

Lebensmittelhandel Slogan-Check



Dezember 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 14 und 69 Jahren
Sample-Größe:	n=1.000 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
Erhebungszeitraum:	19.11.2015 – 02.12.2015
Screening:	Alter, Bekanntheit von zumindest einem der genannten Slogans
Grundgesamtheit:	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
Incentives:	geldwerte Bonuspunkte
Umfang:	22 offene/geschlossene Fragen
Studienleitung:	Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
Kontakt:	d.ertl@marketagent.com
Investitionskosten:	€ 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



LEH-Slogans im Test:

- Alles da da da.
- BILLA, sagt der Hausverstand.
- Da bin ich mir sicher.
- Darf's ein bisschen mehr sein.
- Es ist verdammt hart, der Beste zu sein.
- Feel the taste of Spar.
- Genau was ich brauch.
- Kampf dem Preis.
- Kleines Geld ganz groß.
- Lidl lohnt sich.
- Mehr für mich.
- Mein Markt mit dem gewissen Extra!
- Persönlich für mich da.
- So macht man sich Freunde.
- Willkommen daheim!



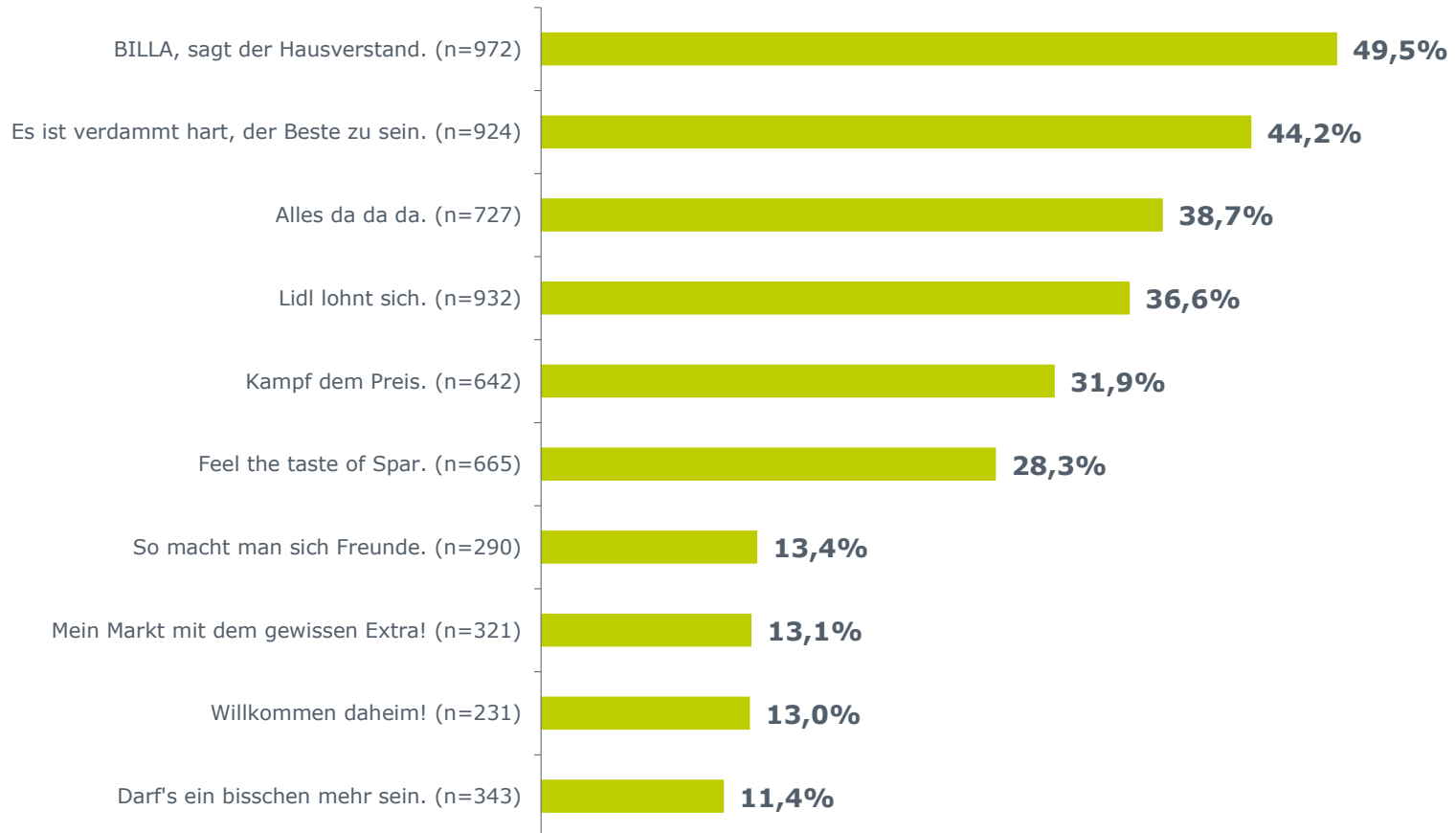
Erkenntnisinhalte:

- **Spontane** und **gestützte Bekanntheit** der Slogans
- **Eigenschaftsbewertung** der jeweiligen Slogans (ansprechend, einprägsam, glaubwürdig, hebt sich von anderen Slogans ab, modern, innovativ, originell, sympathisch, seriös, verständlich, weckt Interesse, unverwechselbar, nervig etc.)
- **Gefälligkeit** der jeweiligen Slogans
- **Slogan-Zuordnung**, **Category-Fit** und **Brand-Fit** der jeweiligen Slogans



Die 10 (von 15) einprägsamsten Slogans:

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



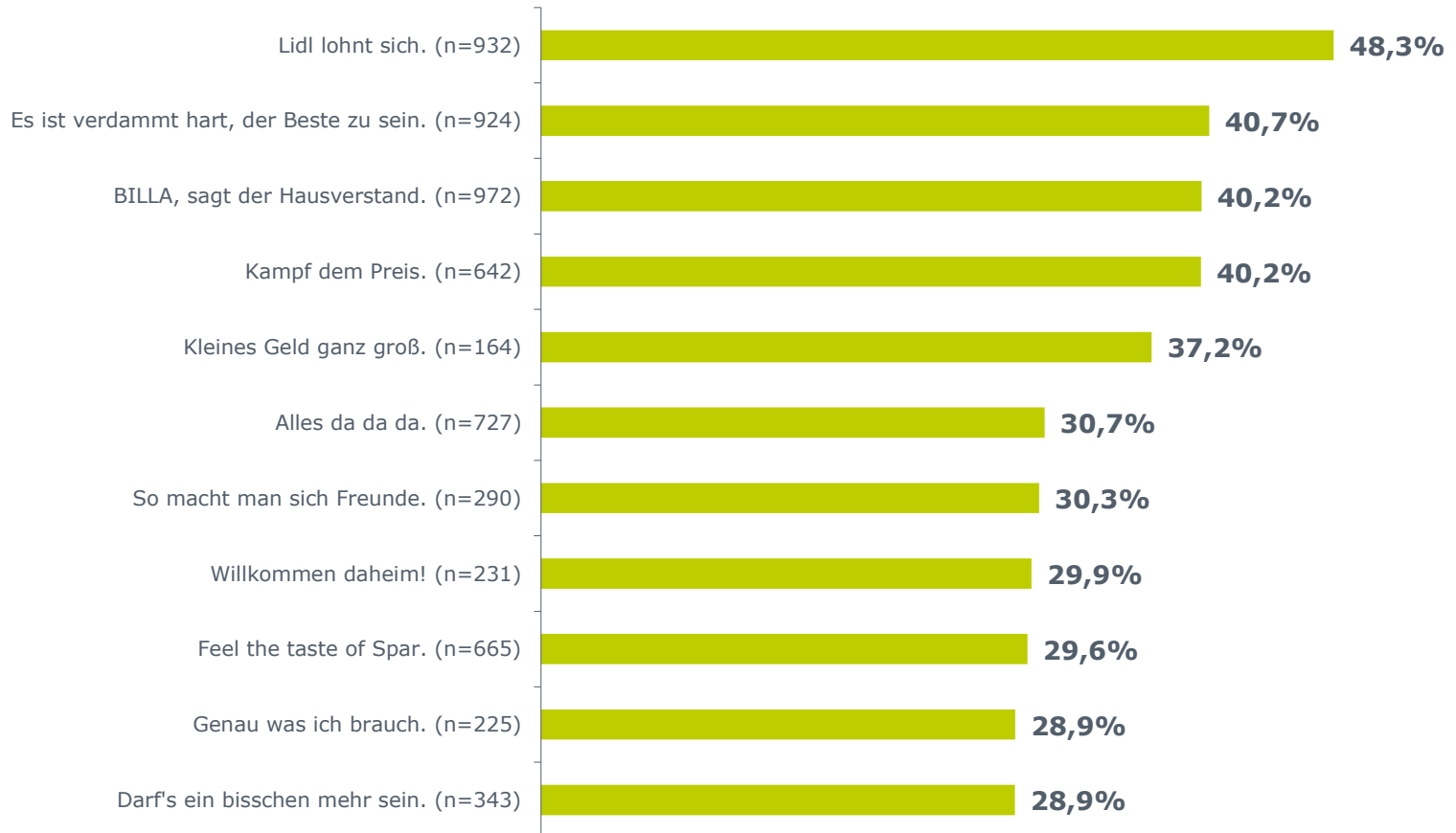
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Slogans)

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



„Lidl lohnt sich“ ist am verständlichsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr verständlich" (5-stufige Skalierung) – Top 11 von 15



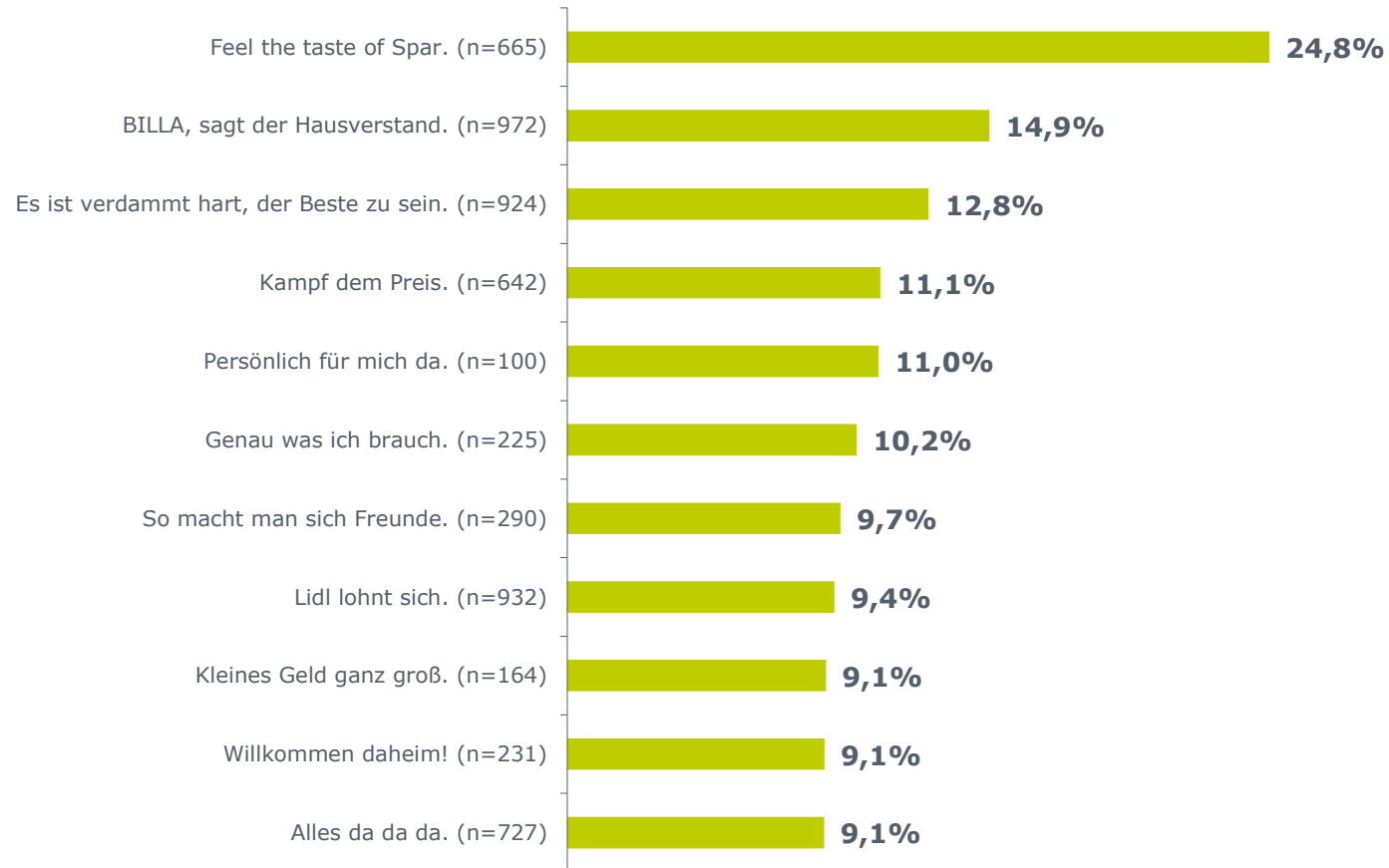
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Slogans)

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



„Feel the tast of Spar“ wirkt am modernsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr modern" (5-stufige Skalierung) – Top 11 von 15



(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Slogans)

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



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

