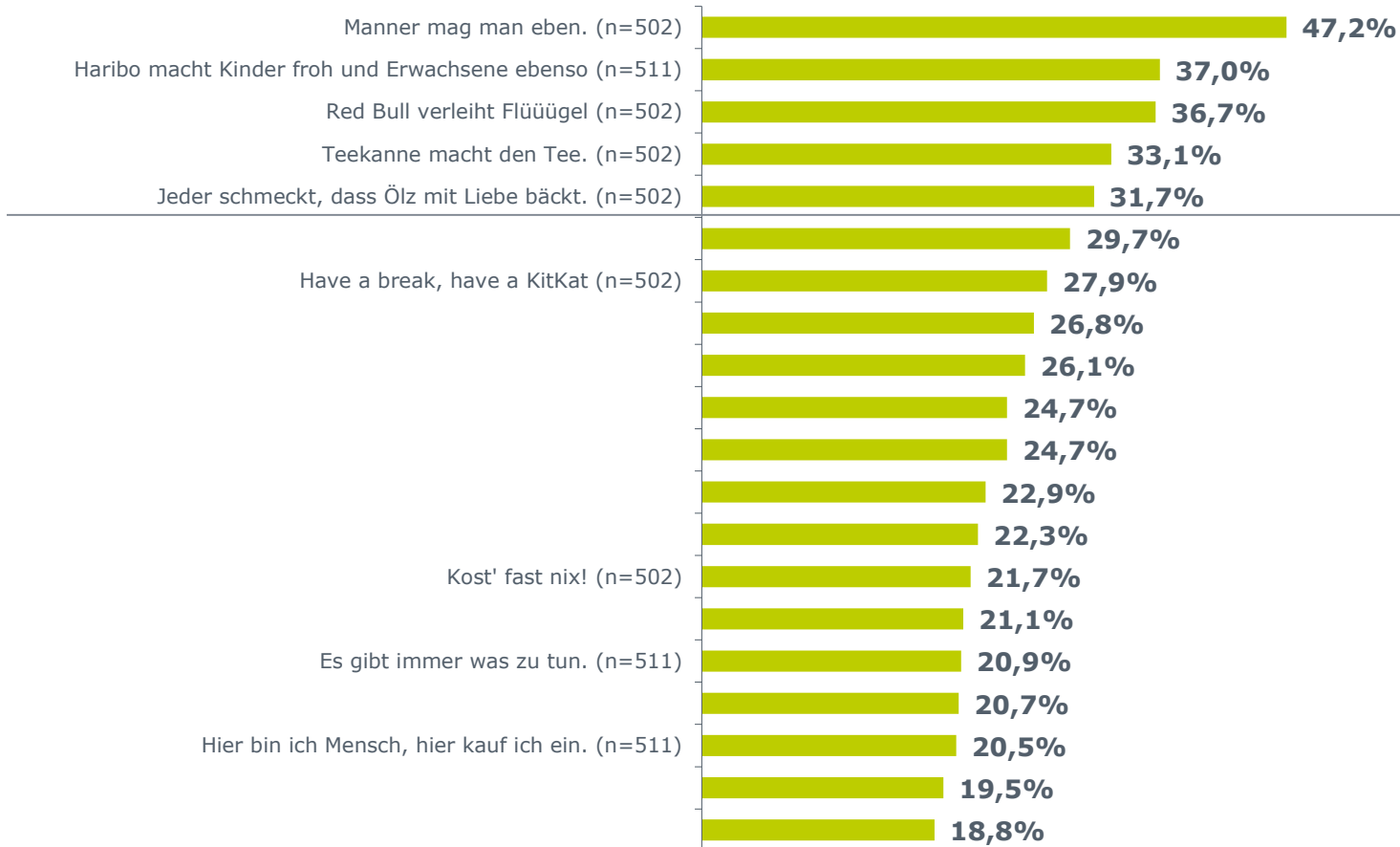


Welche dieser Slogans sind Ihnen bekannt, welche haben Sie vor dieser Umfrage bereits gehört oder gelesen?
[...]

Gefälligkeit:

[Top 20 von 89 Slogans]

Top-Box: bewertet mit „gefällt mir sehr gut“ (5-stufige Skalierung)



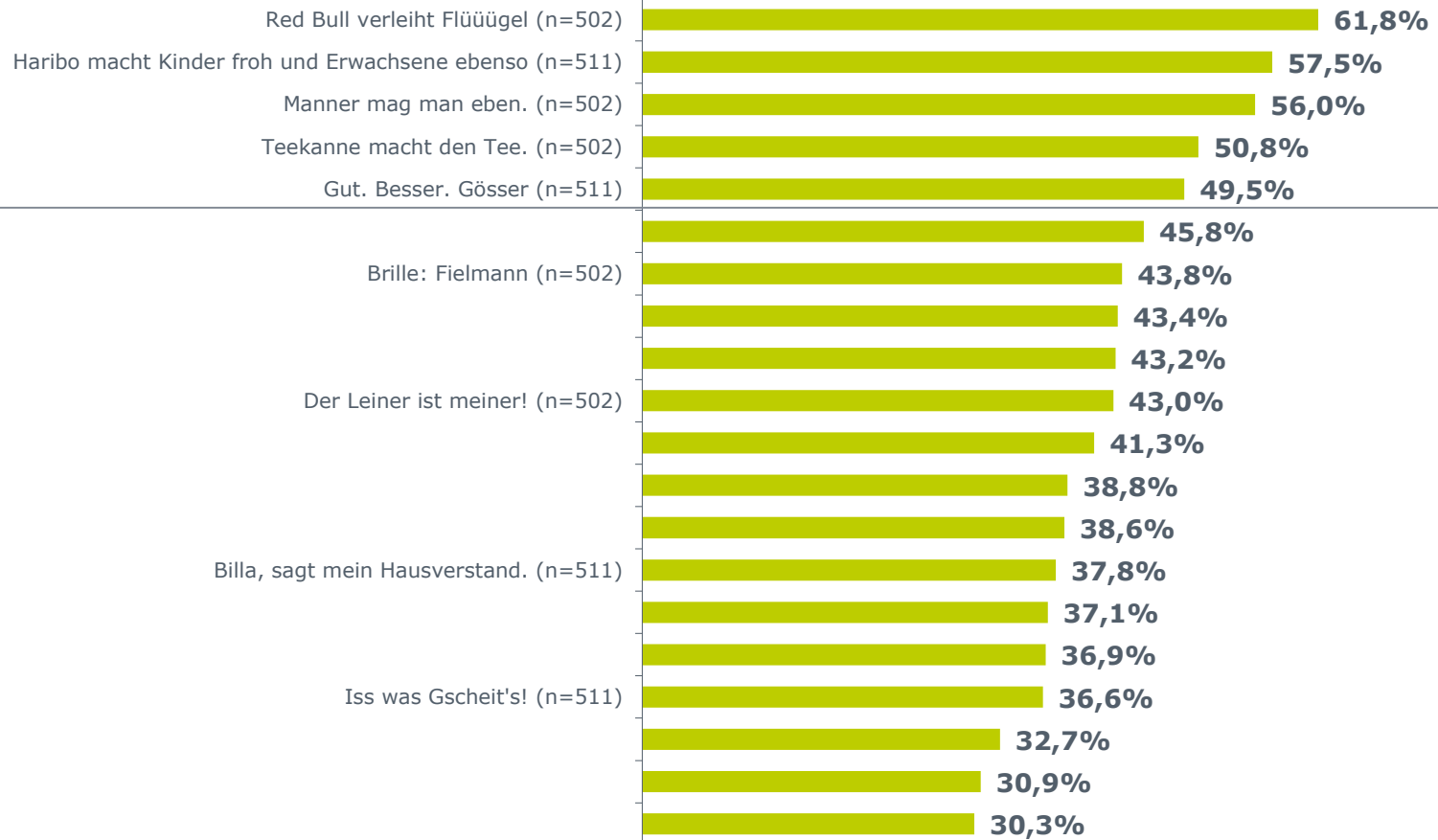
Und inwieweit gefallen Ihnen persönlich die folgenden Slogans? [...]



Einprägsamkeit: [Top 20 von 89 Slogans]

Top 5

Top-Box: bewertet mit „sehr einprägsam“ (5-stufige Skalierung)



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Slogans als einprägsam? [...]



Die Investitionskosten:

Investitionskosten	EURO (netto)
Berichtsband für einen Slogan	€ 650,-
Benchmarks pro weiterem Slogan ohne Breaks	€ 150,-
Benchmarks der Gesamtstudie	€ 100,-

Fragen Sie uns nach einem Musterreport.



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

Mühlgasse 59
A-2500 Baden

www.marketagent.com

