

MARKETAGENT.COM

„Close To Me“: Marketagent.com veröffentlicht großes Markenranking

1.000 Brands, 25.000 Interviews und die Frage: Welche Marken sind die präsentesten im ganzen Land?

Nur wenigen Brands gelingt der große Sprung, um erfolgreich aus der breiten Masse herauszusteichen. Doch welche Marken sind es, die zu einem festen Bestandteil in unserem Alltag geworden sind? Mit „Close To Me“ hat das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com die Markenlandschaft in Österreich unter die Lupe genommen und jene Brands identifiziert, mit denen sich die Österreicher am stärksten verbunden fühlen. 25.000 Interviews und 1.000 Marken später wird klar: Am Lebensmittelhändler Hofer führt kein Weg vorbei.

Bereits vor rund zwei Jahren machte Marketagent.com mit dem größten zukunftsorientierten Markenranking des Landes, dem „Future Fitness Index“, auf sich aufmerksam. Nun haben sich die Marktforscher erneut an diese Dimensionen herangewagt und mehr als 25.000 Personen zu insgesamt 1.000 Brands befragt. „Frei nach dem Motto „Close To Me“ galt es im Rahmen dieser umfangreichen Studie herauszufinden, wie präsent die Marken im Alltag von Herrn und Frau Österreicher sind und welche Faszination sie auf uns ausüben. Einmal mehr beweisen die Österreicher dabei ihre Affinität zu heimischen Marken“, so Thomas Schwabl, Gründer und Geschäftsführer von Marketagent.com.

Am häufigsten kreuzt sich unser Weg mit Hofer

Wie oft denken wir eigentlich an eine Marke? Wenn es um österreichische Lebensmittelhändler geht, dann lautet die Antwort wohl „sehr oft“, denn unter den Top 5 der präsentesten Brands in Österreich finden sich gleich vier Supermärkte wieder. Angeführt wird das Feld dabei von Hofer (87,0%) und SPAR (85,8%). Aber auch EUROSPAR (80,5%) und BILLA (78,7%) sind Marken, mit denen wir in unserem Alltag häufig in Berührung kommen. Darunter schummelt sich lediglich der ORF mit 82,1% auf Platz 3.

Die Top 5* präsentesten Marken		
1.	Hofer	87,0%
2.	SPAR	85,8%
3.	ORF	82,1%
4.	EUROSPAR	80,5%
5.	BILLA	78,7%

* Top 25, siehe beigefügte Pressecharts

In Punkto Sympathie zeigt sich ein etwas bunterer Mix. Zwar lässt sich auch hier Hofer mit 84,0% nicht von der Spitze vertreiben, der nächste Supermarkt lässt aber ein paar Ränge auf sich warten. Vielmehr belegen „Österreichs beliebteste lila Kuh“ Milka (81,4%) und Tempo (80,8%) die Plätze 2 und 3. Die heimische Traditionsmarke Manner schafft es

auf Rang 4 (79,6%), ehe mit SPAR erneut ein Lebensmittelhändler in das Top-Ranking der sympathischsten Marken einzieht (78,6%).

Die Top 5* sympathischsten Marken		
1.	Hofer	84,0%
2.	Milka	81,4%
3.	Tempo	80,8%
4.	Manner	79,6%
5.	SPAR	78,6%

* Top 25, siehe beigefügte Pressecharts

Aller guten Dinge sind bekanntlich drei und so führt Hofer auch das Feld der faszinierendsten Marken an (72,1%). Nicht weit dahinter findet sich mit 70,3% Wikipedia wieder und zeigt damit, welche Faszination die „allwissende“ Plattform auf uns ausübt. Dass wir dem Süßen nicht ganz abgeneigt sind beweisen erneut die beiden Süßwarenhersteller Milka und Manner auf den Plätzen 3 und 4 (70,2% und 69,5%). Rang 5 belegt Samsung mit 66,1%.

Die Top 5* faszinierendsten Marken		
1.	Hofer	72,1%
2.	WIKIPEDIA	70,3%
3.	Milka	70,2%
4.	Manner	69,5%
5.	SAMSUNG	66,1%

* Top 25, siehe beigefügte Pressecharts

Wenn es um die relevantesten Brands in unserem Alltag geht, fallen wir aber wieder „in alte Muster“ zurück. Erneut wird das Bild von heimischen Supermarktketten geprägt und wie könnte es anders sein: Hofer darf sich mit 80,7% und einem bemerkenswerten Abstand als relevanteste Marke der Österreicher bezeichnen. Mit 71,6% schafft es EUROSPAR auf Platz 2, vervollständigt wird das Stockerl von Wikipedia mit 70,7%. Maestro und SPAR belegen den vierten und fünften Rang.

Die Top 5* relevantesten Marken		
1.	Hofer	80,7%
2.	EUROSPAR	71,6%
3.	WIKIPEDIA	70,7%
4.	Maestro	70,2%
5.	SPAR	69,7%

* Top 25, siehe beigefügte Pressecharts

Lässt man nun die Präsenz einer Marke, die Sympathie, die Markenfaszination und die persönliche Relevanz in eine Gesamtbewertung einfließen, gibt zu guter Letzt ein Index Aufschluss darüber, wie sehr wir uns mit einer Marke verbunden fühlen. Wenig überraschend führt dabei Hofer das Feld mit einem Index von 80,5 an und lässt Milka (75,8) und SPAR (75,5) hinter sich.

Doch wie sieht das Ranking aus, wenn man Herrn und Frau Österreicher getrennt voneinander befragt? Ein wenig Klischee darf beim Blick auf die Ansichten der beiden Geschlechter natürlich nicht fehlen und so beweisen Männer ihre technische Affinität und ranken SAMSUNG auf Platz 3 (hinter Hofer und SPAR). Bei den Frauen hat sich die Drogeriemarktkette dm knapp aber doch den ersten Platz erkämpft und lässt selbst Hofer hinter sich. Mit Dr. Oetker hat es eine weitere Traditionsmarke ganz nach vorne geschafft und belegt Platz 4 bei den Damen unseres Landes.

Close To Me-Index: Die Top 5* Marken						
	Gesamt		Männer		Frauen	
1.	Hofer	80,5	Hofer	80,4	dm	81,5
2.	Milka	75,8	SPAR	76,1	Hofer	80,6
3.	SPAR	75,5	SAMSUNG	74,9	Milka	77,2
4.	WIKIPEDIA	74,9	Milka	74,5	Dr. Oetker	76,1
5.	EUROSPAR	74,6	EUROSPAR	74,4	WIKIPEDIA	75,9

*Top 25, siehe beigefügte Pressecharts

„Close To Me-Index“ - Die Top 50 (von 1.000) Marken im Überblick:

Hofer, Milka, SPAR, WIKIPEDIA, EUROSPAR, dm, AMA GÜTESIEGEL, zurück zum Ursprung, Manner, Tempo, SAMSUNG, ja! Natürlich, Schärdinger, INTERSPAR, WILLHABEN, Maestro, iglo, Dr. Oetker, BILLA, VÖSLAUER, Chiquita, Firefox, happy day, Microsoft, RAUCH, ESKIMO, HARIBO, Lindt, android, Coca-Cola, SPAR Natur pur, AMA Biosiegel Austria, Österreichische Post, clever, nutella, LGV Frischgemüse, Balea, UHU, WIENER ZUCKER, MERKUR, S BUDGET, NIVEA, ProSieben, SONY, Bio AUSTRIA, ORF, Ö3, Barilla, Pago, LiDL Österreich

Baden bei Wien, 2. Oktober 2018

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 2252 – 909009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: Dezember 2017 bis Februar 2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 25.084 Interviews | n = 500 Interviews pro Welle
- Brands: 1.000 Marken | 20 Marken pro Welle
- Umfang: 22 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Silke Hirschberger

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 und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 1.200.000 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, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.