

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

BRAND.Swipe

Das Rennen um die sympathischsten Marken ist eröffnet

Mit BRAND.Swipe hat das Badener Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com ein innovatives Tool zur Beurteilung von Marken auf den Markt gebracht. Das Besondere daran: Über die „Swipe“-Funktion à la Tinder wird innerhalb kürzester Zeit eine Vielzahl an intuitiven Bewertungen generiert.

Im Jänner 2017 erfolgte der Startschuss für BRAND.Swipe, einem intuitiven Markenbewertungstool via Smartphone-App nach dem Tinder-Prinzip. „BRAND.Swipe ist ein Vorzeige-Tool für mobile Marktforschung am Puls der Zeit“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Über das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links (positive oder negative Assoziation) wird spontan und spielerisch die Markensympathie von mehr als 1.000 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen erhoben. „Es vereint "Gamification", also die spielerische Abbildung eines Fragebogens am Smartphone, mit großen Fallzahlen. Mit anderen Worten, über die Tinder-Mechanik können wir mehrere tausend intuitive Markenbewertungen innerhalb kürzester Zeit erheben und so Trendverläufe und Entwicklungen engmaschig reporten“, so Schwabl weiter. Seit Anfang des Jahres haben 36.360 Personen ihre Stimme zu den diversen Marken abgegeben. Auf diese Art und Weise konnten bereits 909.000 Markenbewertungen generiert werden.

Das Ergebnis ist ein Quotient aus "likes" und "dislikes", der in weiterer Folge auf Wochenbasis ausgewertet werden kann – eine Engmaschigkeit, die beispielsweise als Frühwarnindikator in der Krisen-PR dient. „Was BRAND.Swipe nicht liefert, sind die Treiber oder Motive hinter der jeweiligen Bewertung. Es ersetzt daher nicht klassische Marken-Kernwert-Studien, sondern fungiert vielmehr als Seismograph für die operative Markenführung“, ergänzt Schwabl.

Einen ersten Einblick in die Top 15 Marken, die unser Herz höher schlagen lassen, gewährt nachstehende Übersicht:

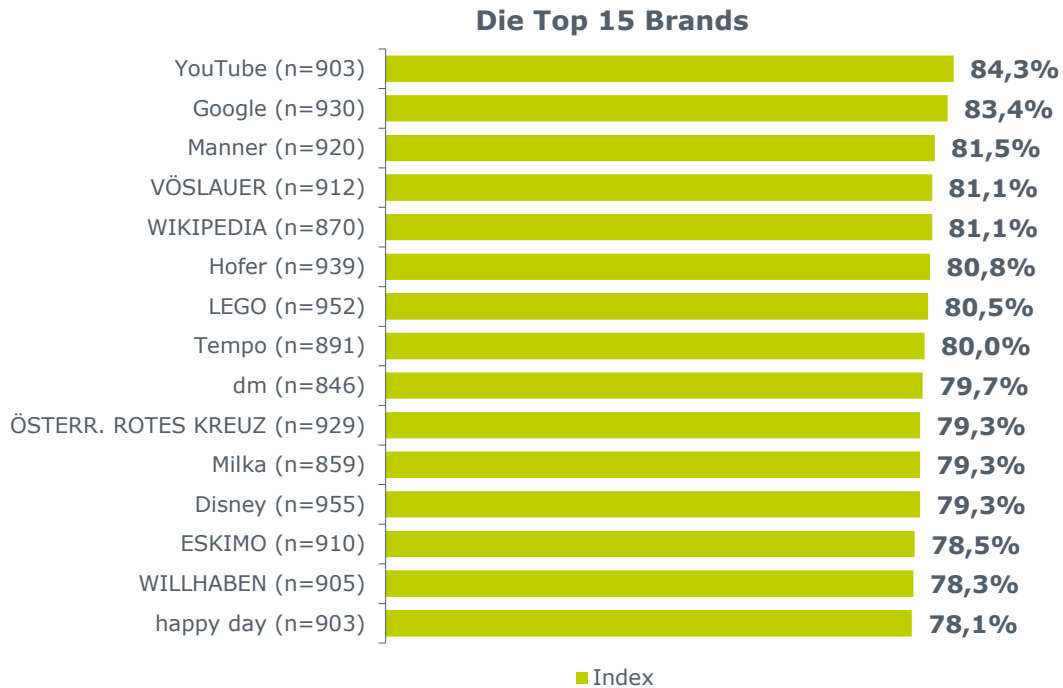


Abb. 1: BRAND.Swipe: Die Top 15 Brands

Diese erste Zwischenbilanz zeigt: An die Spitze des Rankings schaffen es vor allem Marken wie Youtube oder Google und damit solche, die uns in unserem Alltag begleiten. Aber auch österreichischen Marken wird ein gutes Zeugnis ausgestellt, sodass sich ebenso Lokalmatadoren wie Manner, Hofer & Co unter den Top-Brands wiederfinden.

Und welche Marken polarisieren am meisten? Den Sprung in die Top 3 schaffen RENO, isostar und Kreuzfahrt-Anbieter AIDA. Hier zeigt sich ein ausgeglichenes Bild zwischen positiven und negativen Bewertungen.

Doch das letzte Wort ist noch lange nicht gesprochen. Und so trudeln tagtäglich neue Markenbewertungen ein, die uns Aufschluss über die Wahrnehmung von über 1.000 nationalen und internationalen Brands geben.

Baden bei Wien, am 10. Mai 2017

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 zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich rund 1.000.000 Web-Interviews durchgeführt und knapp 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 820.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Marketagent.com realisiert digitale Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca-Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali und die Bank Austria. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.