

# BRANCHEN TRACKING

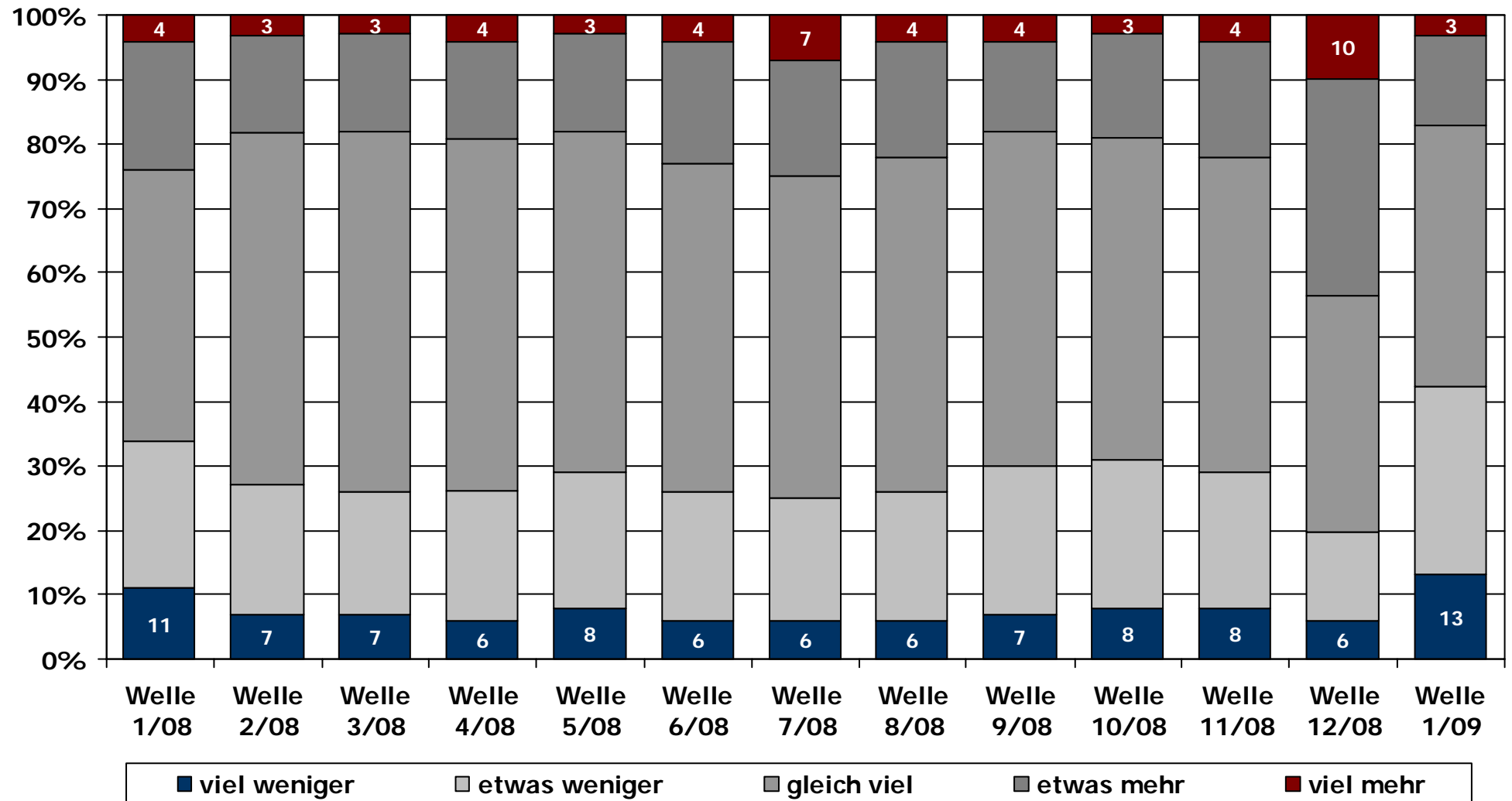
Elektrohandel im Mediamix

Welle:	Welle 1 - 2009
Branche:	<u>Elektrohandel</u>
Erhebungszeitraum:	12. – 28. Dezember 2008
Panel:	n = 1.000
Erhebung:	Marketagent.com
Aufbereitung und Koordination:	TMC The Media Consultants Nina Korenzhan Bakk phil. Tel.: +43 1 713 69 91 n.korenzhan@themediaconsultants.at

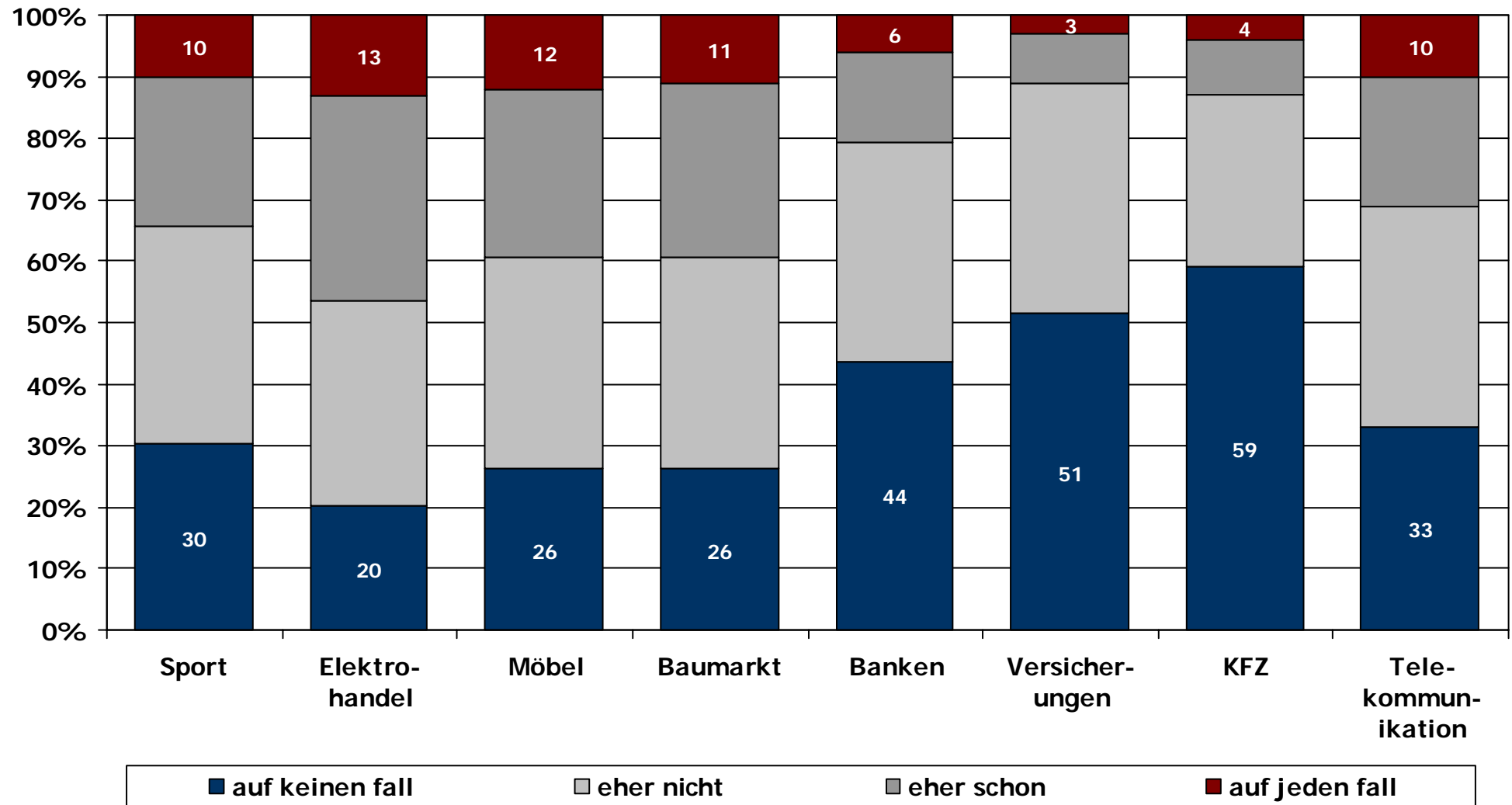
# Studiensteckbrief:

<b>Methode:</b>	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
<b>Instrument:</b>	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
<b>Respondenten:</b>	web-aktive ÖsterreicherInnen zwischen 14 und 59 Jahren
<b>Sample-Größe:</b>	n = 1.000 Netto-Interviews
<b>Erhebungszeitraum:</b>	12. – 28. Dezember 2008
<b>Grundgesamtheit:</b>	web-aktive ÖsterreicherInnen zwischen 14 und 59 Jahren 3.691.000 Personen

# Geldausgeben im nächsten Monat



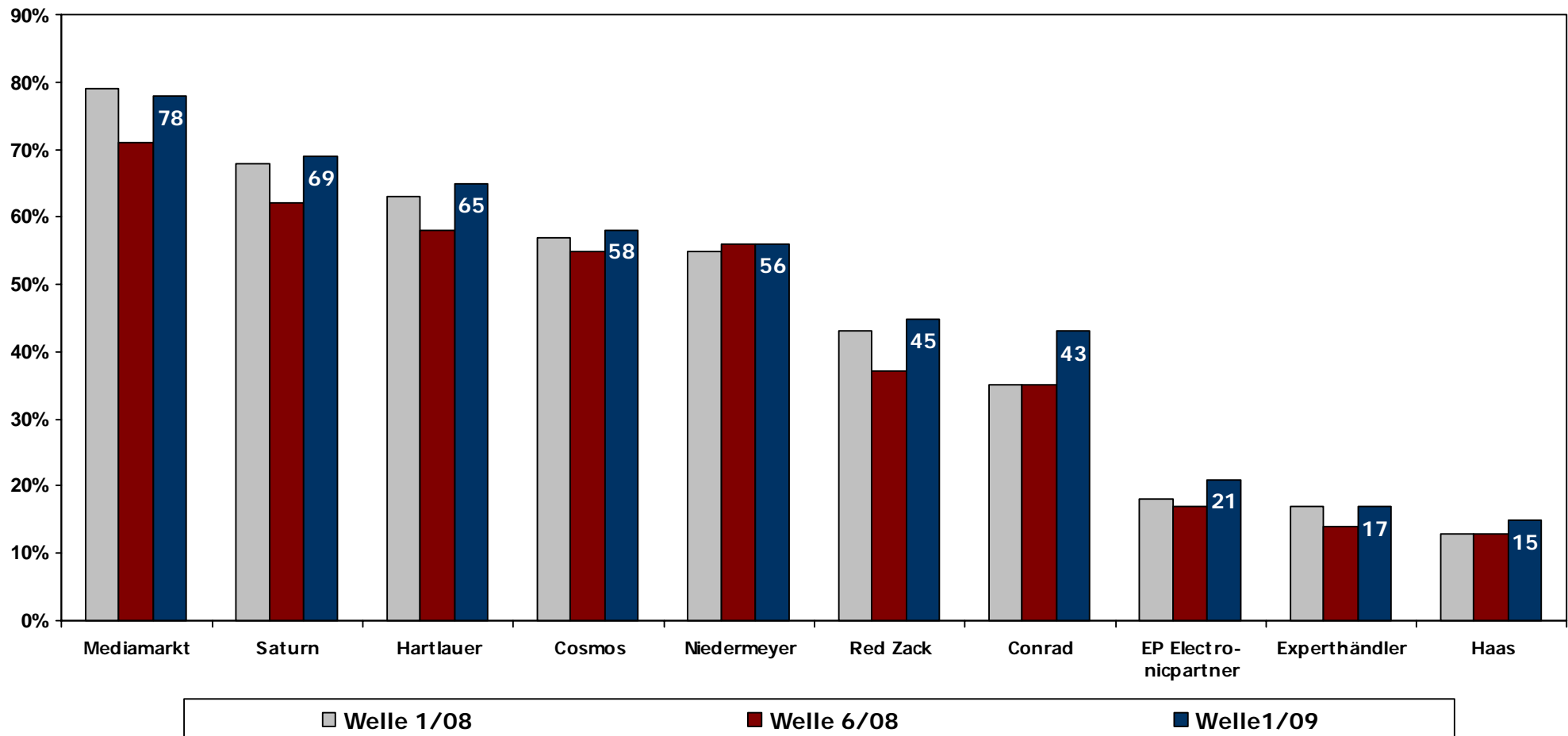
# Geplante Anschaffungen in den nächsten 2-3 Monaten



- Gestützte Werbeerinnerung in Prozent
- Sympathie und Nutzungshäufigkeit
- Spontane Markenbekanntheit und Werbeerinnerung in Prozent
- Subjektive Werbeträgererinnerung
- Einstellung zum Thema Einkauf
- Gefälligkeit der Werbung
- Soziodemografische Strukturen

# Welche Werbung wird erinnert?

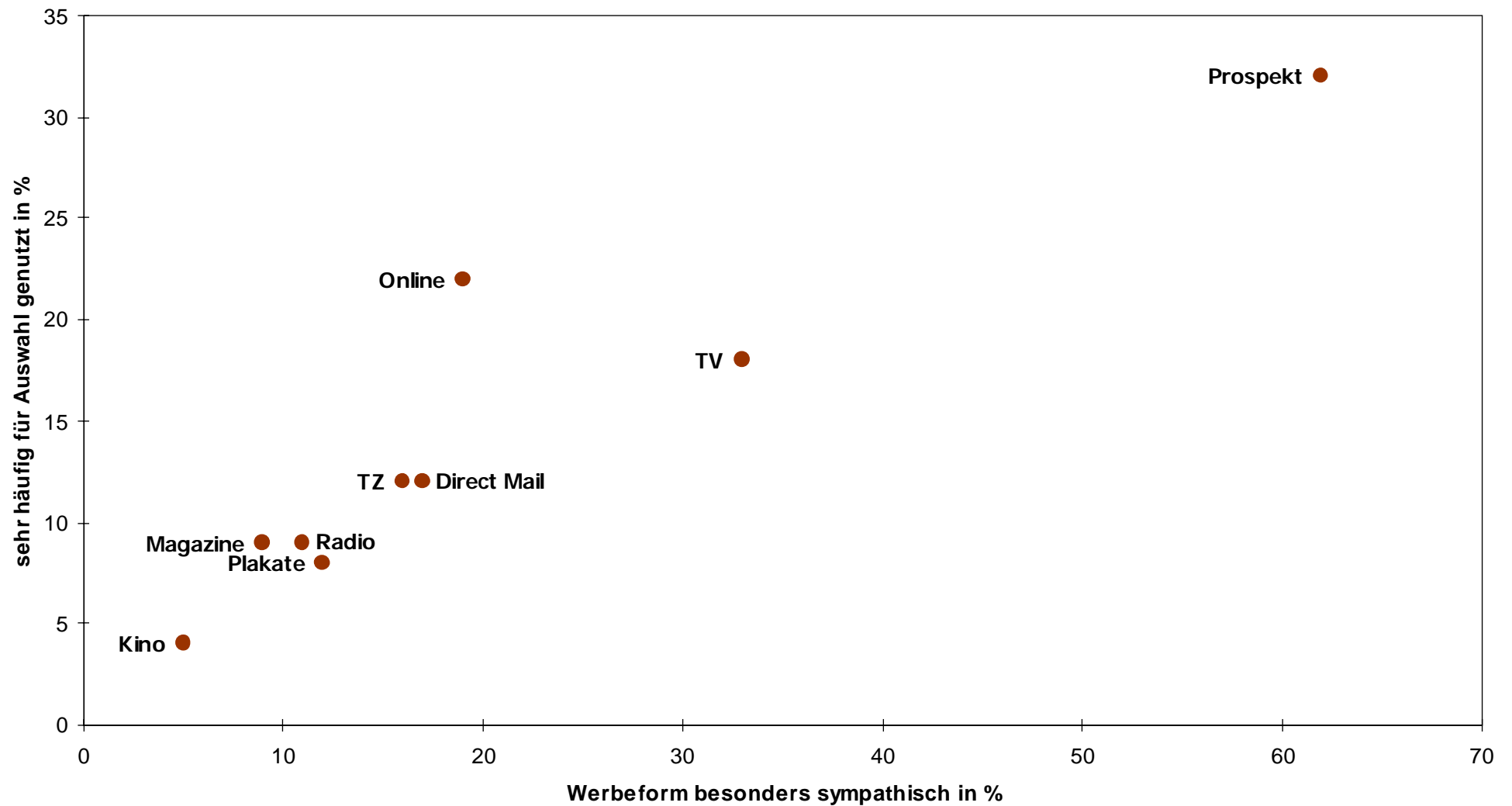
Mediamarkt ist mit Abstand der bekannteste Elektrofachmarkt Österreichs!



Basis: gestützte Werbeerinnerung in den letzten 4 Wochen (Vgl. der letzten 3 Wellen)

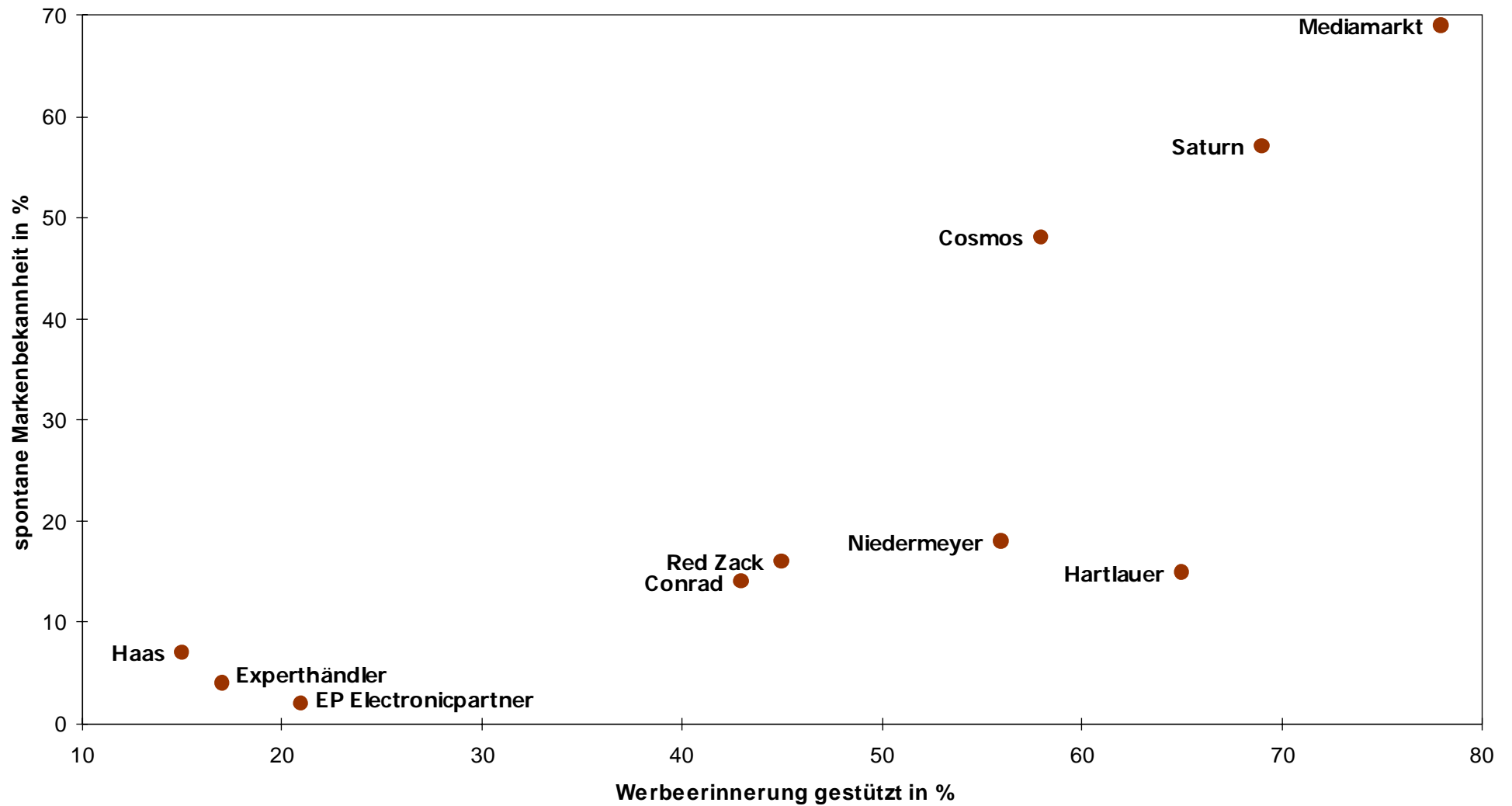
# Sympathie und Nutzung der Werbeformen

Im Elektrofachhandel ist das Prospekt Einkaufsratgeber Nummer 1!



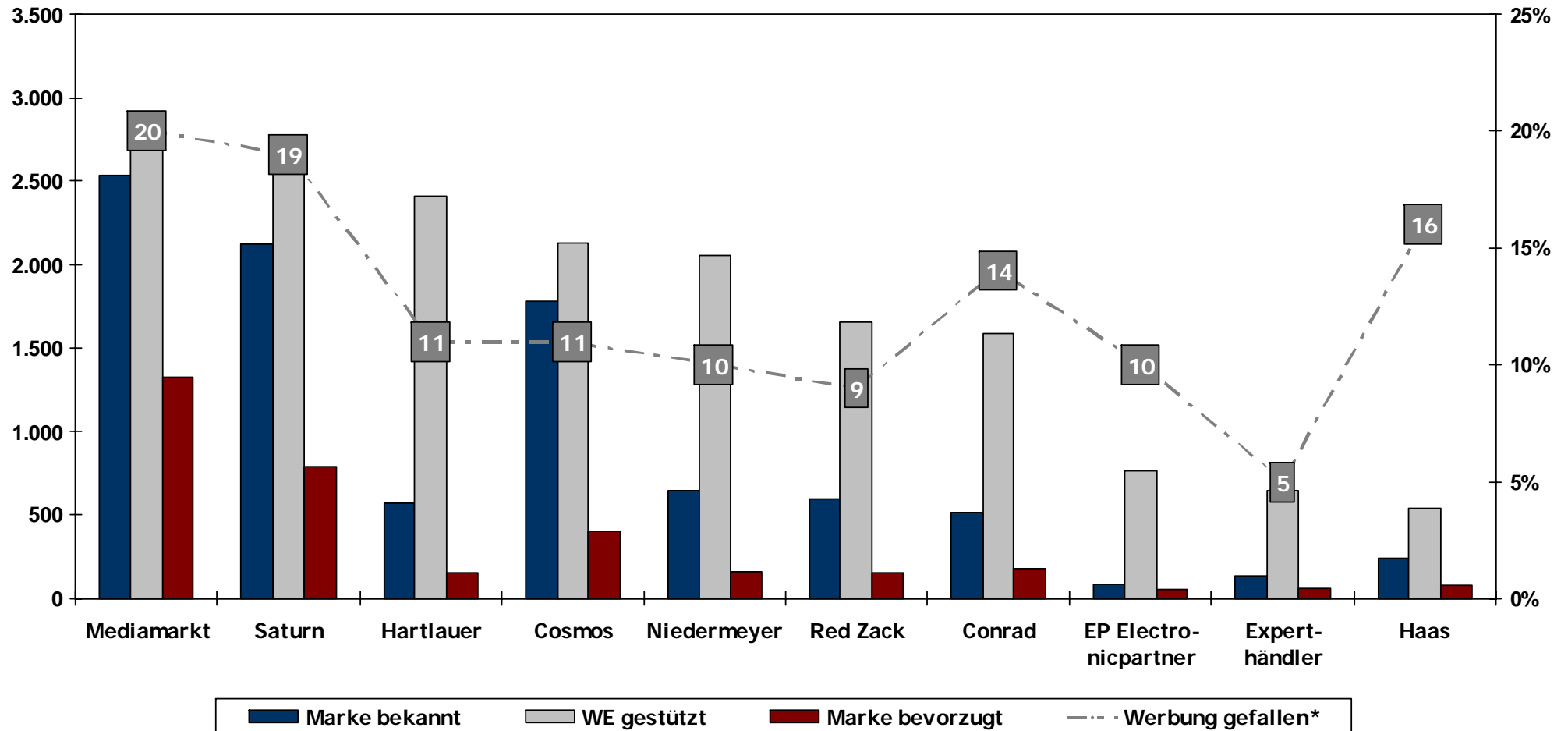
# Markenbekanntheit und Werbeerinnerung

Mediamarkt hat die Nase weit vorn!



# Wer ist „top in mind“ und hat eine gefällige Werbung?

Mediamarkt und Saturn haben die gefälligste Werbung im Elektrohandel!



\* Basis: Werbeerinnerer

# Subjektive Werbeträgererinnerung

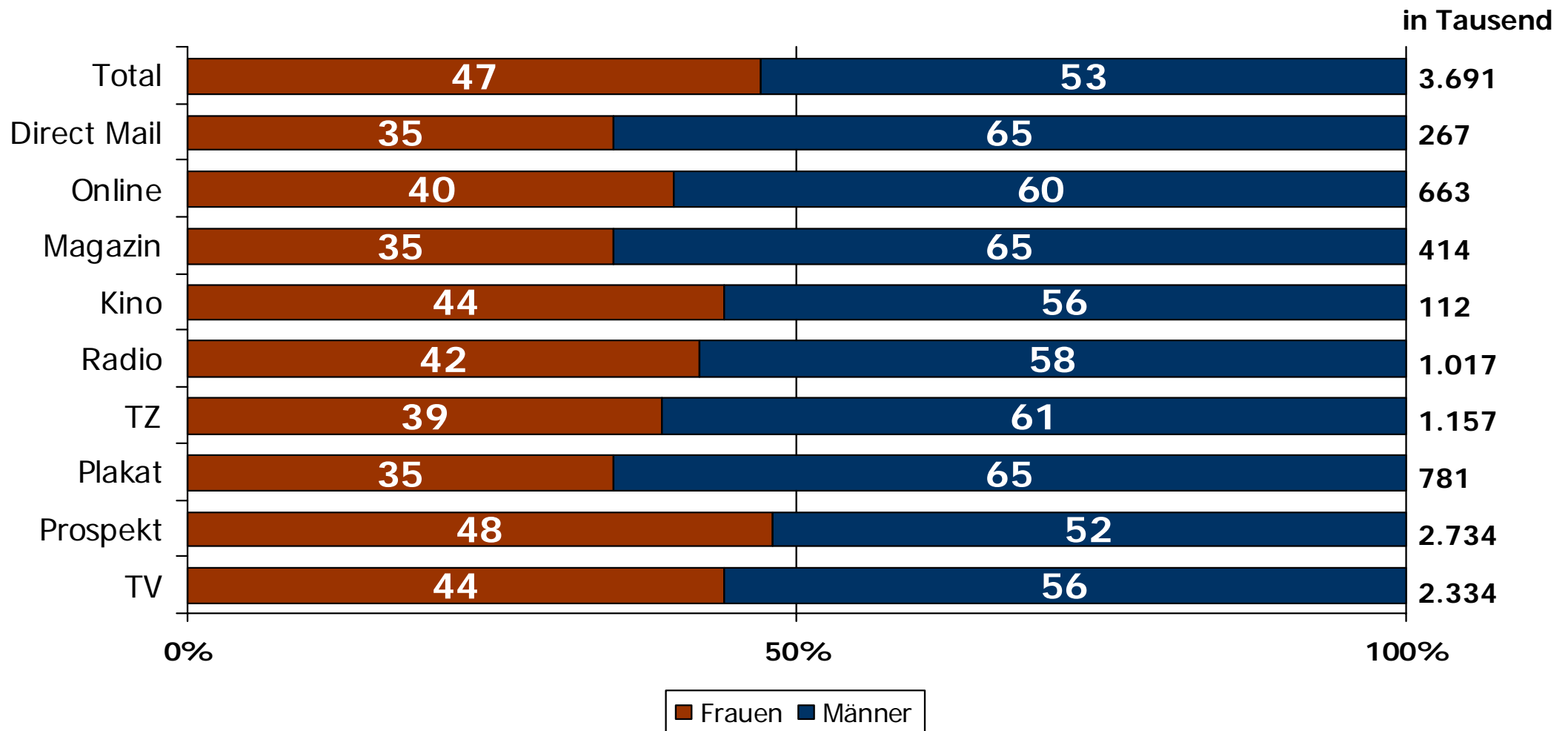
## Werbeträger kumuliert – in Prozent

in Prozent	TV	Prospekt	Plakat	TZ	Radio	Kino	Magazin	Online	Direct Mail	Sonstige	Total in 000
<b>Conrad</b>	15	47	5	11	4	1	4	23	9	11	<b>1.588</b>
<b>Cosmos</b>	27	63	9	19	8	0	5	6	1	8	<b>2.131</b>
<b>EP Electronicpartner</b>	17	61	4	5	4	1	6	7	2	12	<b>765</b>
<b>Experthändler</b>	11	53	3	9	11	0	4	1	2	19	<b>646</b>
<b>Haas</b>	7	63	6	11	9	1	6	6	5	17	<b>537</b>
<b>Hartlauer</b>	52	62	7	12	15	1	5	4	2	4	<b>2.406</b>
<b>Mediamarkt</b>	61	60	13	25	17	2	7	6	2	3	<b>2.891</b>
<b>Niedermeyer</b>	31	68	8	12	11	1	5	5	1	6	<b>2.054</b>
<b>Red Zack</b>	28	52	8	12	10	1	6	5	3	13	<b>1.656</b>
<b>Saturn</b>	59	53	13	20	18	2	6	6	2	3	<b>2.564</b>

%-Werte nicht überschneidungsfrei

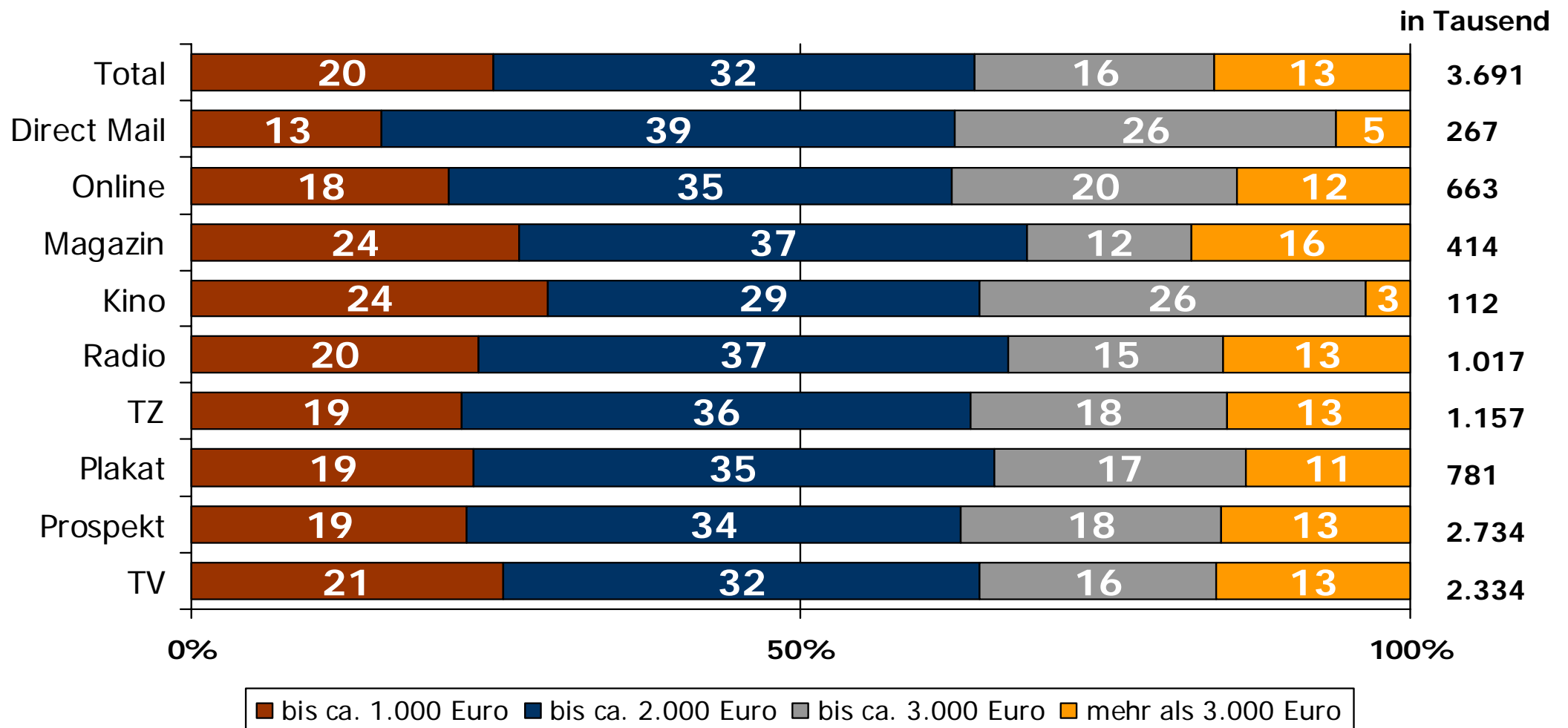
Lesebeispiel: 1.588.000 Personen konnten sich an Conrad Werbung (gestützt in den letzten 4 Wochen) erinnern, davon 15 % an TV-Werbung und 47 % an Prospekt usw.

# Soziodemografische Strukturen im Elektrohandel



Basis: Werbeträgererinnerung kumuliert (Strukturverteilung)

# Soziodemografische Strukturen im Elektrohandel



Basis: Werbeträgererinnerung kumuliert (Strukturverteilung) Haushaltsnettoeinkommen

# Original Fragestellungen:

- Willkommen bei der aktuellen Online-Befragung von Marketagent.com.  
Zu Beginn möchten wir Sie etwas genauer zu Ihren Interessen befragen. Inwieweit sind die folgenden Themenbereiche für Sie interessant? Bitte bewerten Sie von „sehr interessant“ bis „überhaupt nicht interessant“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Und inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?  
Bitte verwenden Sie dazu eine Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Kommen wir nun zu einigen Aussagen rund ums Einkaufen: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu? Bitte verwenden Sie dazu wieder eine Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Wie hoch ist Ihr monatliches Haushalts-Nettoeinkommen (auch Pension, Stipendium, Karenzgeld u.ä.)?
- In unserer heutigen Online-Umfrage geht es um Werbung und die verschiedensten Werbeformen.  
Inwieweit spricht Sie Werbung in den folgenden Medien an? Bitte bewerten Sie von „sehr ansprechend“ bis „überhaupt nicht ansprechend“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Denken Sie nun bitte speziell an Prospekte. Welche Form der Zustellung bevorzugen Sie?
- Sagen Sie uns bitte, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zum Thema Werbung zustimmen.  
Bitte bewerten Sie von „stimme völlig zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:

# Original Fragestellungen:

- Kommen wir nun zum Thema Elektrohandel. Welche Fachmärkte für Elektro- und Elektronikgeräte sind Ihnen zumindest namentlich bekannt?
- Und von welchen Unternehmen aus dem Bereich "Elektrohandel" können Sie sich an Werbung erinnern? Damit meinen wir, von welchen Unternehmen aus dem Bereich "Elektrohandel" haben Sie in den letzten 4 Wochen Werbung gesehen oder gehört?
- Oft kann man sich an bestimmte Unternehmen oder Werbungen nicht erinnern. Wir zeigen Ihnen daher im Folgenden eine Liste mit den bekanntesten Fachmärkten für Elektro- und Elektronikgeräten. Von welchen dieser Marken/Unternehmen haben Sie in den letzten 4 Wochen Werbung (Prospekt, Flugblatt, Inserat, persönlich adressierte Werbepost, Plakat, TV, Radio, Online, etc.) gesehen bzw. gehört? Bitte nennen Sie jene Elektro-Fachhändler von welchen Sie sagen können: „Ja, ich kann mich an Werbung von diesem Unternehmen erinnern“:
- Wir zeigen Ihnen im Folgenden eine Liste der Elektrofachmärkte, an deren Werbung Sie sich erinnern können. Bitte nennen Sie uns die Werbeformen, die Ihnen in Erinnerung blieben:
- Und wie haben Ihnen die Werbungen der folgenden Elektrofachmärkte „alles in allem“ gefallen? Bitte beurteilen Sie die Werbungen insgesamt von „sehr gut“ bis „überhaupt nicht gut“, dazwischen können Sie wieder abstufen:
- Wie häufig nutzen Sie Werbung in den folgenden Medien, um konkrete Angebote dieser Branche (Elektro- und Elektronikgeräte) auszuwählen? Bitte bewerten Sie von „sehr häufig“ bis „nie“, dazwischen können Sie fein abstufen:

# Original Fragestellungen:

- Und welche Werbeform ist Ihnen im Bereich Elektrohandel besonders sympathisch?
- Denken Sie nun bitte wieder speziell an Prospekte aus dem Bereich „Elektrohandel“: Inwieweit nutzen/lesen Sie Prospekte aus dem Bereich „Elektrohandel“? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?
- Und welches dieser Unternehmen besuchen Sie bevorzugt?
- Bitte kreuzen Sie jene Eigenschaften an, die Ihrer Meinung nach auf folgende Unternehmen aus dem Bereich "Elektrohandel" besonders zutreffen. Eine Eigenschaft kann auf ein, auf mehrere oder auf keines der Unternehmen zutreffen. Ihre Beurteilung kann auf eigenen Erfahrungen mit diesen Unternehmen beruhen oder auf dem, was Sie von anderen gehört haben:

# Ausblick für 2009

Im Unterschied zu Media Analyse, Regioprint, etc. ist das Branchen Tracking eine „Momentaufnahme“. Innerhalb von einer Woche werden je 1.000 Personen befragt. Damit können die Effekte des Werbeverhaltens auch in Relation zu den Mediaspendings konkret bewertet werden.

Branchen	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Jänner
Elektrohandel & Sportartikel	DiZ				FZ	DiZ						FZ	DiZ
LEH & Drogerien		FZ	DiZ			FZ	DiZ						
Textil & Schuhhandel			FZ	DiZ					FZ	DiZ			
Baumärkte & Möbel				FZ	DiZ					FZ	DiZ		
Banken & Versicherungen					FZ	DiZ					FZ	DiZ	
Automarken & Telekomprovider				FZ	DiZ					FZ	DiZ		

**FZ** = Feldzeit    **DiZ** = Daten im Zervice verfügbar