

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

FMCG Marken Cockpit
Warengruppe: Eiskaffee



Mai 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: >165.000 Personen (plus 60 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: Markus Divis, m.divis@marketagent.com*



Erkenntnisinhalte: FMCG Marken Cockpit



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



Kauffrequenz/-häufigkeit



Präferenz / Lieblingsmarke

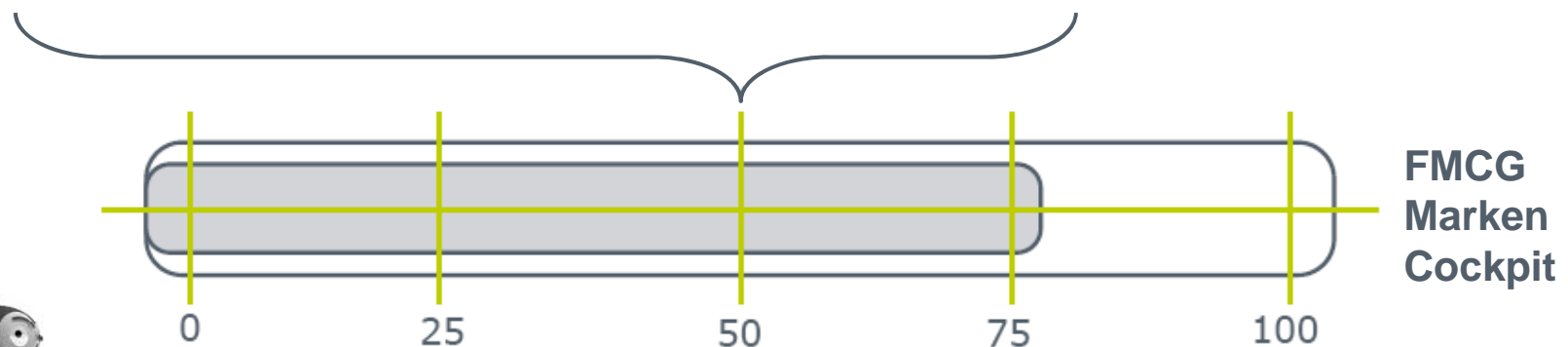


Image-Evaluierung an Hand von 18 Image-Items

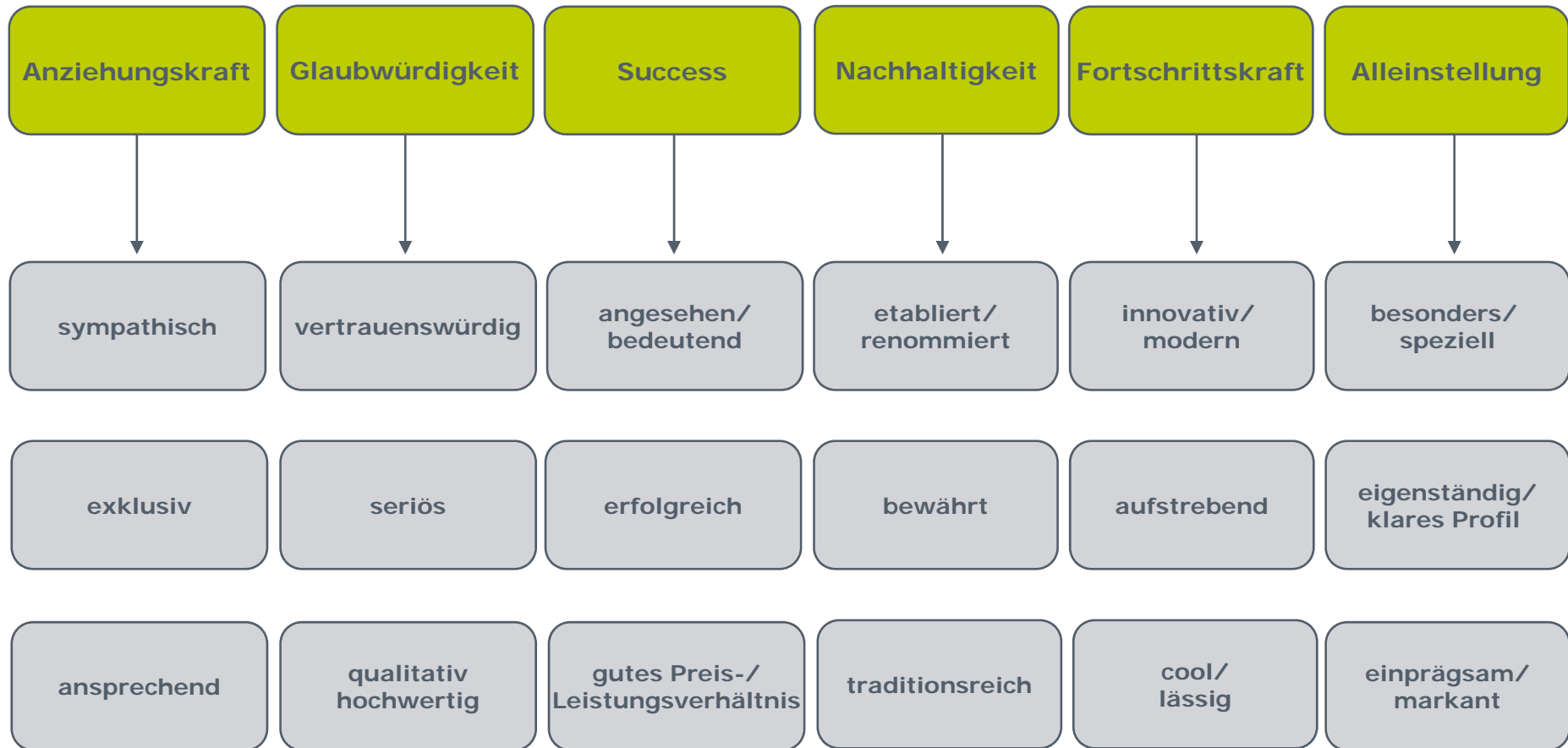


6 Dimensionen der Marken-Bewertung: FMCG Marken Cockpit

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



Merkmale der 6 Bewertungsdimensionen (NON-FOOD)



Ergebnisabriss

Warengruppe: Eiskaffee



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 = 1.000 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 22.04.2010 – 05.05.2010
- _ **Screening:** Bekanntheit von zumindest einer der genannten Marken
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 65 Jahren
- _ **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- _ **Umfang:** 25 offene/geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Markus Divis
- _ **Kontakt:** m.divis@marketagent.com



Rücklauf- & Abbruch-Statistik:

_ **Felddauer:** 10 Tage 21 Std. 20 Min.

_ **Eingeladene Panel-Teilnehmer:** 5.770

_ **Interviews:** 1.000

_ **Netto-Interviews in der Kernzielgruppe:** 818

_ **Inzidenz:** 81,8%

_ **Rücklaufquote:** 17,3%

_ **Abbruchquote:** 5,3%

_ **Durchschnittliche Antwortdauer:** 17 Min. 19 Sek.



Methodik & Sample:

Interviewt wurden die Mitglieder des rund 165.000 Personen umfassenden Marketagent.com Online Access Panels (+ 60 neue Panelisten pro Tag) mittels Computer Assisted Web Interviews (CAWI). Als Stichprobe wurden web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 65 Jahren mittels e-Mail zu einer Online-Befragung eingeladen. Als Screening-Kriterium wurde die Bekanntheit von zumindest einer der genannten Eiskaffee-Marken definiert. 1.000 Internet-NutzerInnen haben einen vollständigen Datensatz abgegeben. Die Feldzeit betrug 11 Tage. Die Online-Befragung als Methode gewährleistet Anonymität und Objektivität und steht mit dem Befragungsthema im Einklang. Die Incentivierung der Respondenten erfolgte über geldwerte Bonuspunkte in der Höhe von 120 Euro-Cents.



Zusammensetzung des Samples:

Basis	Ausgangs-Sample		Kernzielgruppe	
	1.000	in %	818	in %
Geschlecht				
Männlich	486	48,6%	370	45,2%
Weiblich	514	51,4%	448	54,8%
Alter				
14 - 19 Jahre	107	10,7%	93	11,4%
20 - 29 Jahre	182	18,2%	159	19,4%
30 - 39 Jahre	205	20,5%	174	21,3%
40 - 49 Jahre	239	23,9%	193	23,6%
50 - 59 Jahre	174	17,4%	136	16,6%
60 - 65 Jahre	93	9,3%	63	7,7%
Ausbildungsniveau				
Allgemeinbildende Pflichtschule	250	25,0%	204	24,9%
Lehre / Fachschule	470	47,0%	379	46,3%
Matura / Universität	280	28,0%	235	28,7%

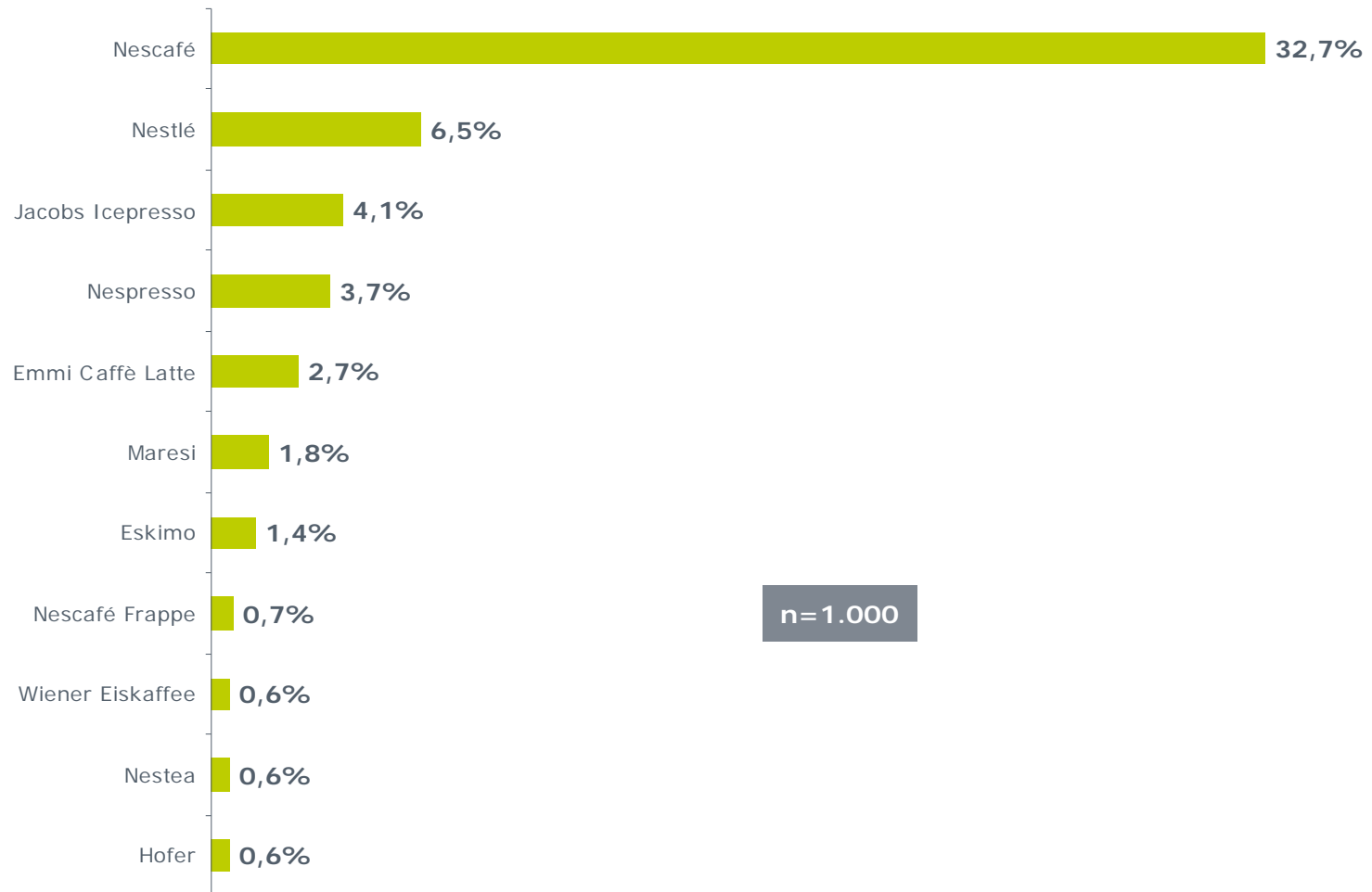


Die Ergebnisse:



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

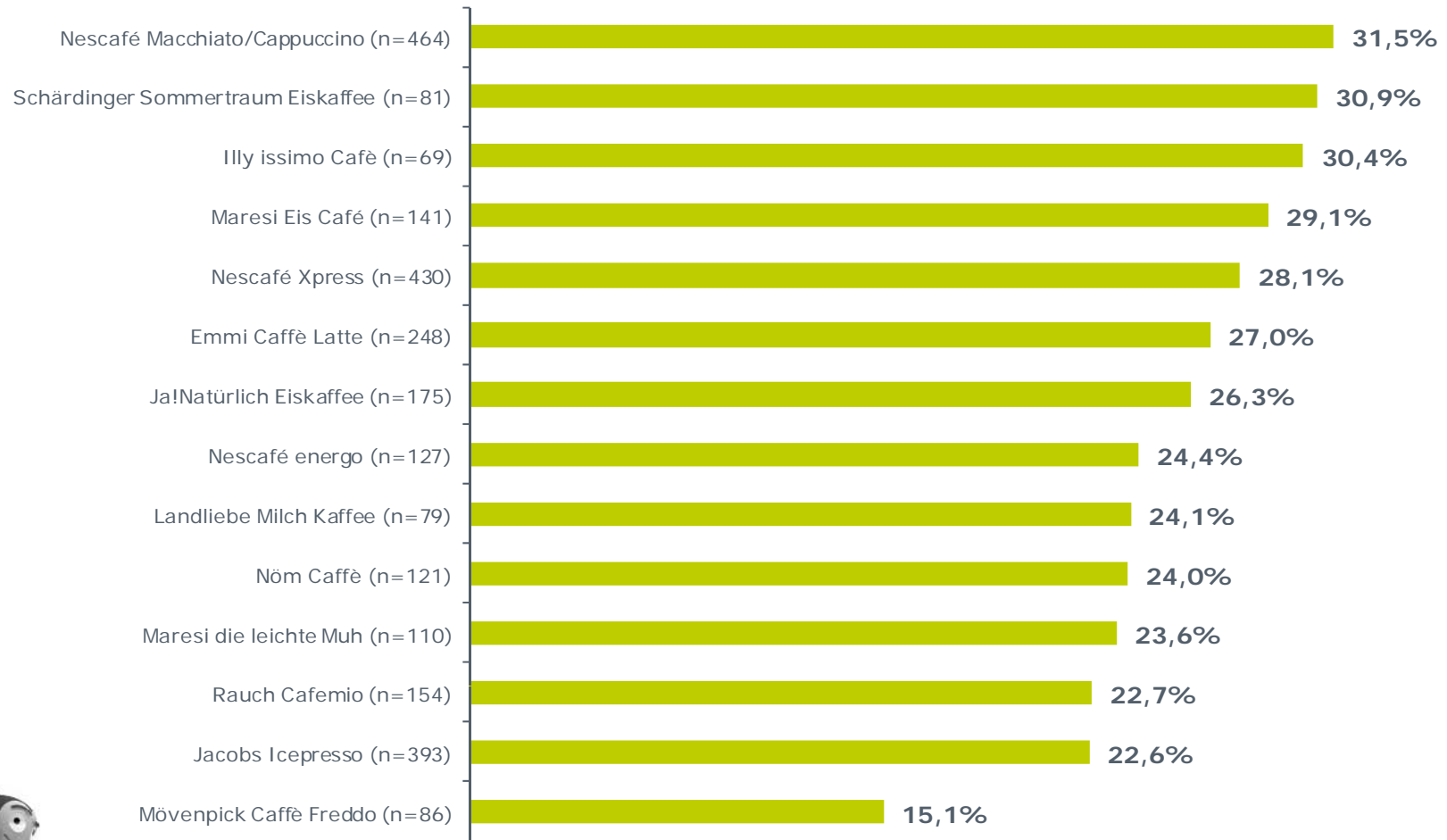
Top of Mind - Top 10 Eiskaffee-Marken



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

Top-Box: bewertet mit "1 = sehr sympathisch"

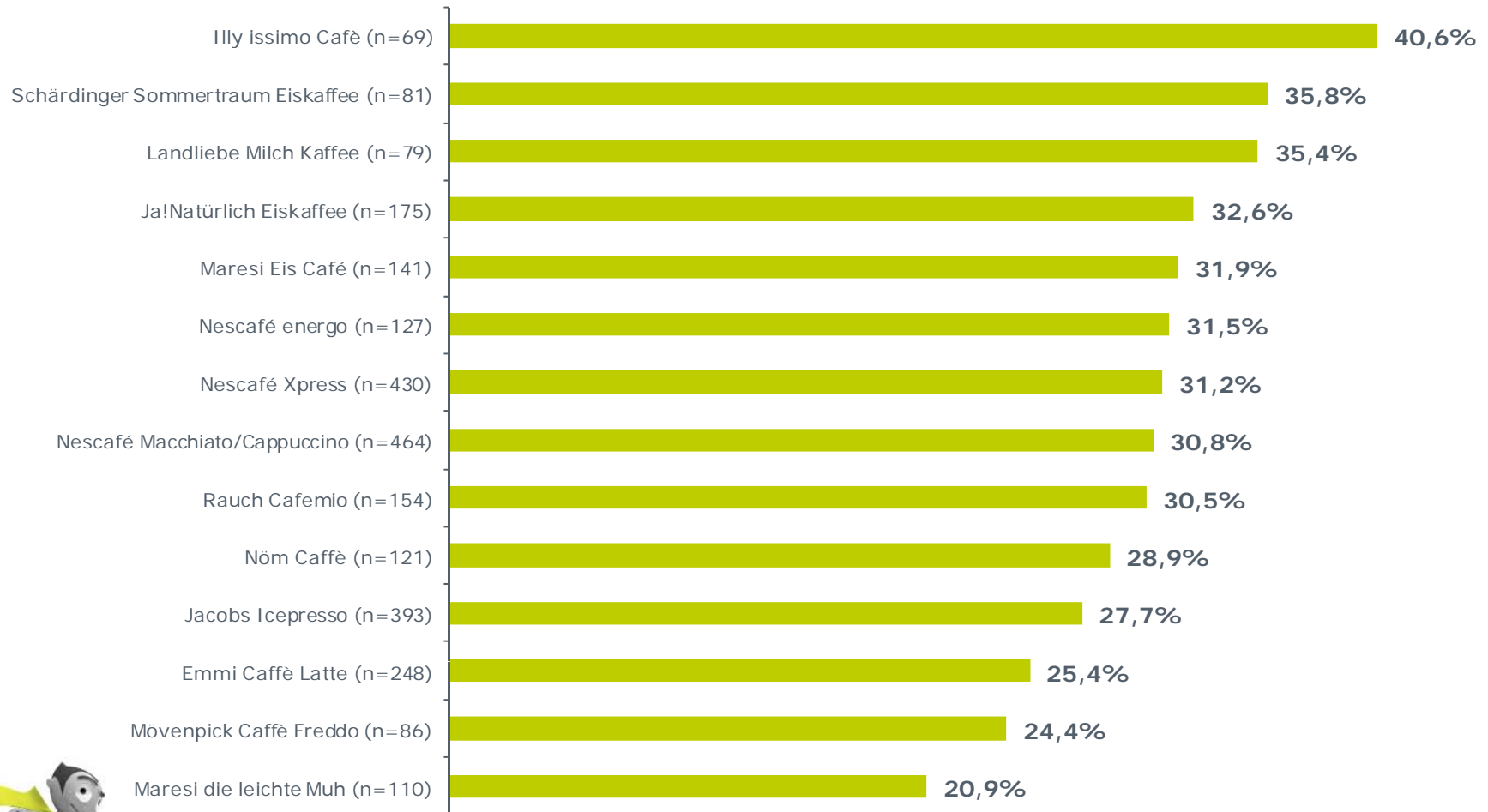
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eiskaffee-Marken zumindest dem Namen nach)



Und wie würden Sie die Qualität der folgenden Eiskaffee-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 "1 = qualitativ sehr hochwertig"

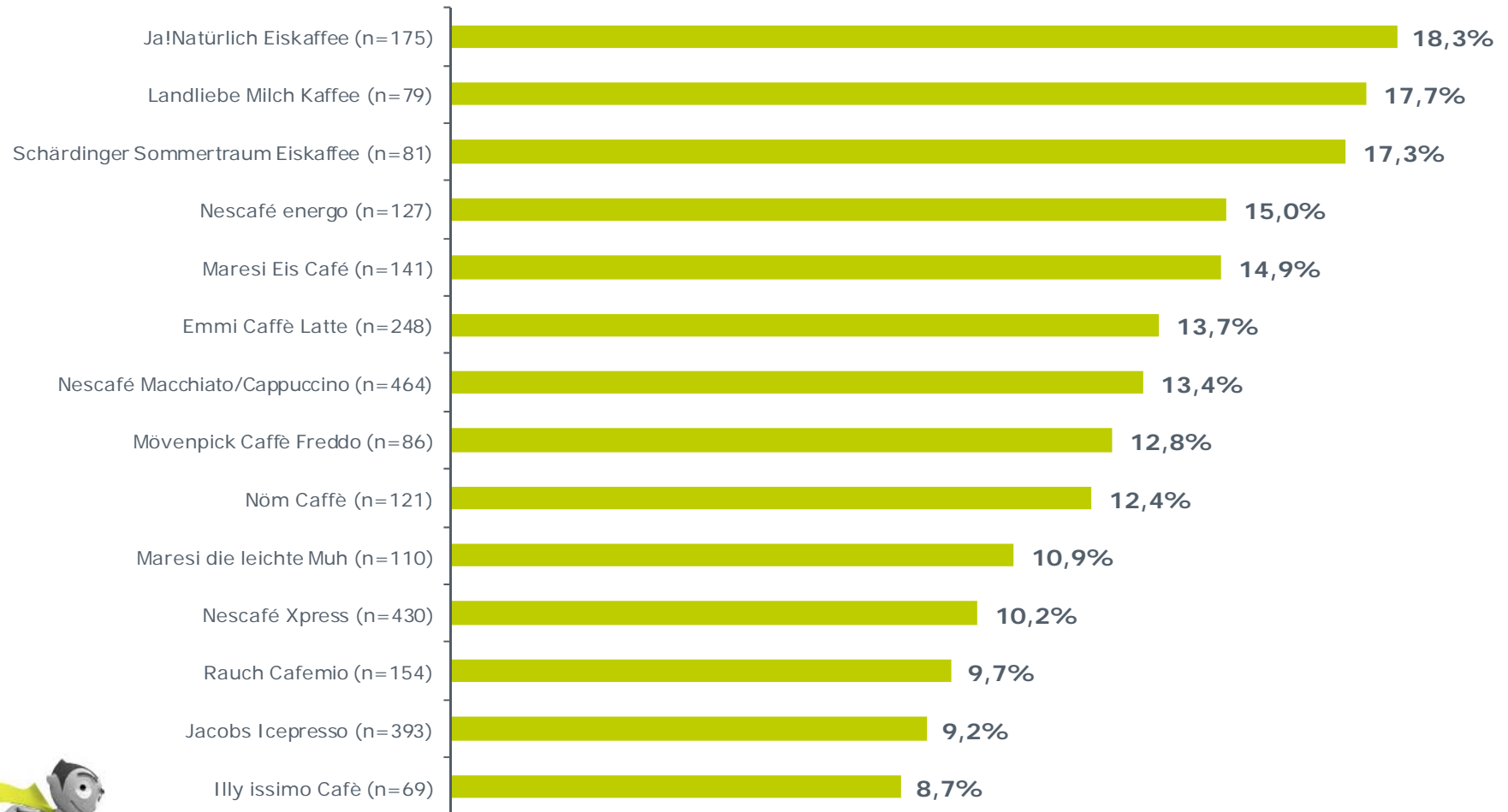
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eiskaffee-Marken zumindest dem Namen nach)



Inwieweit bieten die folgenden Eiskaffee-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 "1 = sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis"

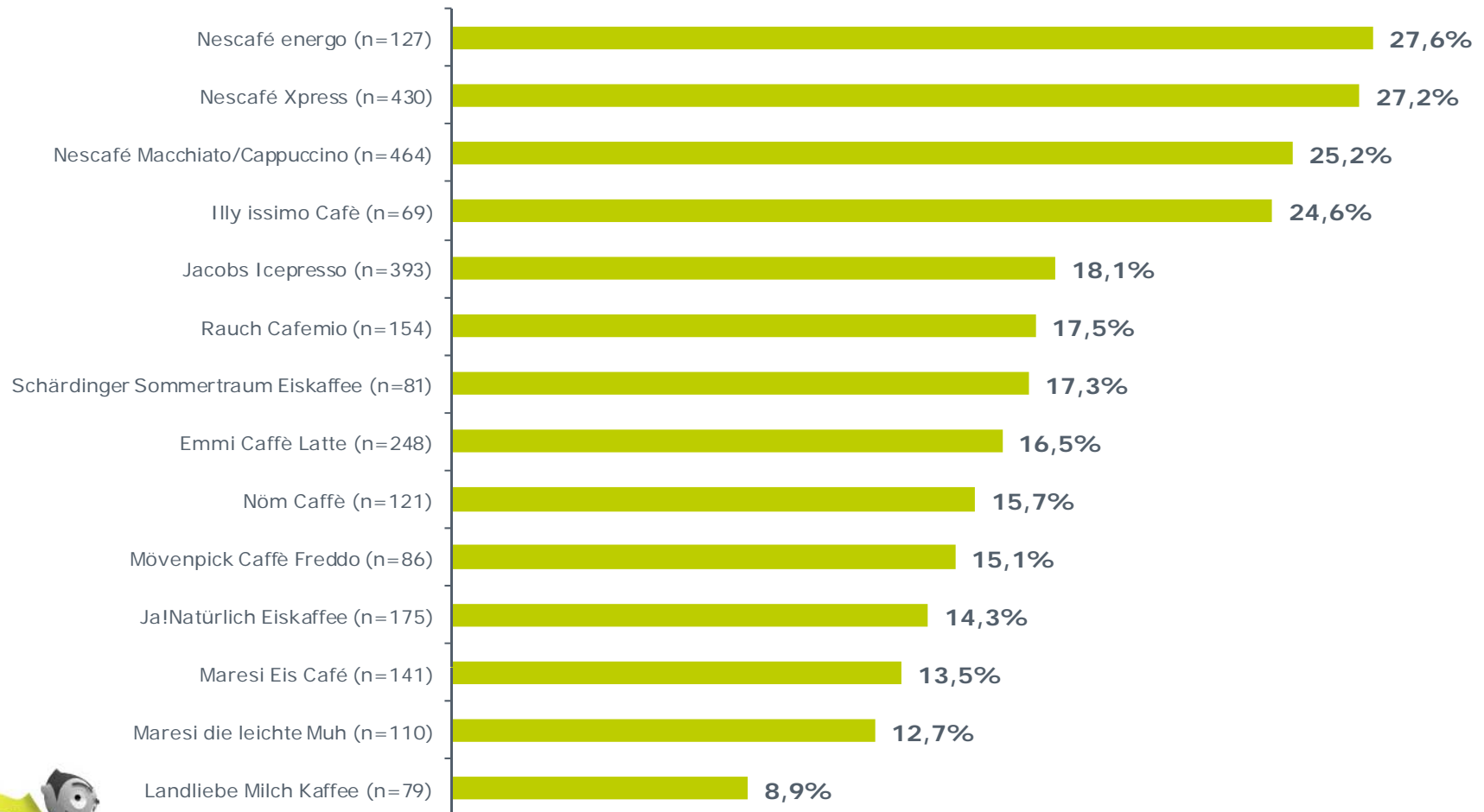
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Eiskaffee-Marken zumindest dem Namen nach)



Und inwieweit würden Sie die folgenden Eiskaffee-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 "1 = sehr innovativ/ modern"

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





MARKETAGENT.COM

Rückfragen / Feedback / Bestellung

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

m.divis@marketagent.com
+ 43 (0) 2236 – 205 886

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

www.marketagent.com

