

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Ergebnisabriss:
FMCG Marken Cockpit
Warengruppe: Eistee



März 2010

Studiensteckbrief: FMCG Marken Cockpit

- Instrument: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Multi-Client-Studien, ca. 20 - 35 Erhebungswellen pro Jahr
- Pro Erhebungswelle wird 1 Warengruppe erhoben
- Pro Warengruppe/Branche werden zwischen 5 und 30 Marken bewertet
- Umfang/LOI: 23 Fragen
- Respondenten: Mitglieder des Marketagent.com Online Access Panels
- Panelgröße: >170.000 Personen (plus 70 pro Tag)
- Sample-Size: n = 1.000 Netto-Interviews pro Warengruppe
- Inzidenz: 100%, jeder Teilnehmer qualifiziert sich
- Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung zwischen 14 und 65 Jahren
- Quoten nach Alter, Geschlecht, Ausbildung und Region
- Investitionskosten: EUR 850,- exkl. MwSt.
- Studienkoordination: Christina Strasser, c.strasser@marketagent.com



Erkenntnisinhalte: FMCG Marken Cockpit



Bekanntheit (Top-of-Mind, ungestützt, gestützt)



Kauffrequenz/-häufigkeit



Präferenz / Lieblingsmarke

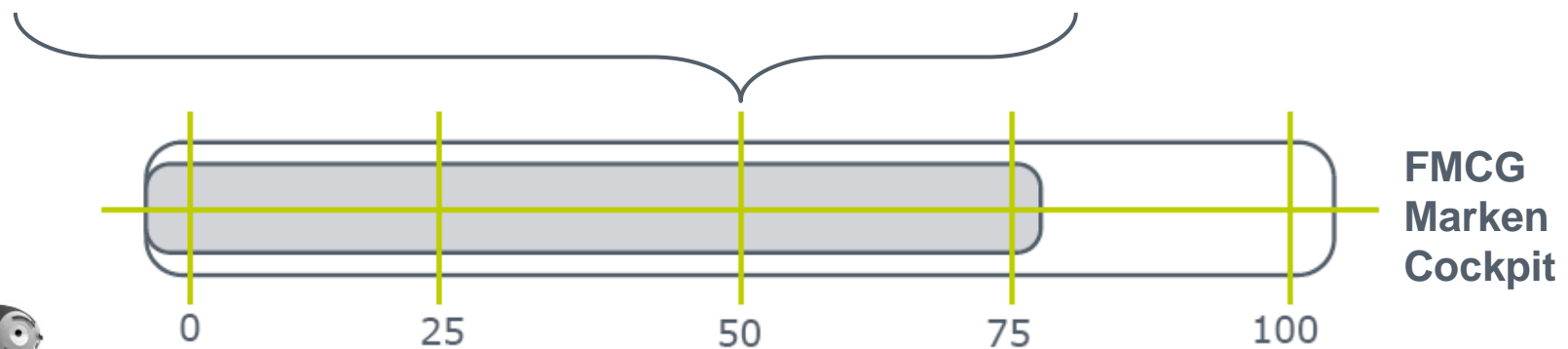


Image-Evaluierung an Hand von 18 Image-Items

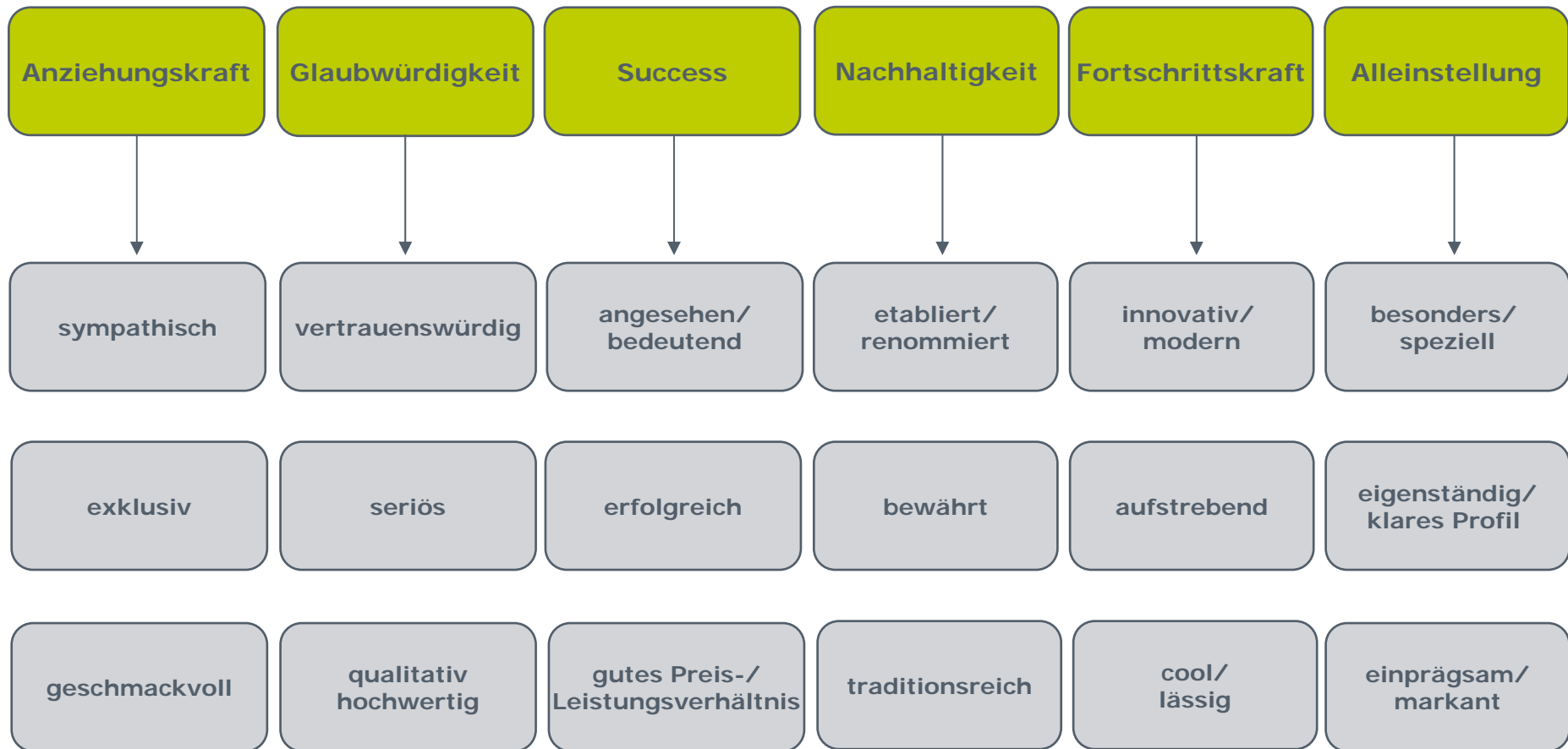


6 Dimensionen der Marken-Bewertung: FMCG Marken Cockpit

- Bewertungsdimension „Anziehungskraft“
- Bewertungsdimension „Glaubwürdigkeit“
- Bewertungsdimension „Success“
- Bewertungsdimension „Nachhaltigkeit“
- Bewertungsdimension „Fortschrittskraft“
- Bewertungsdimension „Alleinstellung“



Merkmale der 6 Bewertungsdimensionen (FOOD)



Ergebnisabriss

Warengruppe: Eistee



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 65 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.011 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Erhebungszeitraum: 23.02.2010 – 26.02.2010
- Screening: Bekanntheit von zumindest einer der genannten Marken
- Grundgesamtheit: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 65 Jahren
- Incentives: geldwerte Bonuspunkte
- Umfang: 23 offene/geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Christina Strasser
- Kontakt: c.strasser@marketagent.com



Rücklauf- & Abbruch-Statistik:

- Felddauer: 03 Tage 14 Std. 58 Min.
- Eingeladene Panel-Teilnehmer: 6.543
- Interviews: 1.011
- Netto-Interviews in der Kernzielgruppe: 992
- Inzidenz: 98,1%
- Rücklaufquote: 16,0%
- Abbruchquote: 8,7%
- Durchschnittliche Antwortdauer: 14 Min. 57 Sek.



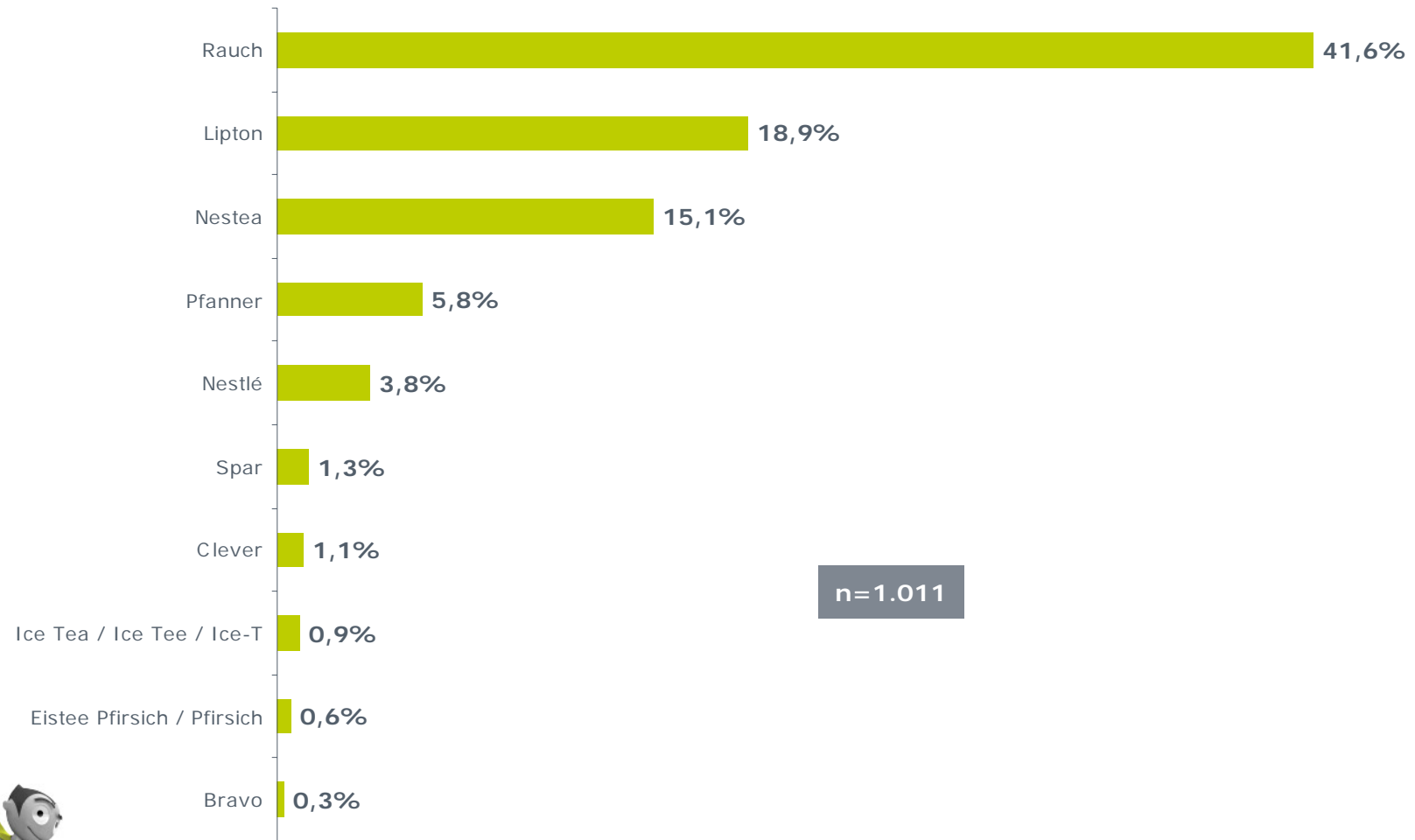
Zusammensetzung des Samples:

Basis	Ausgangs-Sample		Kernzielgruppe	
	1.011	in %	992	in %
Geschlecht				
Männlich	491	48,6%	477	48,1%
Weiblich	520	51,4%	515	51,9%
Alter				
14 - 19 Jahre	105	10,4%	103	10,4%
20 - 29 Jahre	186	18,4%	184	18,5%
30 - 39 Jahre	212	21,0%	209	21,1%
40 - 49 Jahre	238	23,5%	235	23,7%
50 - 59 Jahre	184	18,2%	178	17,9%
60 - 65 Jahre	86	8,5%	83	8,4%
Ausbildungsniveau				
Allgemeinbildende Pflichtschule	255	25,2%	249	25,1%
Lehre / Fachschule	471	46,6%	460	46,4%
Matura / Universität	285	28,2%	283	28,5%



Welche Eistee-Marken kennen Sie, welche sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt?

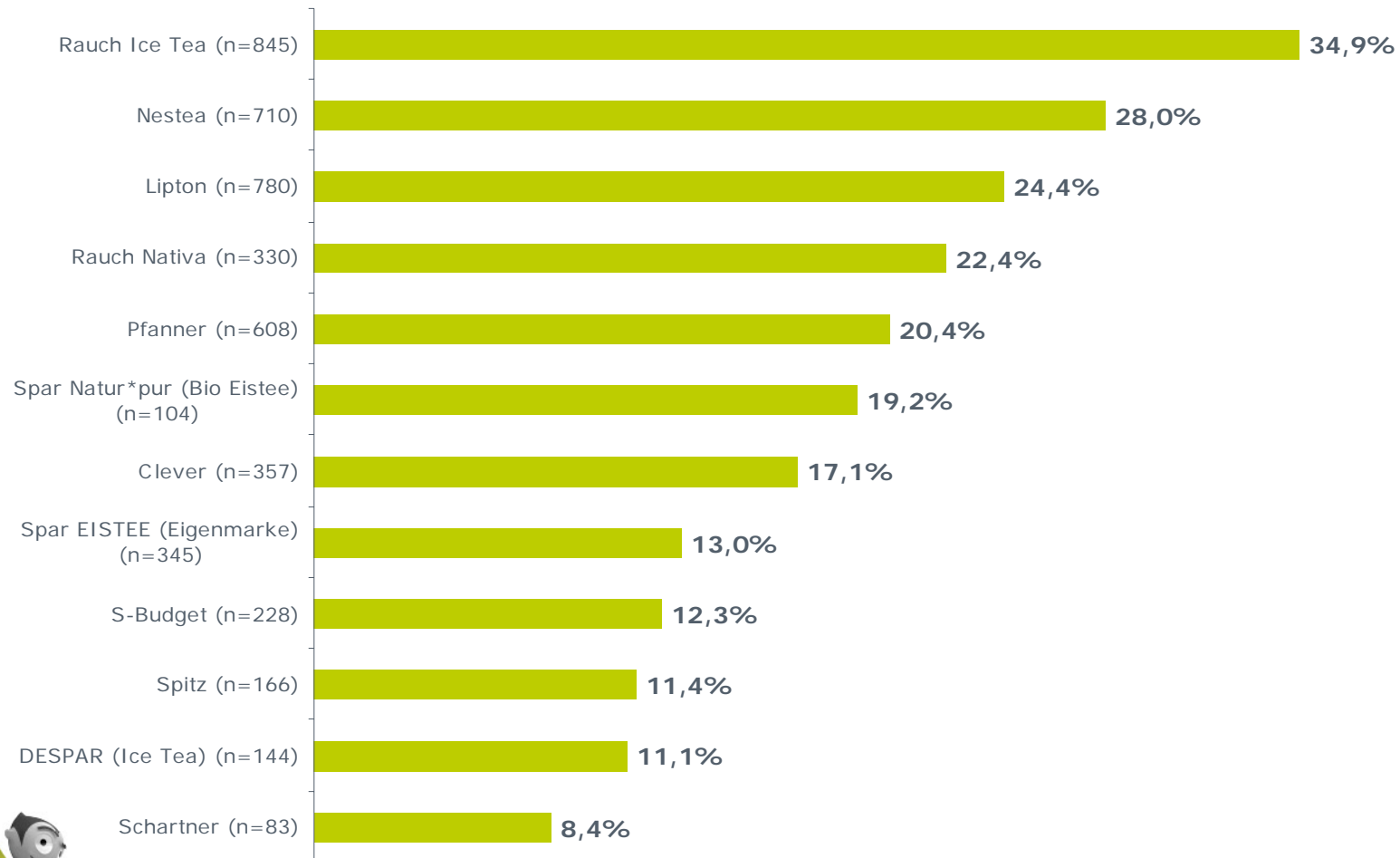
Top of Mind - Top 10 Eistee-Marken



Inwieweit sind Ihnen die folgenden Eistee-Marken sympathisch? Bitte bewerten Sie die folgenden Marken von „sehr sympathisch“ bis „überhaupt nicht sympathisch“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "sehr sympathisch"

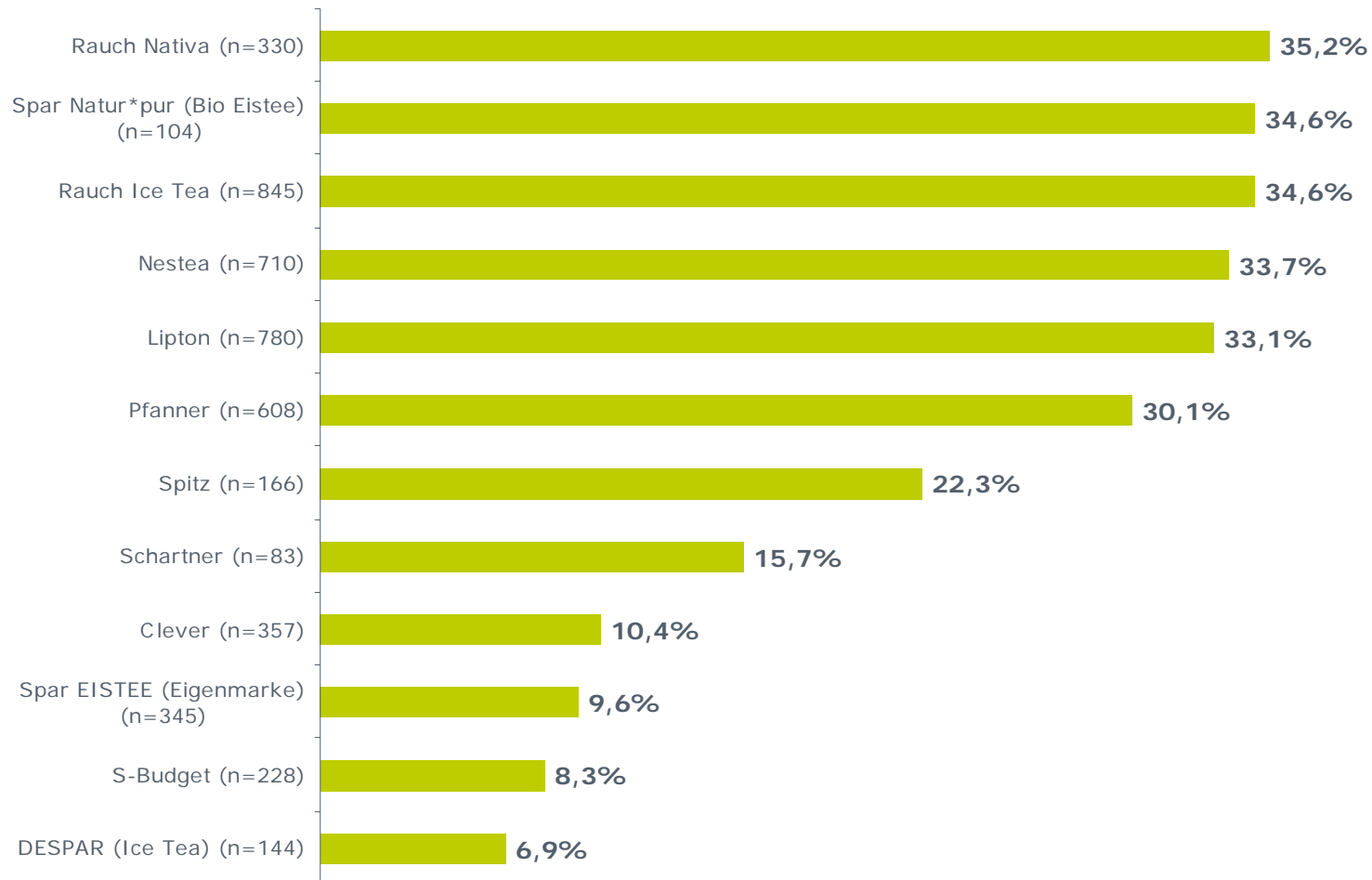
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eistee-Marken zumindest dem Namen nach)



Und wie würden Sie die Qualität der folgenden Eistee-Marken bewerten, inwieweit sind die folgenden Marken qualitativ hochwertig? Bitte verwenden Sie eine Skala von „qualitativ sehr hochwertig“ bis „qualitativ überhaupt nicht hochwertig“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "qualitativ sehr hochwertig"

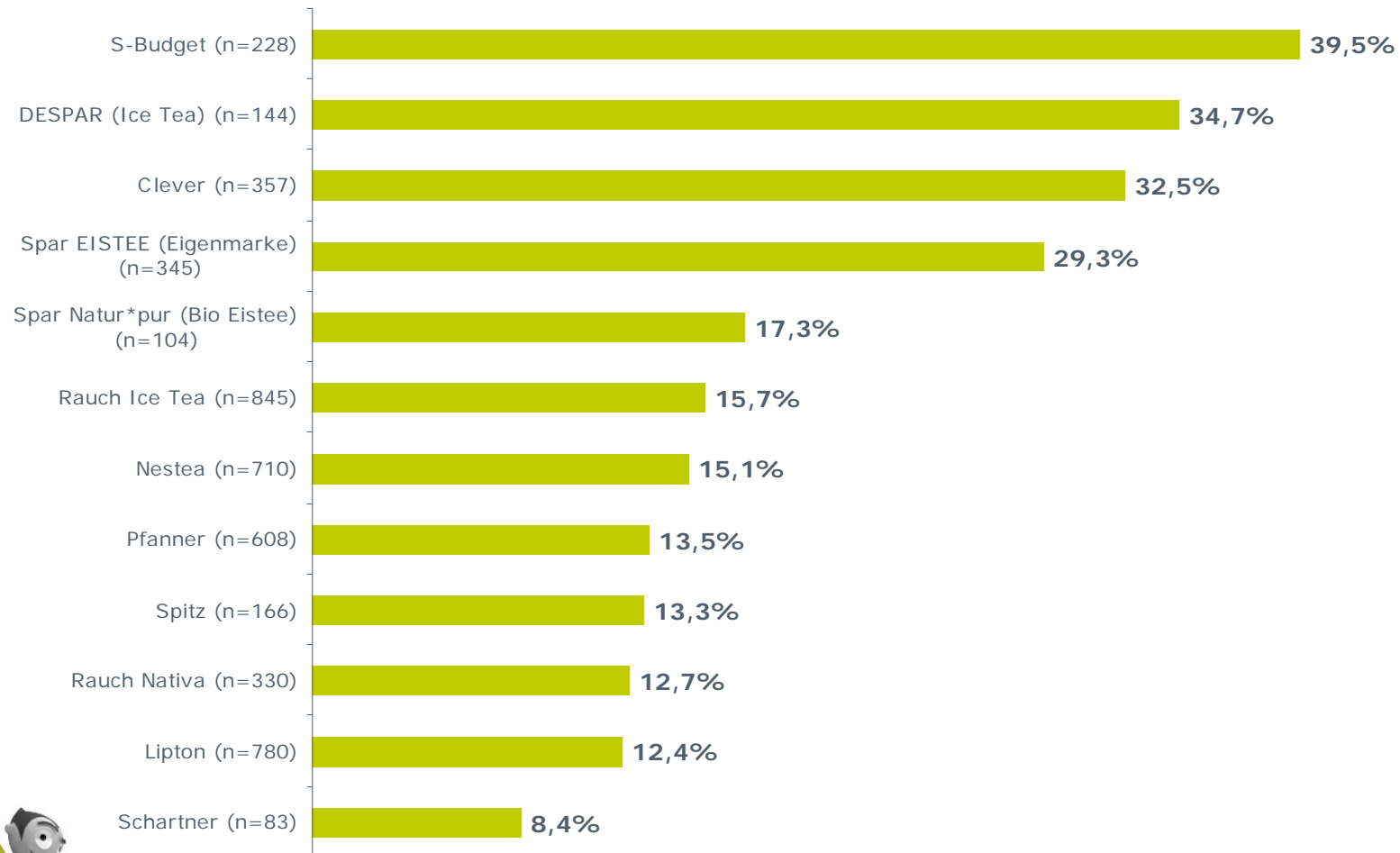
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eistee-Marken zumindest dem Namen nach)



Inwieweit bieten die folgenden Eistee-Marken ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an? Bitte bewerten Sie von „sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“ bis „überhaupt kein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis"

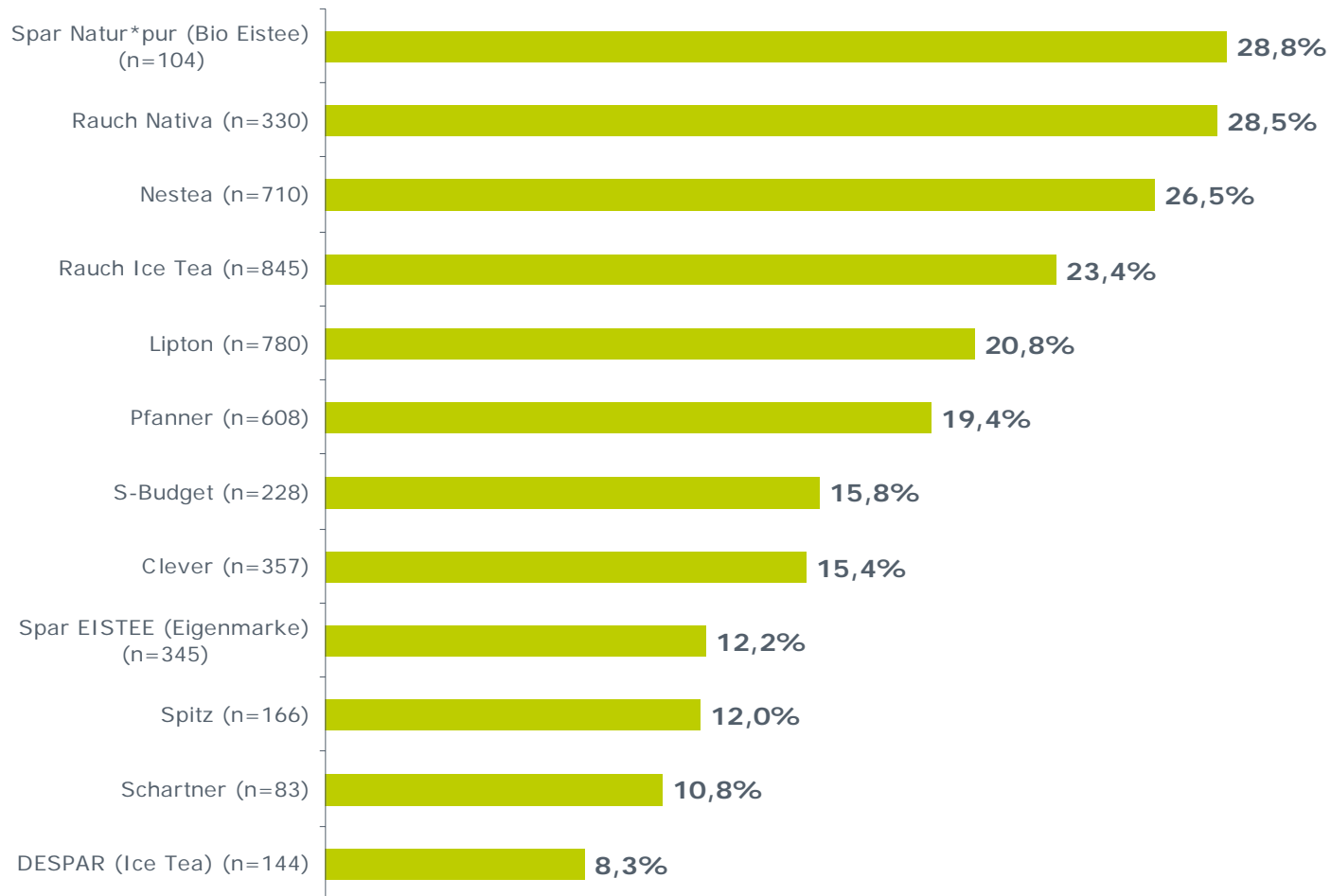
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eistee-Marken zumindest dem Namen nach)



Und inwieweit würden Sie die folgenden Eistee-Marken als innovativ/modern bezeichnen? Bitte bewerten Sie die folgenden Marken von „sehr innovativ/modern“ bis „überhaupt nicht innovativ/modern“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "sehr innovativ/ modern"

(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eistee-Marken zumindest dem Namen nach)





MARKETAGENT.COM

Die vollständige Studie mit allen 18 Image-Items können Sie für EURO 850,- zzgl. MwSt. bestellen.

Christina Strasser, Mag.
c.strasser@marketagent.com
+ 43 (0)2236 – 205 886

Marketagent.com online reSEARCH GmbH
Brown Boveri Strasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf

www.marketagent.com

