MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

BRAND.Swipe: Gender & Youth Special

Welche Marken den Damen und Herren unseres Landes am sympathischsten sind

Das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com begibt sich seit einiger Zeit mit seinem Smartphone-Tool „BRAND.Swipe" auf die Suche nach den sympathischsten Marken in Österreich. Dieses Mal im Fokus stehen unter anderem die unterschiedlichen Ansichten von Frauen und Männern. Ergebnis: Die weiblichen Befragten schenken dm und Disney die meiste Sympathie, Männer sehen YouTube und Manner ganz vorne. Unter den Jugendlichen geben klar Social Web und Streamingdienste wie YouTube, Instagram & Co den Ton an.

Seit einigen Monaten schickt Marketagent.com mit BRAND.Swipe täglich rund 1.050 Brands ins Rennen um die sympathischsten Marken des Landes. Seither sind sich die Österreicher einig: YouTube hat sich Platz 1 im Beliebtheitsranking verdient (Index: 83,2) und auch Wikipedia (81,8), Google (81,4), Manner (81,1) und Vöslauer (81,0) sind aus den Top 5 nicht wegzudenken. So lautet das Gesamtergebnis unter den Österreichern. Doch wie sieht das Ranking aus, wenn man Herrn und Frau Österreicher getrennt voneinander befragt?

Welche Marken bei Frauen ganz vorne liegen

Geht es nach den Damen hat in Punkto Sympathie der Drogeriefachhändler dm die Nase vorne (89,4) und verweist Disney (87,4) und Wiener Zucker (87,0) auf die Ränge zwei und drei. Die weiteren Top-Platzierten sind ein bunter Mix aus Web-Brands wie Google (86,4), YouTube oder amazon (jeweils 83,5) und traditionelleren Marken, darunter Eskimo (82,3), happy day oder Milka (jeweils 81,5).

Abb. 1: Die Top 5 (von 1.046) sympathischsten Marken unter Frauen

Die sympathischsten Marken unter Männern

Für die männlichen Befragten ist klar: YouTube soll an der Spitze der beliebtesten Marken stehen (82,9) und gemeinsam mit Manner (82,4) und Wikipedia (82,3) das Ranking

anführen. Weitere Top-österreichische Marken sind Rauch (80,6), Almdudler (79,5) oder Hofer (78,1). Aber auch internationalen Klassikern wie amazon (77,2) oder Google (76,7) wird viel Sympathie entgegengebracht.

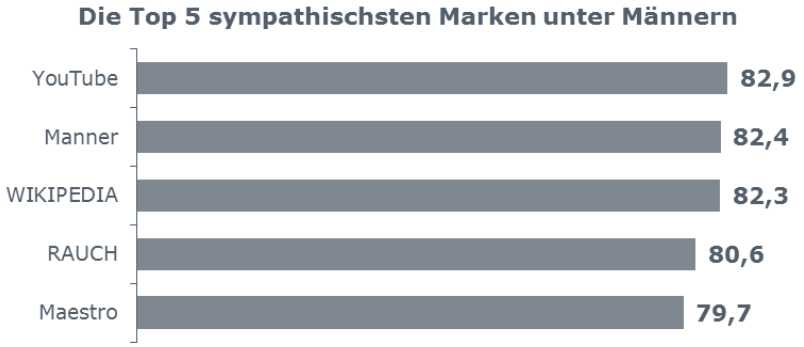

Abb. 2: Die Top 5 (von 1.046) sympathischsten Marken unter Männern

Soweit, so gut, aber bei welchen Marken liegen die Bewertungen von Frauen und Männern nun am weitesten auseinander, was sind in Punkto Sympathie sozusagen die weiblichsten und männlichsten Marken?

Wenig überraschend sympathisieren Frauen überwiegend mit weiblich besetzten Marken und so landet die Kosmetik-Marke Maybelline auf dem ersten Platz, gefolgt von Barbie und Carefree. Hingegen zeigt sich mit Prefa, Pirelli oder Bridgestone, dass Marken rund um handwerkliche Angelegenheiten oder das Thema Auto Männerdomäne bleiben.

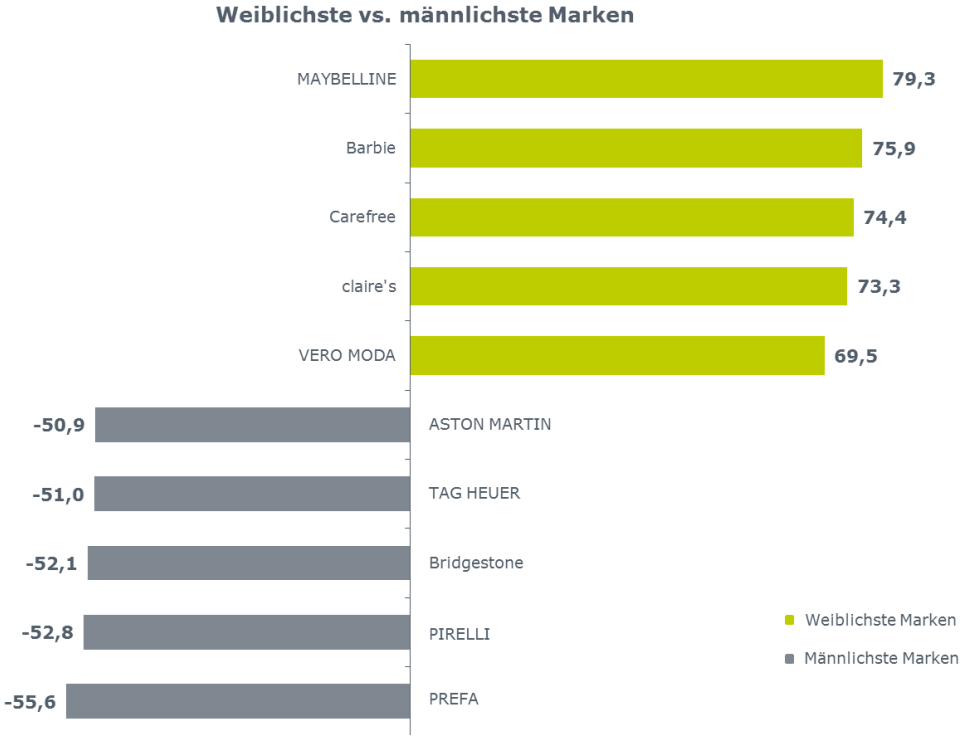

Abb. 3: Die Top 5 (von 1.046) weiblichsten vs. männlichsten Marken

Und was denkt Österreichs Jugend?

Das Ergebnis unter den heimischen 14 bis 19-Jährigen spricht eine eindeutige Sprache: YouTube liegt mit einem Index von 85,4 vor amazon (83,4), Google (83,0), Instagram (82,9), Wikipedia (82,7) und WhatsApp (81,9). So lautet das Ranking unter unseren Jugendlichen, wenn es um die sympathischsten Marken geht. Aber auch sie zeigen, dass sie durchaus Wert auf österreichische Brands legen und so landen auch Vöslauer (79,9), Manner (77,6), Römerquelle (77,4) oder Wiener Zucker (77,2) unter den Top 15.

Abb. 4: Die Top 5 (von 1.046) sympathischsten Marken unter Österreichs Jugend

So funktioniert BRAND.Swipe

BRAND.Swipe ist ein innovatives Tool der mobilen Marktforschung, das eine intuitive Bewertung von Marken via Smartphone App ermöglicht. Die Untersuchungsmethode ist jener der App Tinder ähnlich – durch das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links (positive oder negative Assoziation) wird spontan die Sympathie von knapp 1.050 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen erhoben. „Auf einfache Art und Weise können wir so innerhalb kürzester Zeit hunderttausende Markenbewertungen generieren", so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Seit dem Startschuss Anfang des Jahres wurden bereits mehr als 2,2 Millionen Bewertungen abgegeben.

Das Ergebnis ist ein Index, der aus dem Quotienten aus „likes" und „dislikes" errechnet wird und auf Wochenbasis Aufschluss über die Markensympathie gibt, nicht jedoch über dahinterliegende Beweggründe. Auf diese Weise können Trends und Entwicklungen im Zeitverlauf beobachtet werden.

Baden bei Wien, am 19. September 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 sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor, München und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 860.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.