

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Ergebnisabriss:
FMCG Marken Cockpit
Warengruppe: Smoothies



April 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

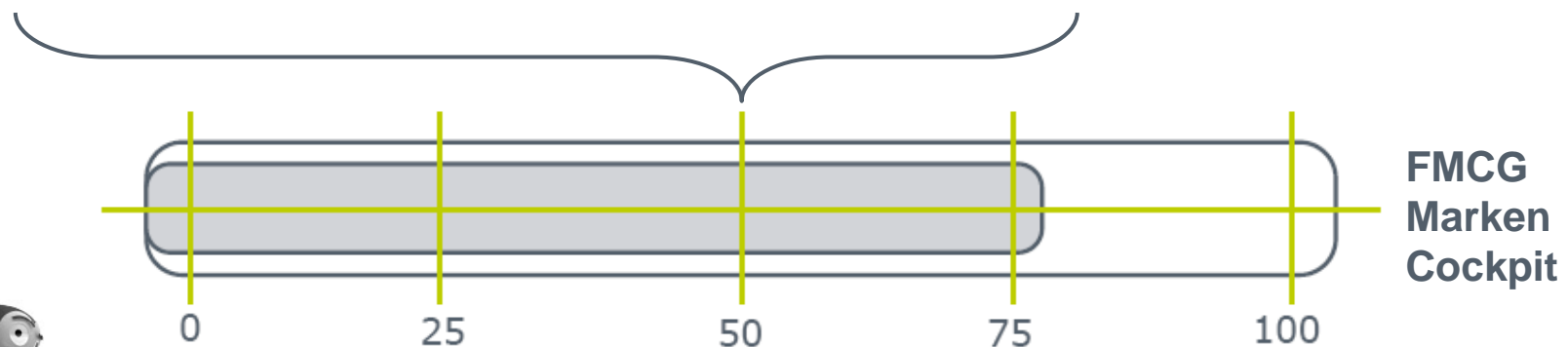


Image-Evaluierung an Hand von 18 Image-Items

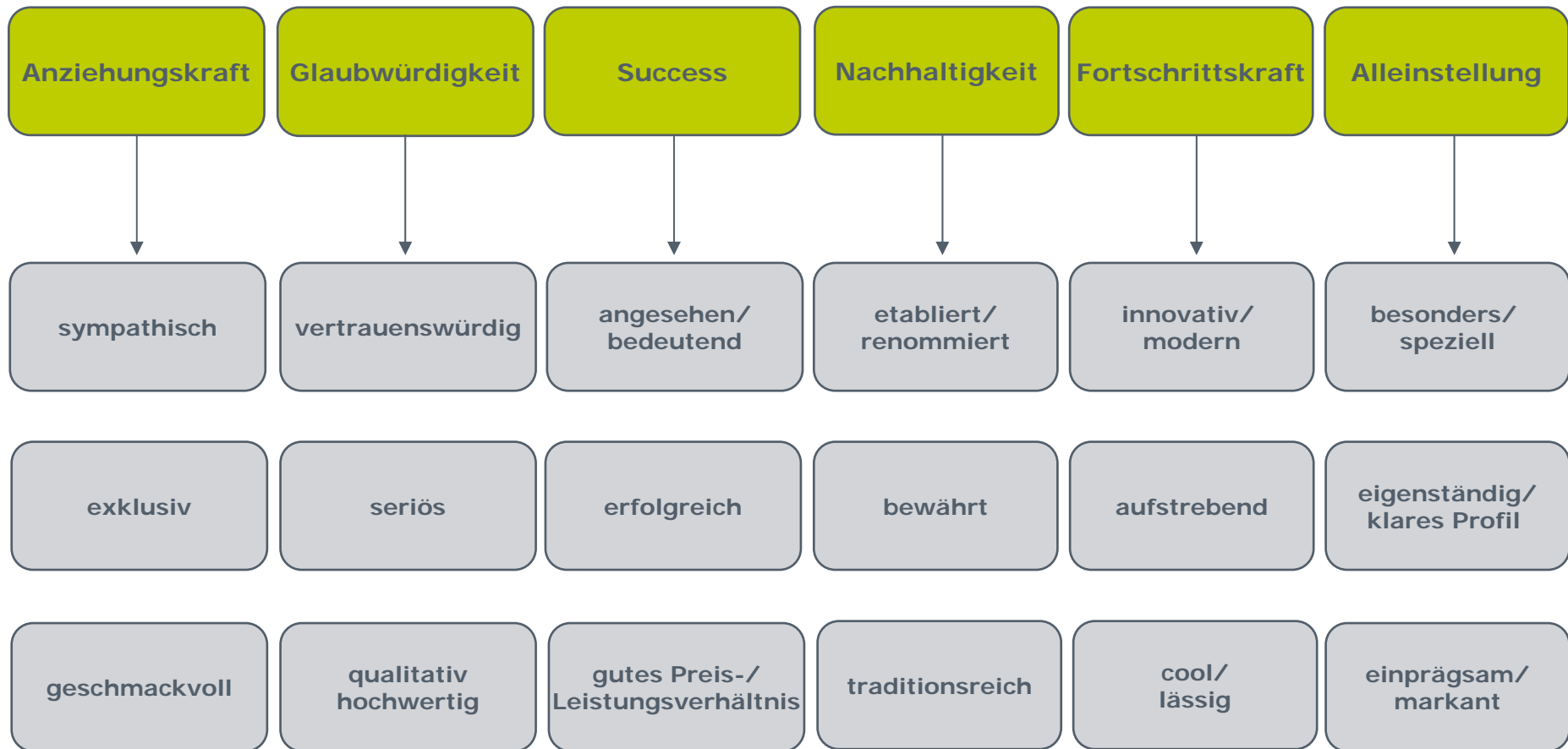


6 Dimensionen der Marken-Bewertung: FMCG Marken Cockpit

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



Merkmale der 6 Bewertungsdimensionen (FOOD)



Ergebnisabriss

Warengruppe: Smoothies



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 = 1.002 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Erhebungszeitraum: 29.03.2010 – 01.04.2010
- 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 00 Std. 47 Min.
- Eingeladene Panel-Teilnehmer: 6.758
- Interviews: 1.002
- Netto-Interviews in der Kernzielgruppe: 872
- Inzidenz: 87,0%
- Rücklaufquote: 14,8%
- Abbruchquote: 4,5%
- Durchschnittliche Antwortdauer: 12 Min. 05 Sek.



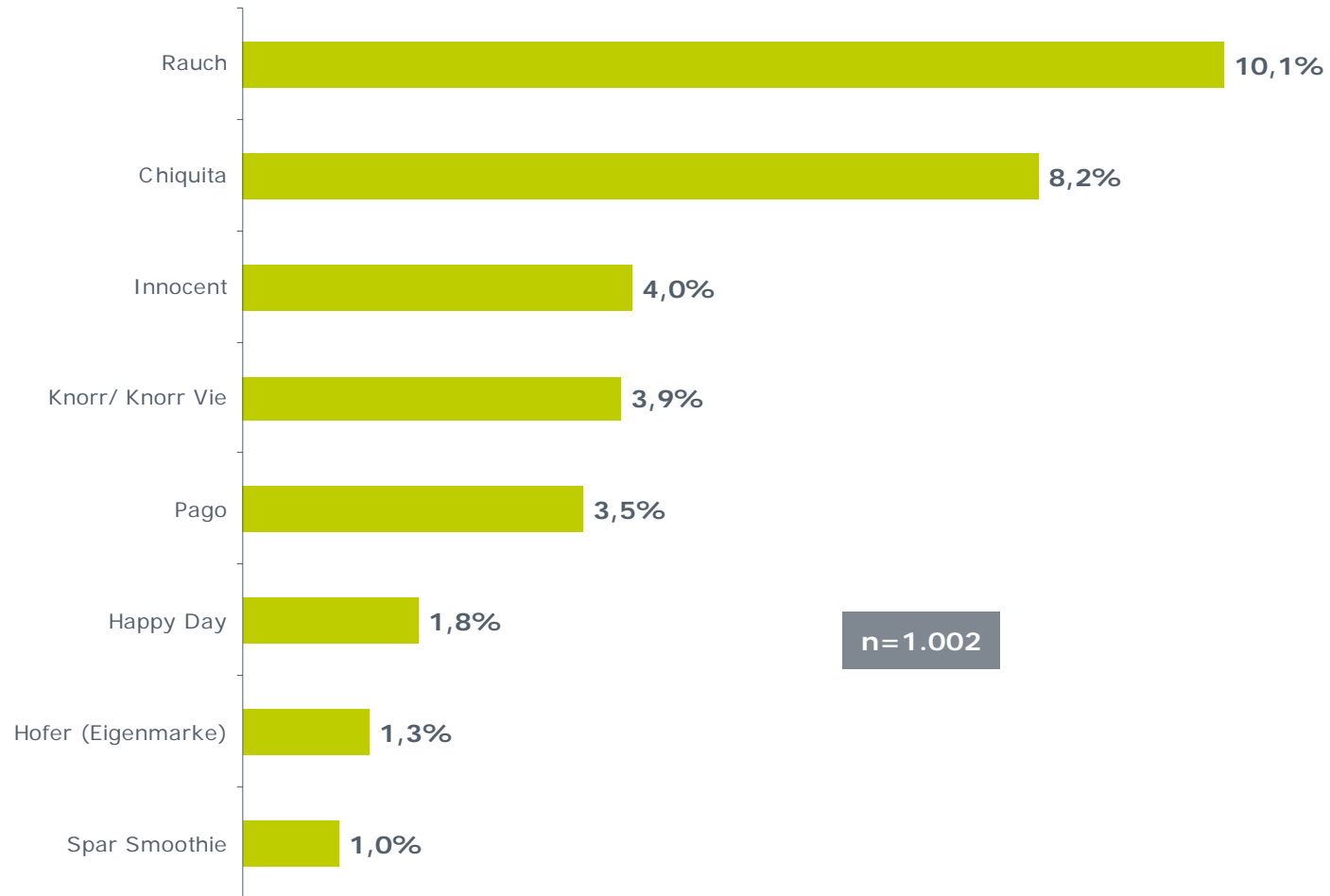
Zusammensetzung des Samples:

Basis	Ausgangs-Sample		Kernzielgruppe	
	1.002	in %	872	in %
Geschlecht				
Männlich	487	48,6%	410	47,0%
Weiblich	515	51,4%	462	53,0%
Alter				
14 - 19 Jahre	104	10,4%	95	10,9%
20 - 29 Jahre	185	18,5%	162	18,6%
30 - 39 Jahre	197	19,7%	176	20,2%
40 - 49 Jahre	237	23,7%	200	22,9%
50 - 59 Jahre	183	18,3%	152	17,4%
60 - 65 Jahre	96	9,6%	87	10,0%
Ausbildungsniveau				
Allgemeinbildende Pflichtschule	251	25,0%	218	25,0%
Lehre / Fachschule	472	47,1%	403	46,2%
Matura / Universität	279	27,8%	251	28,8%



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

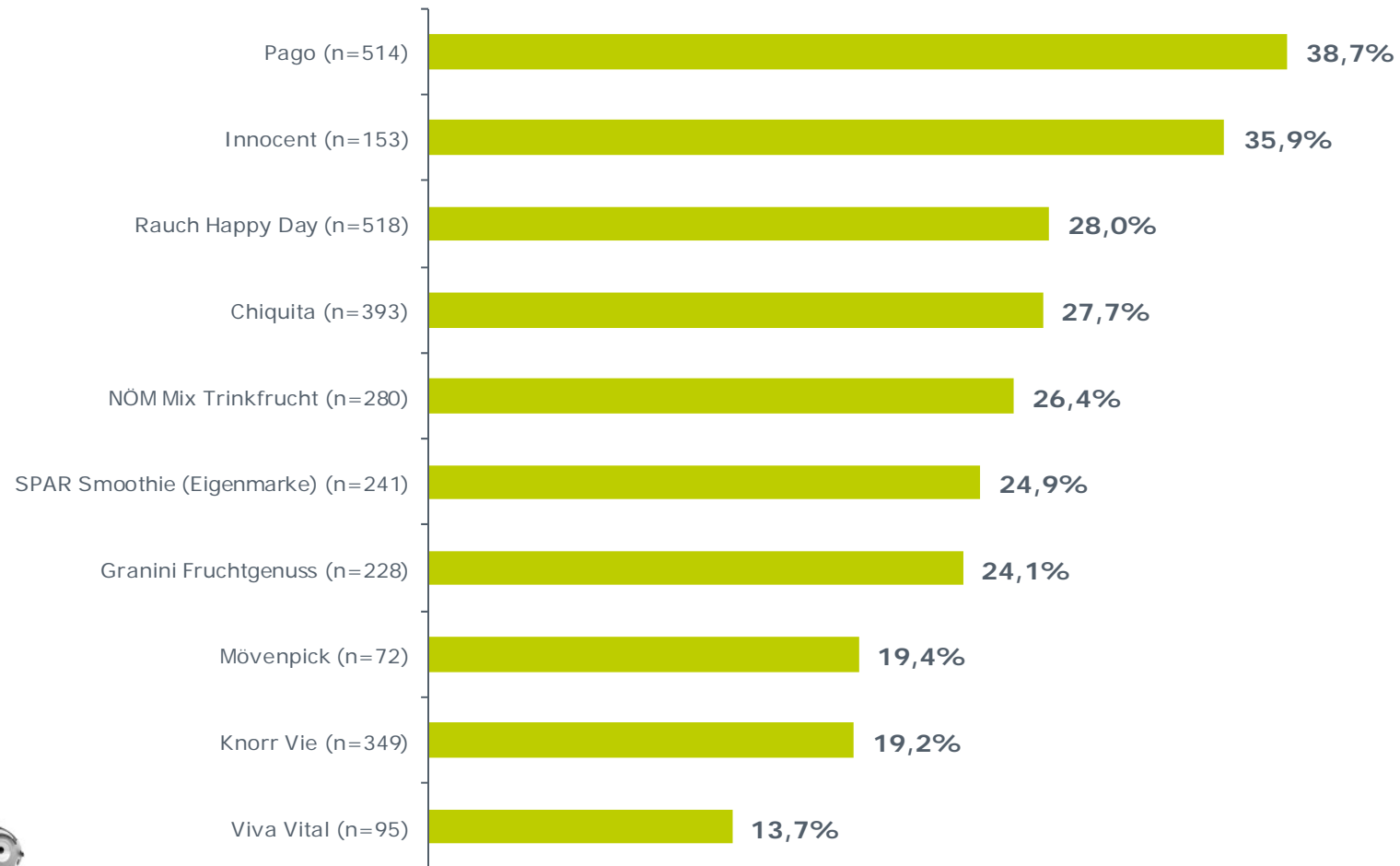
Top of Mind - Top 8 Smoothie-Marken



Inwieweit sind Ihnen die folgenden Smoothie-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"

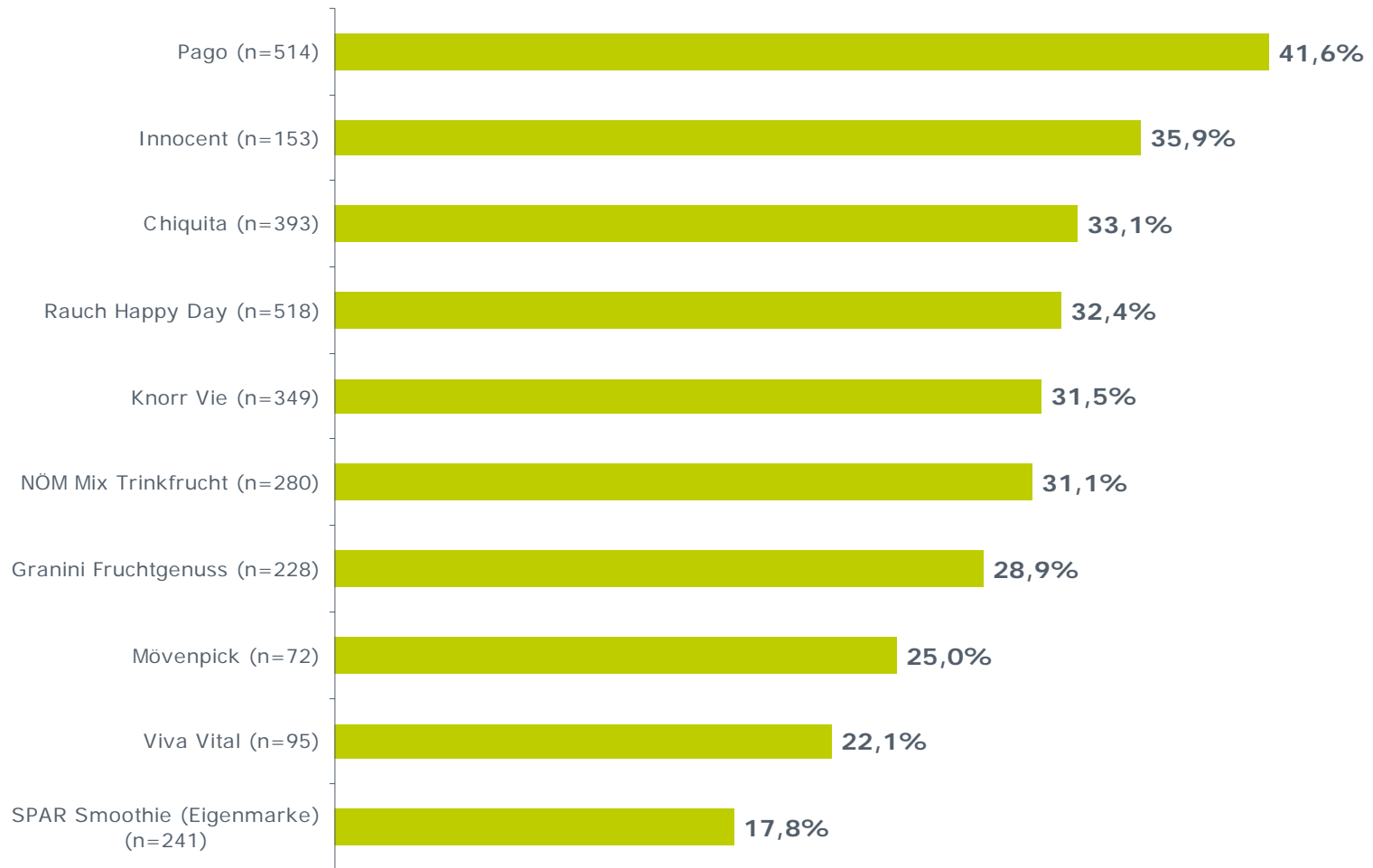
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Smoothie-Marken zumindest dem Namen nach)



Und wie würden Sie die Qualität der folgenden Smoothie-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"

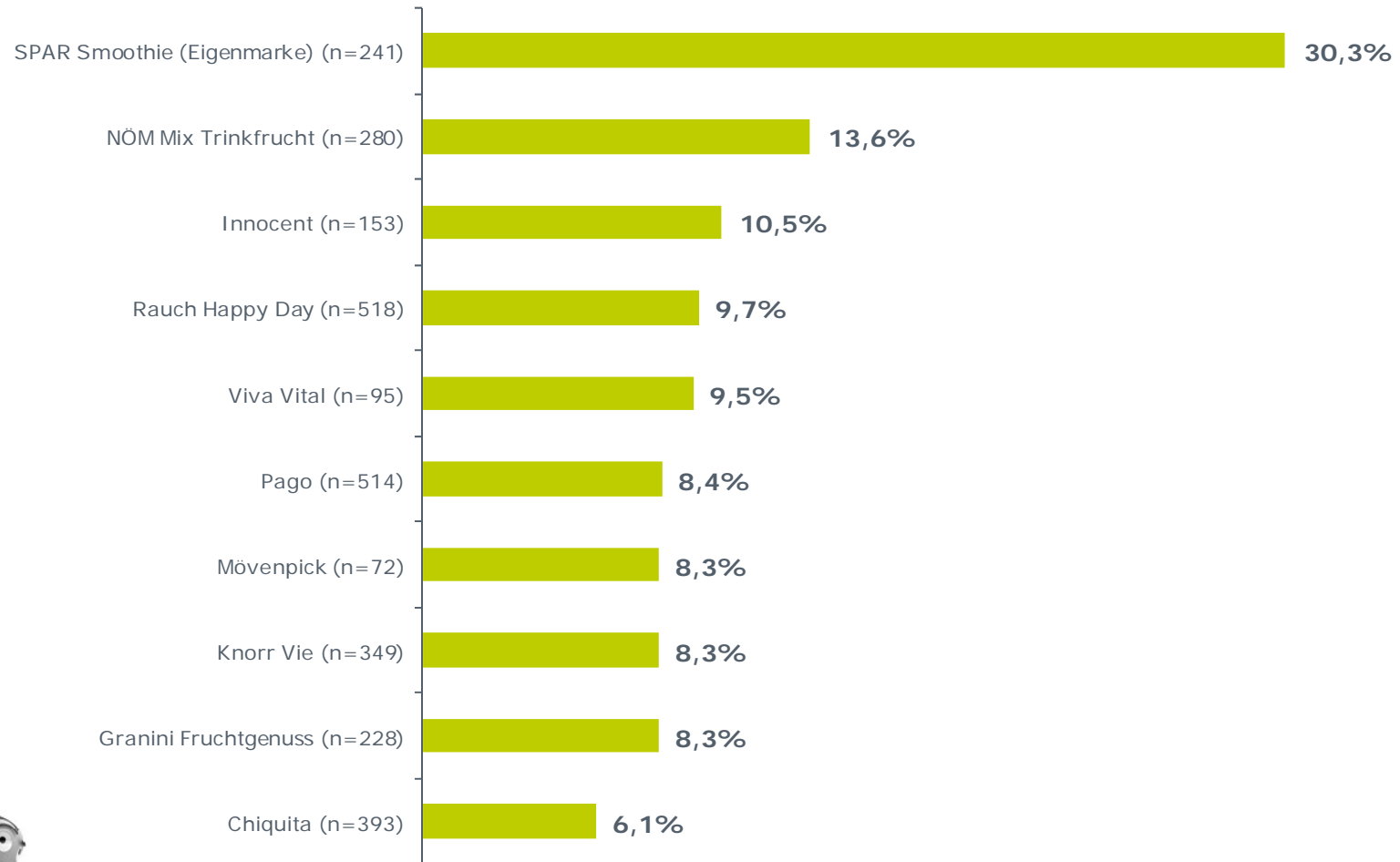
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Smoothie-Marken zumindest dem Namen nach)



Inwieweit bieten die folgenden Smoothie-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"

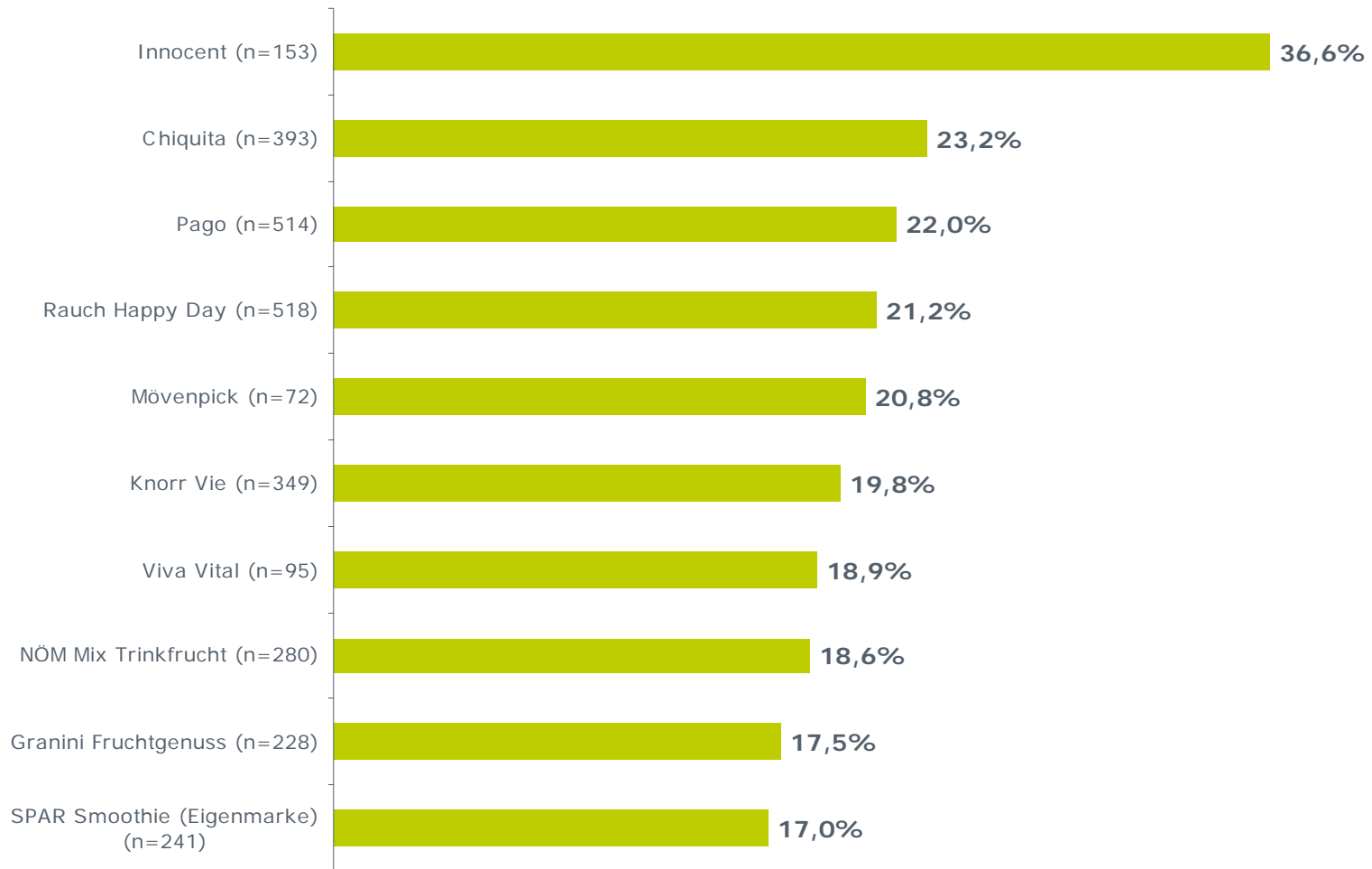
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Smoothie-Marken zumindest dem Namen nach)



Und inwieweit würden Sie die folgenden Smoothie-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 Smoothie-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.

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



MARKETAGENT.COM