

# Innovation ist „in“

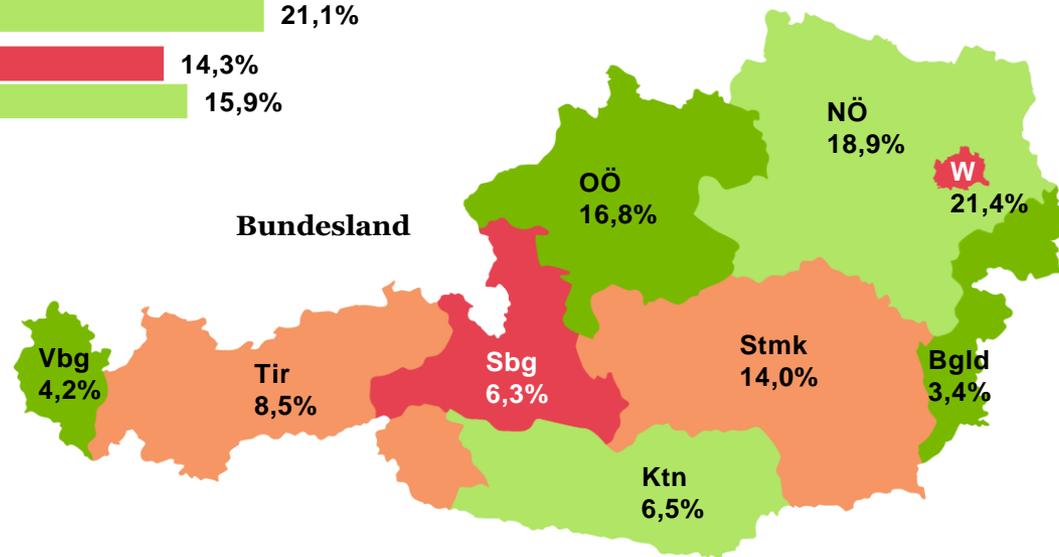
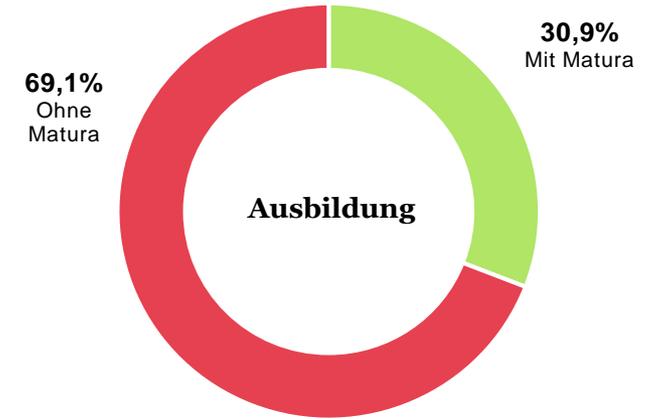


# Umfrage-Basics

<b>Methode</b>	CAWI   Marketagent.com Online Access Panel
<b>Sample-Größe</b>	n = 1.000 Netto-Interviews
<b>Kernzielgruppe</b>	Personen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren (Inzidenz: 100%)
<b>Quotensteuerung</b>	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung   Random Selection
<b>Feldzeit</b>	04.07.2019 – 17.07.2019
<b>Ø Antwortdauer</b>	29 Fragen   13 Min. 32 Sek.
<b>Mobile Teilnahme</b>	55,7%
<b>Daten-Cleaning</b>	75 Respondenten

# Zusammensetzung des Samples (n=1.000)

## Geschlecht und Alter



# Definition Innovationsaffinität

## **Innovator:**

Ich informiere mich über die neuesten Produkte und Marken bereits bevor sie auf den Markt kommen und gehöre zu den ersten, die Innovationen nutzen.

## **Early Adopter:**

Ich probiere gerne die neuesten Produkte und Marken aus, wähle aber sorgfältig aus, welchen Trends ich tatsächlich folge.

## **Early Majority:**

Ich warte in der Regel ab, ob sich neue Produkte und Marken in der Praxis als erfolgreich erweisen, bevor ich sie ebenfalls nutze.

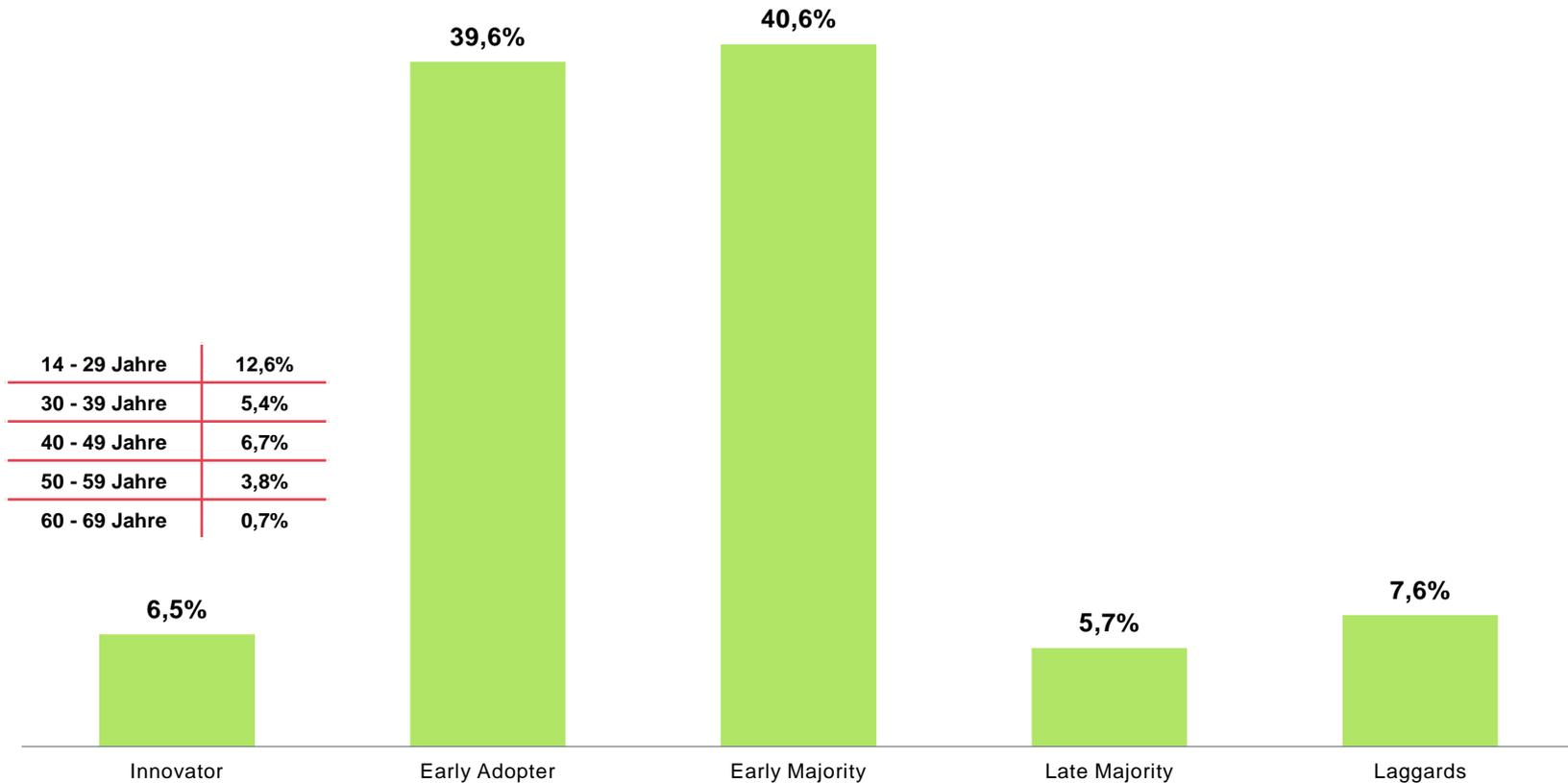
## **Late Majority:**

Ich bin neuen Produkten und Marken gegenüber eher skeptisch und nutze Innovationen oft erst, wenn ich keine andere Möglichkeit habe.

## **Laggards:**

Ich lege keinen Wert auf neue Trends, sondern bevorzuge Altbewährtes.

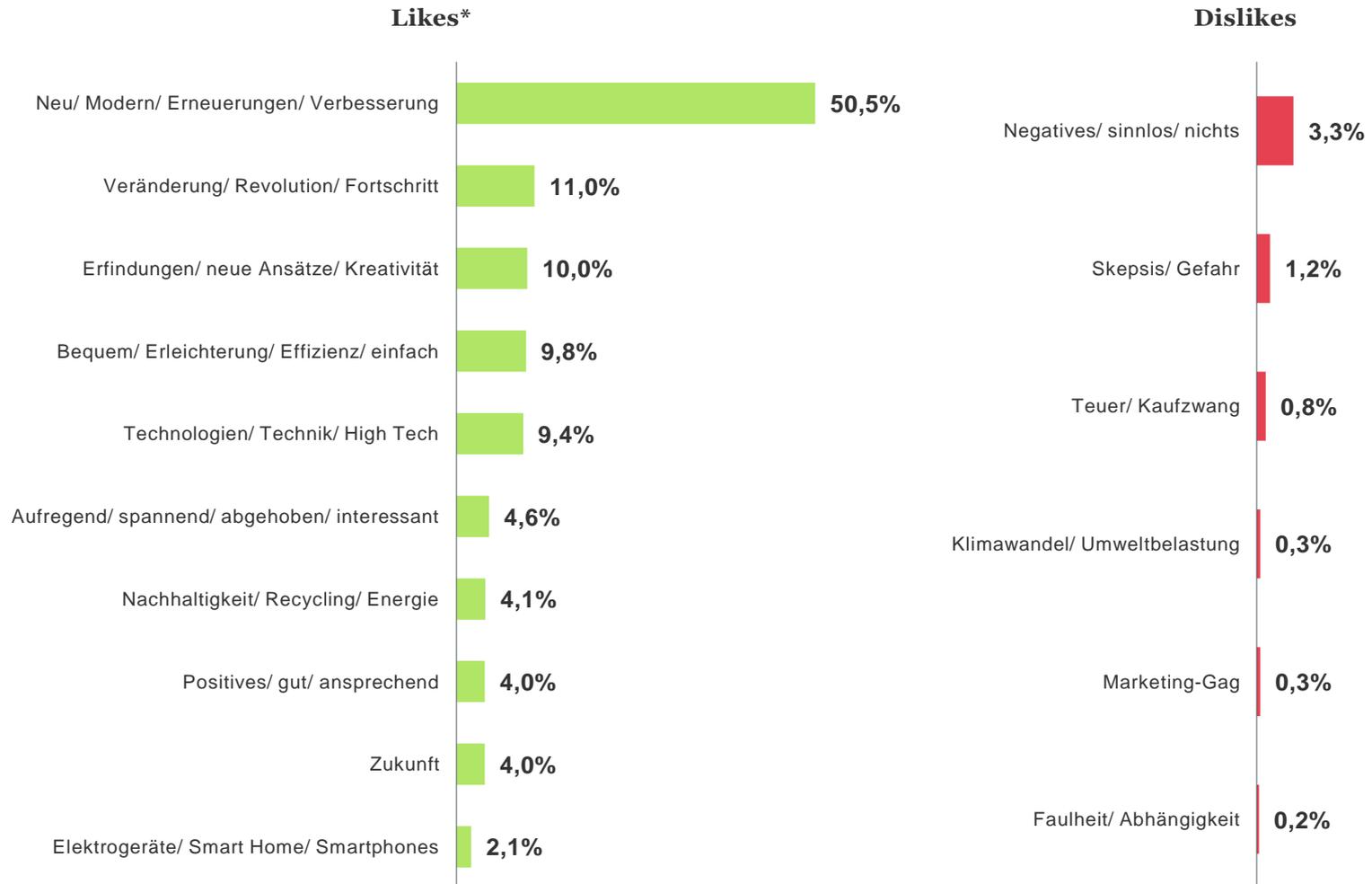
# Innovationsaffinität



Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu? || n=1.000

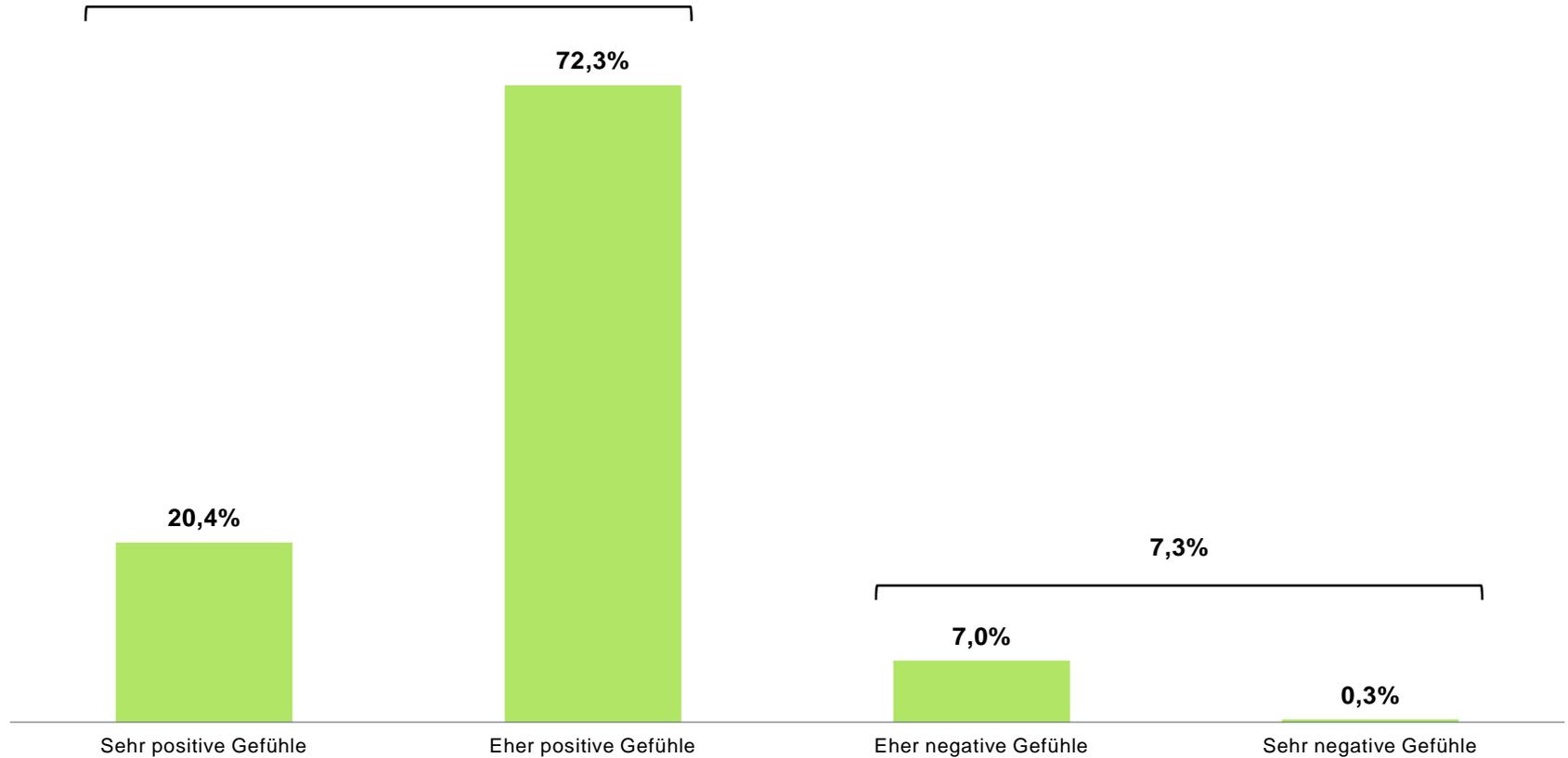
# Spontanassoziationen: Innovation

ungestützt | \*Top 10 Nennungen



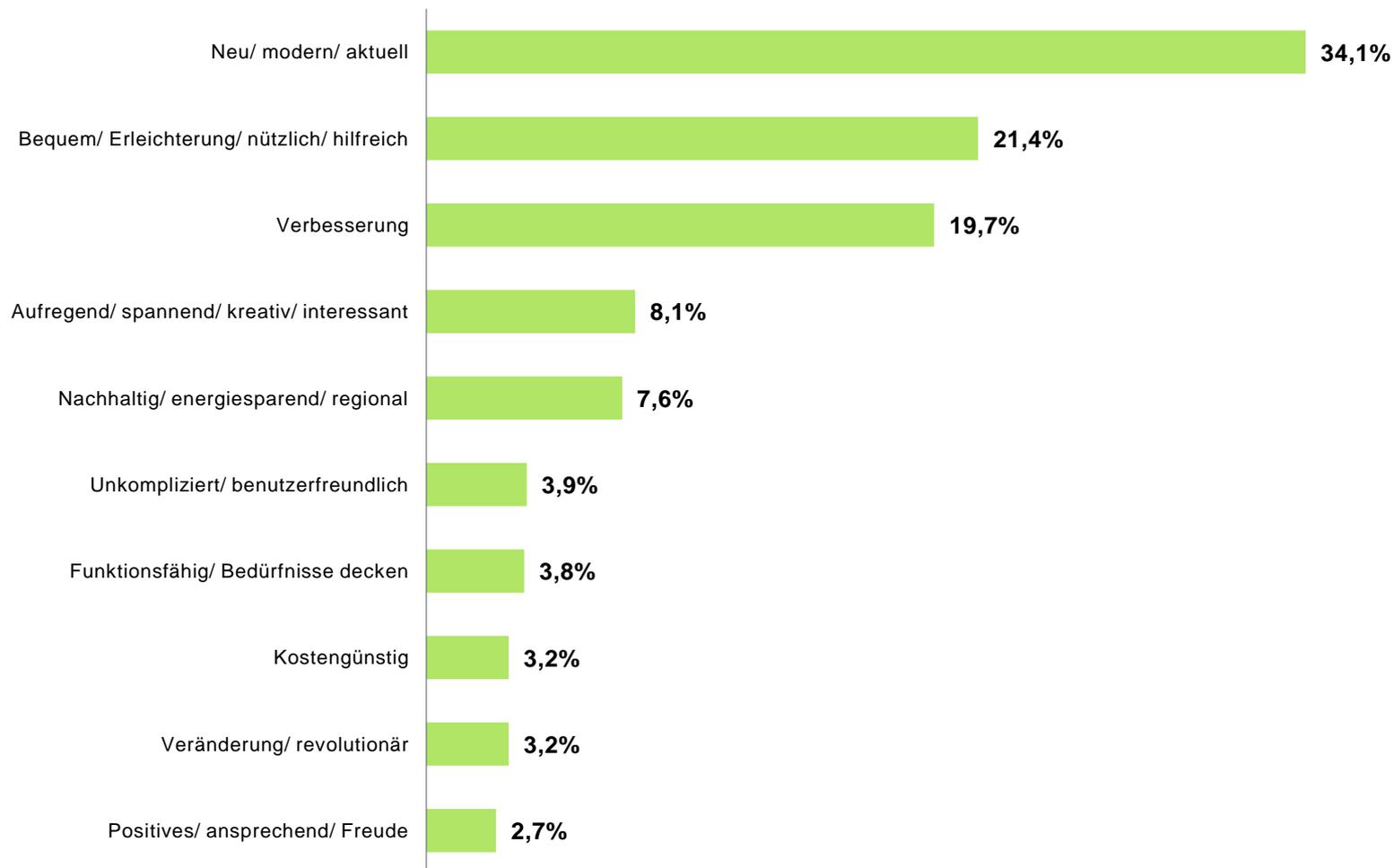
# Mit Innovationen assoziierte Gefühle

Sample Total	92,7%
14 – 29 Jahre	96,2%
60 – 69 Jahre	87,4%

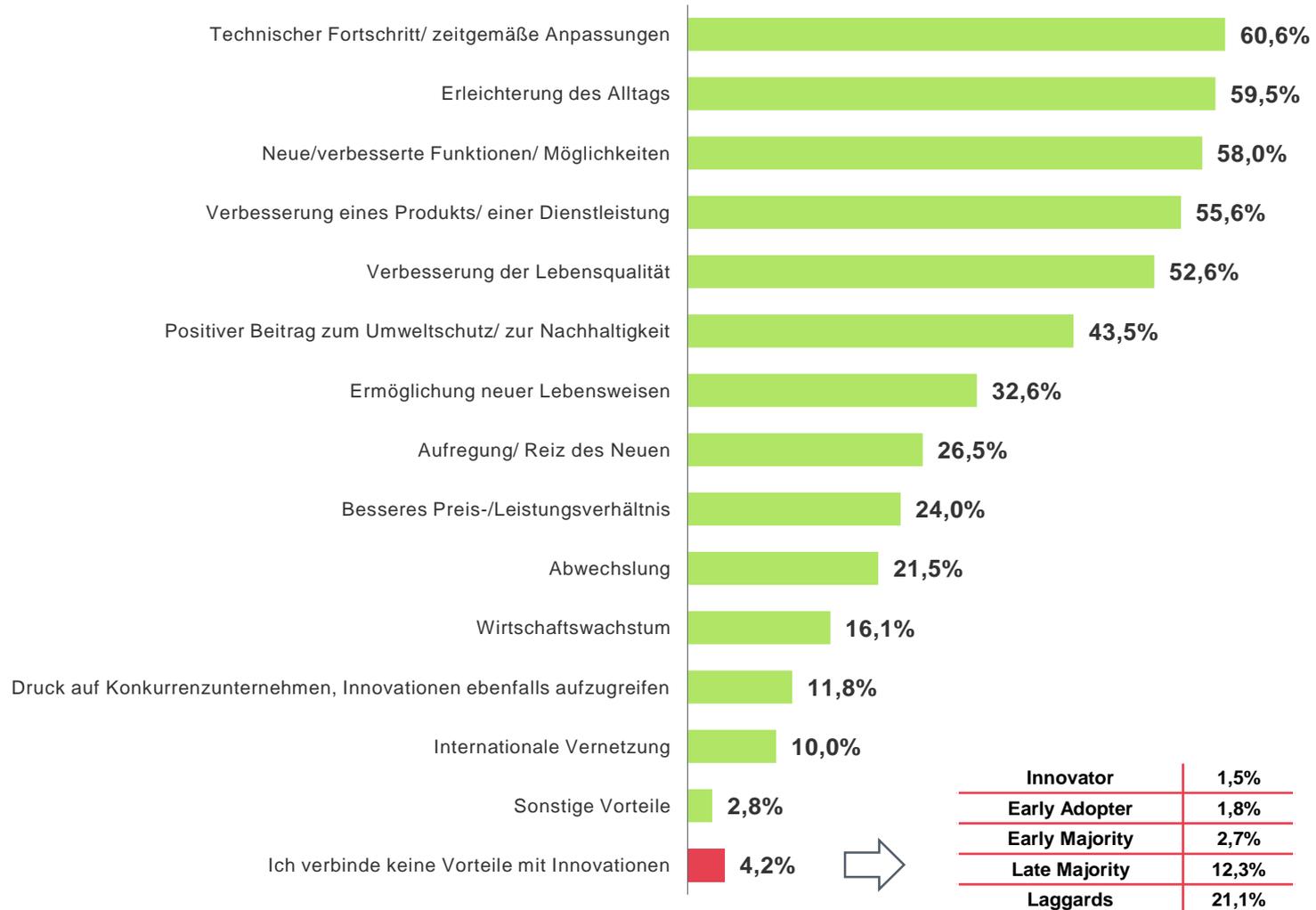


# Erwartungen an eine Innovation

ungestützt | Top 10 Nennungen

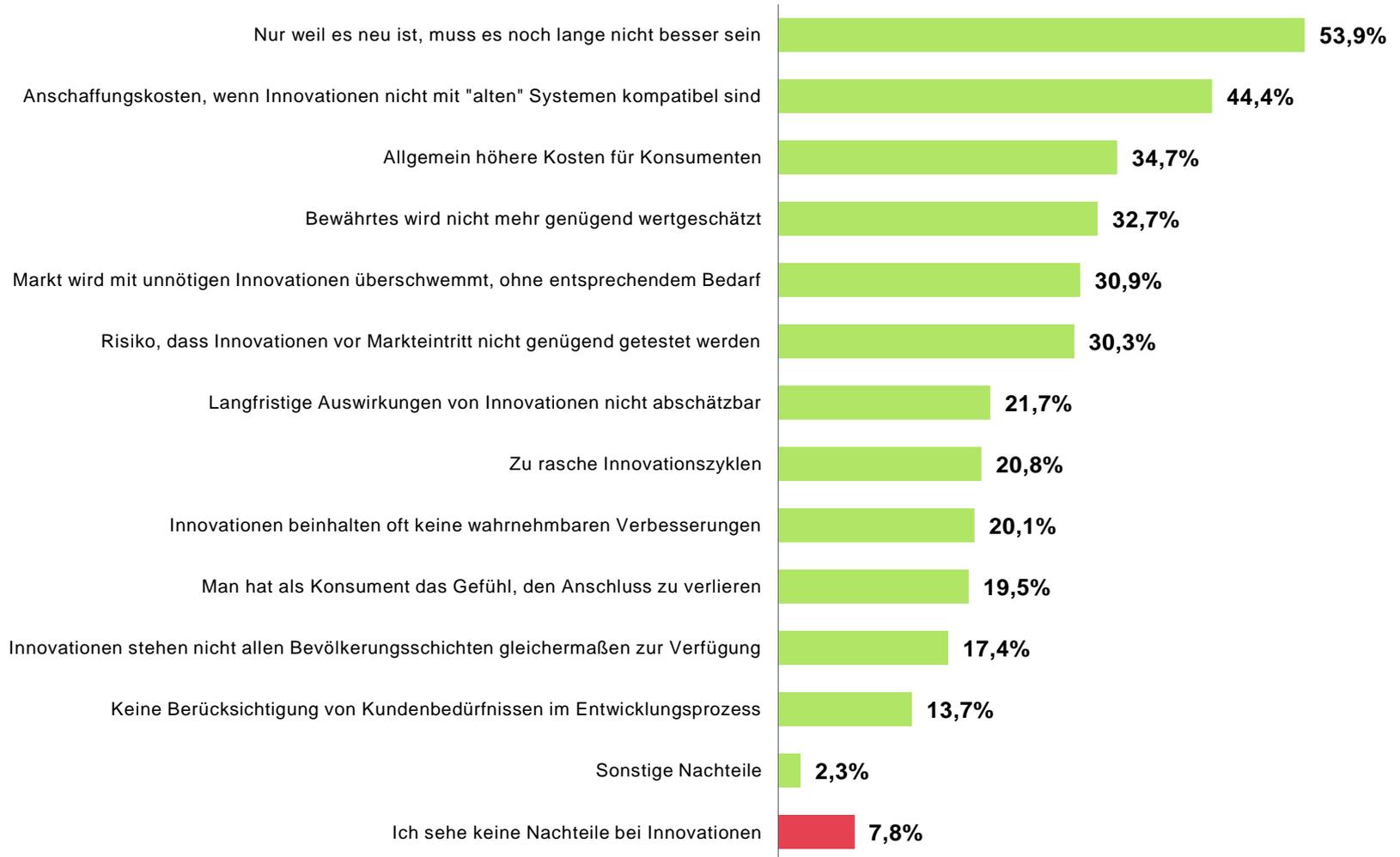


# Vorteile von Innovationen



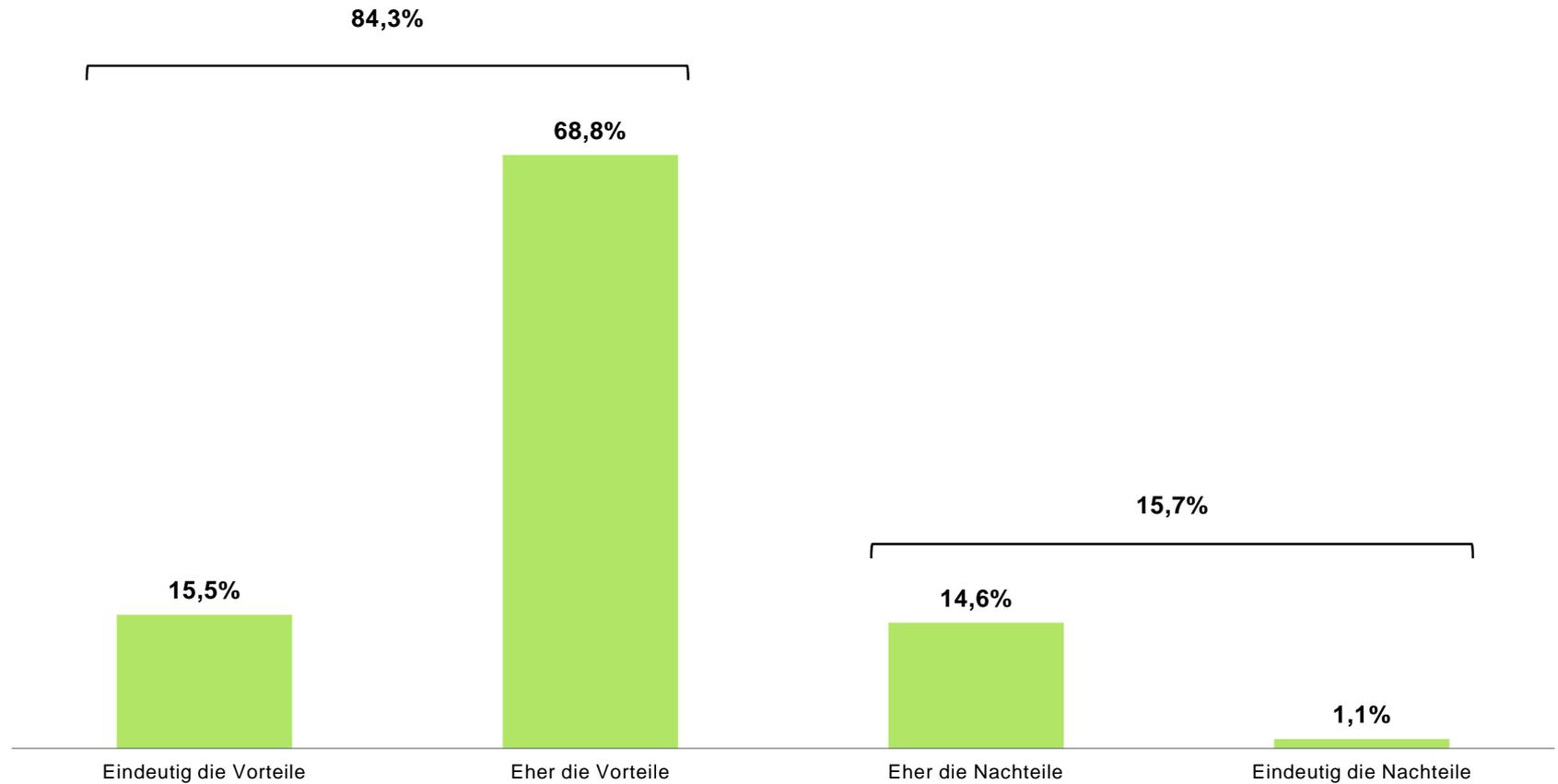
Welche Vorteile verbinden Sie persönlich mit "Innovationen"? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Nachteile von Innovationen



Und welche Nachteile sehen Sie persönlich bei "Innovationen"? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

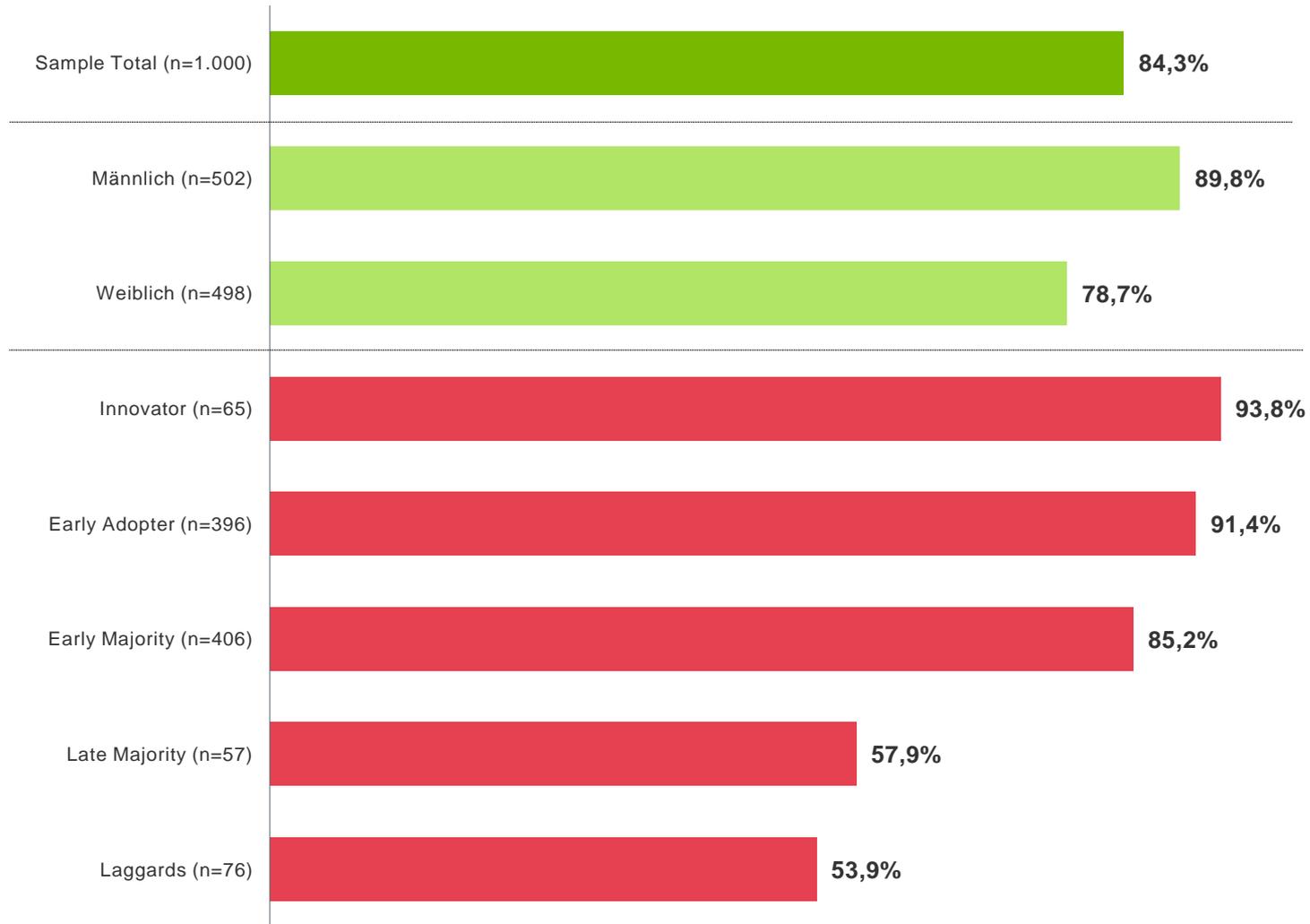
# Innovationen: Vorteile vs. Nachteile



Jetzt wo Sie einige Vor- und Nachteile von Innovationen gesehen haben, was überwiegt Ihrer Meinung nach? || n=1.000 || MW 2,0

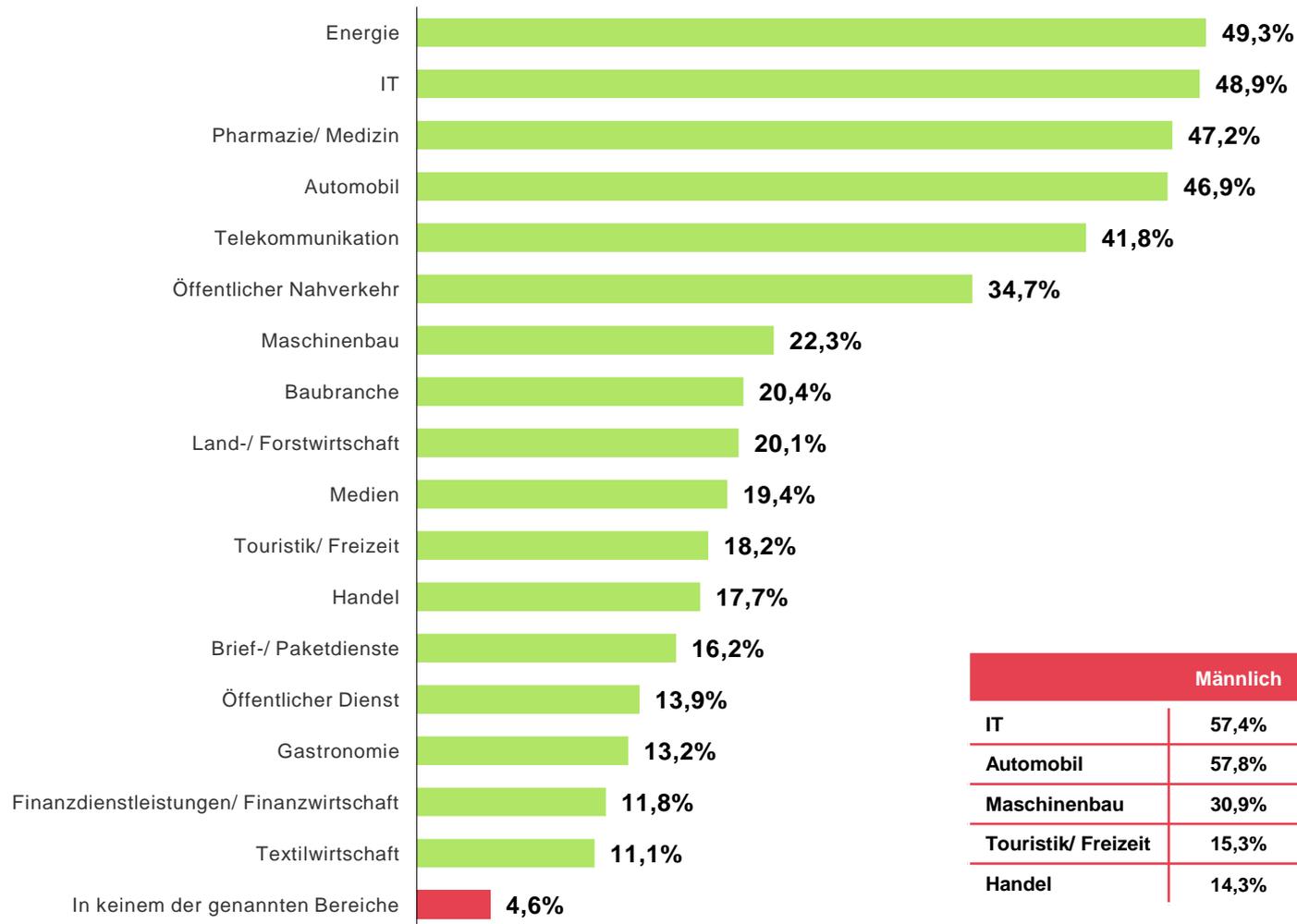
# Innovationen: Überwiegen der Vorteile

Top-2-Box: Eindeutig die Vorteile / eher die Vorteile | 4-stufige Skalierung | im Detail



Jetzt wo Sie einige Vor- und Nachteile von Innovationen gesehen haben, was überwiegt Ihrer Meinung nach?

# Spannende Wirtschaftsbereiche für Innovationen

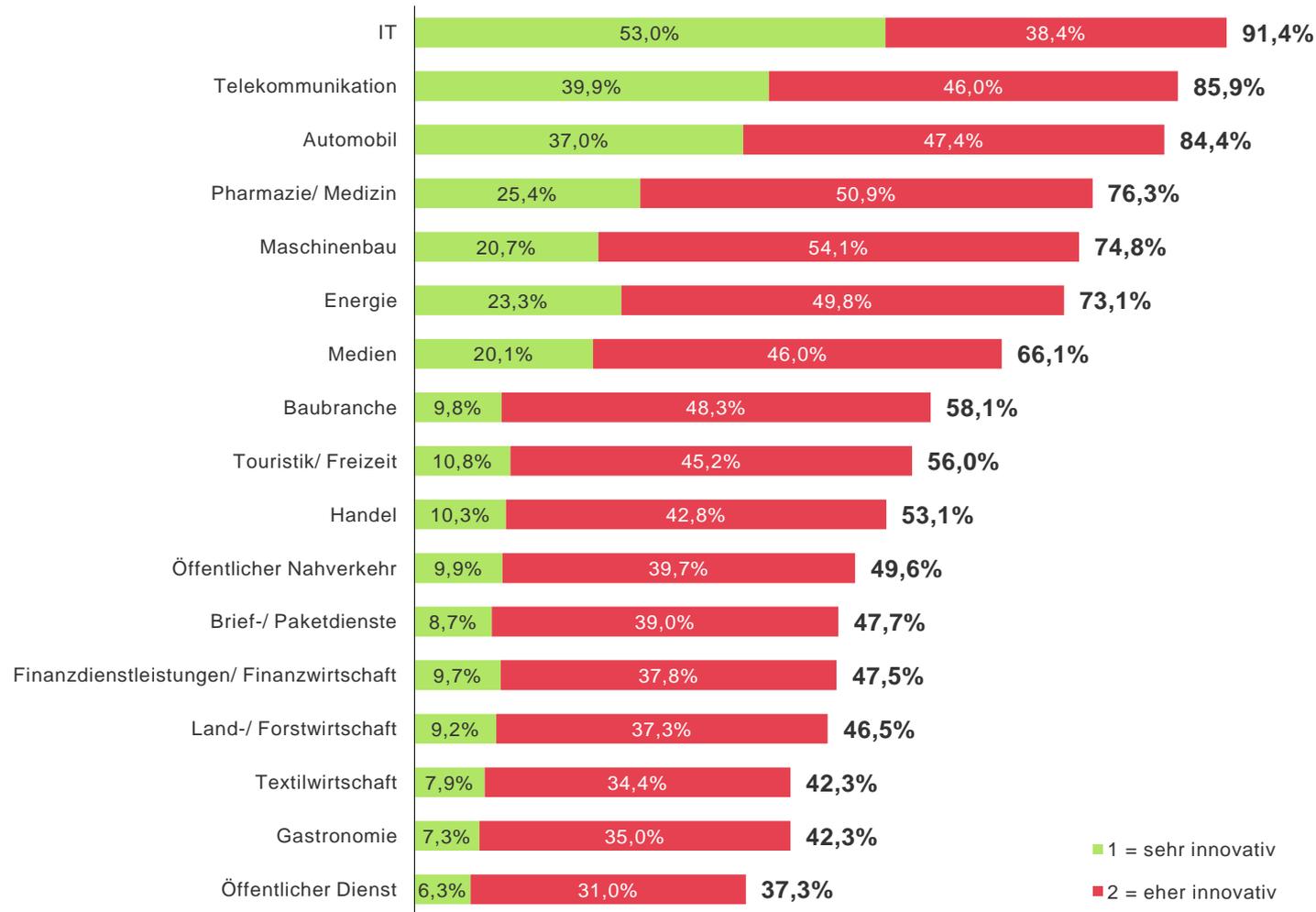


	Männlich	Weiblich
IT	57,4%	40,4%
Automobil	57,8%	35,9%
Maschinenbau	30,9%	13,7%
Touristik/ Freizeit	15,3%	21,1%
Handel	14,3%	21,1%

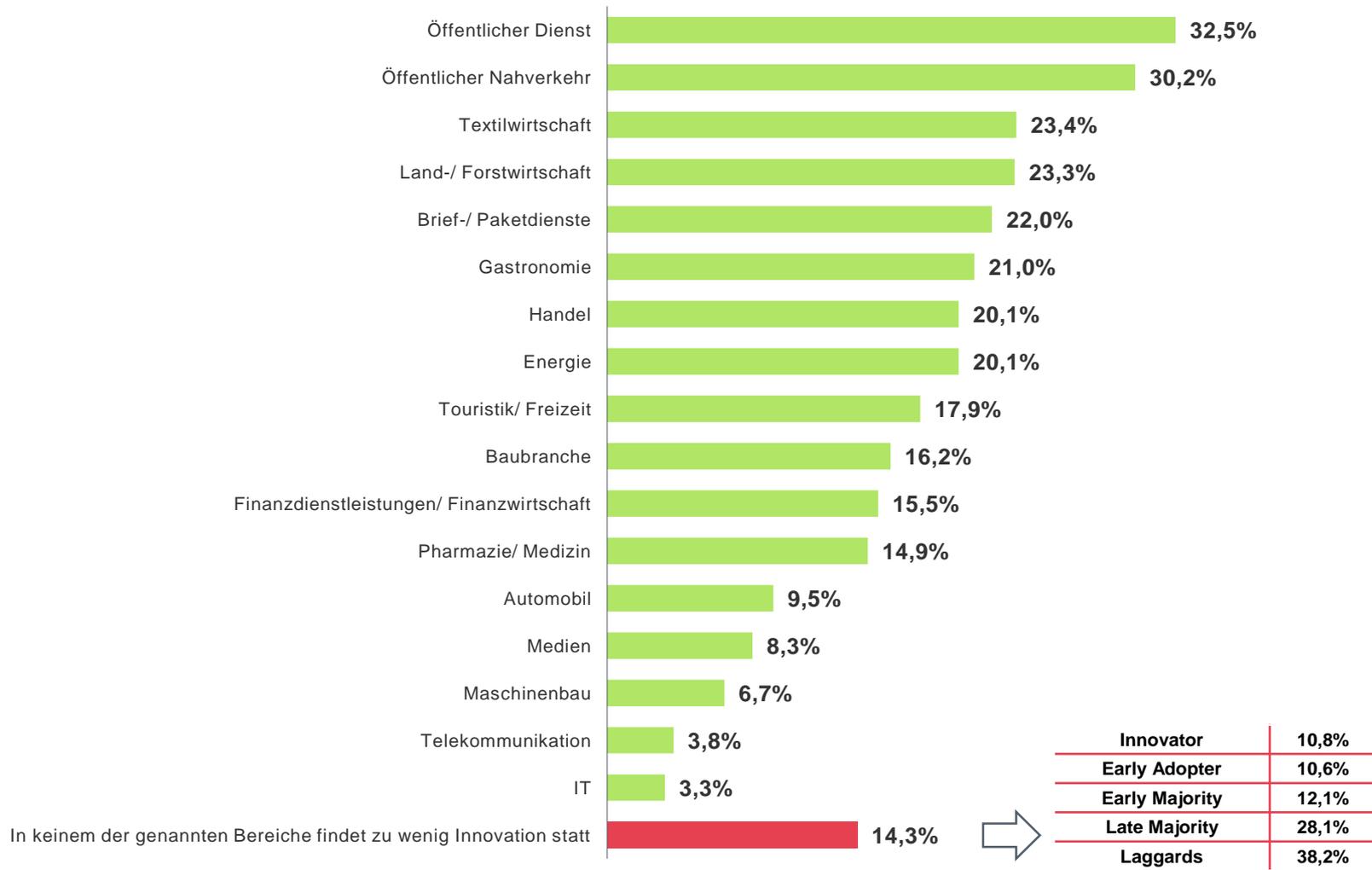
In welchen Wirtschaftsbereichen finden Sie persönlich Innovationen besonders spannend/interessant? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Innovationsgrad folgender Wirtschaftsbereiche

Top-2-Box: sehr innovativ / eher innovativ | 4-stufige Skalierung

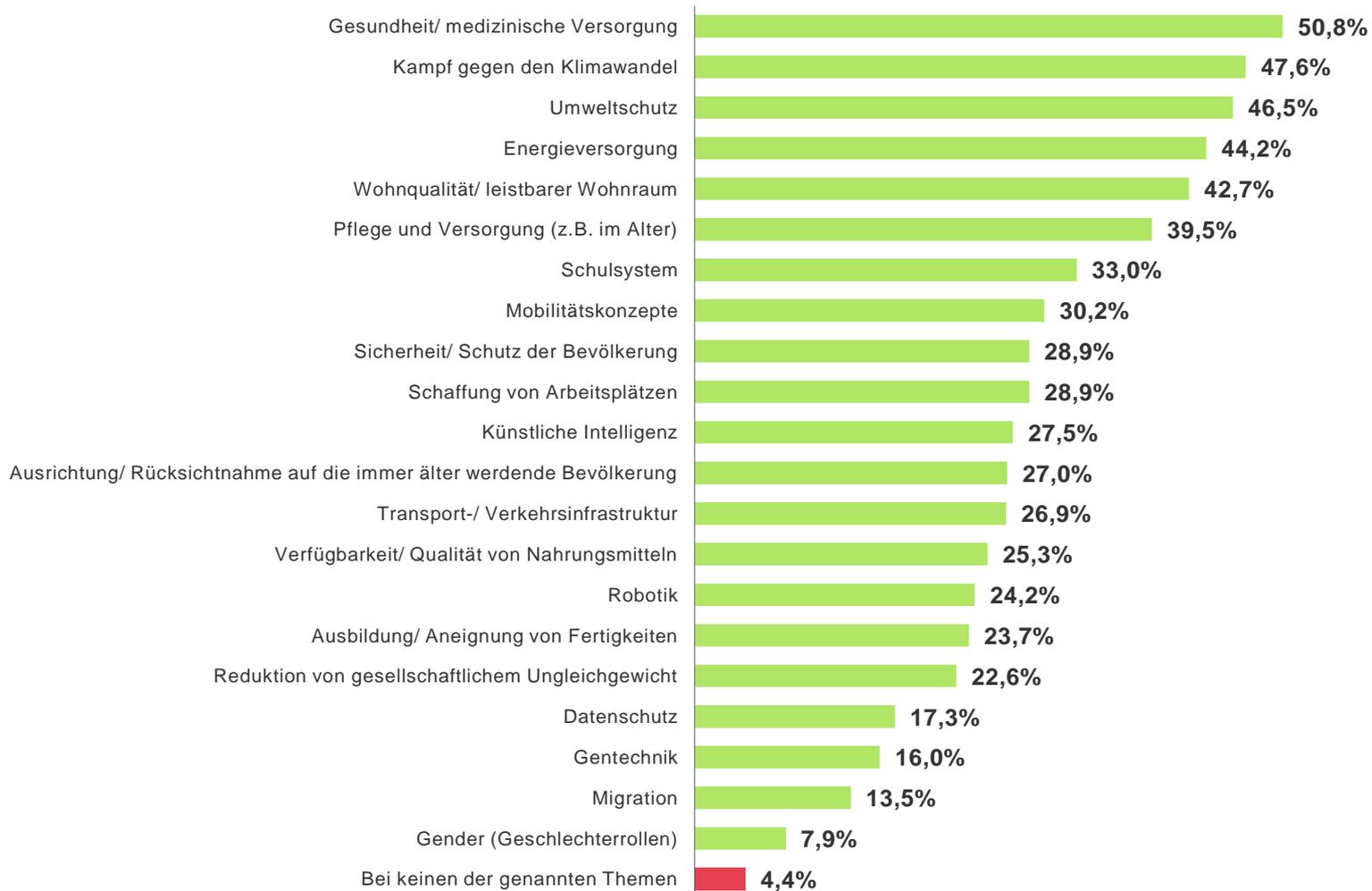


# Wirtschaftsbereiche mit zu wenig Innovationen



In welchen Wirtschaftsbereichen findet Ihrer Ansicht nach zu wenig Innovation statt? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Spannende Themengebiete für Innovationen



Bei welchen Themengebieten finden Sie persönlich Innovationen besonders spannend/interessant? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

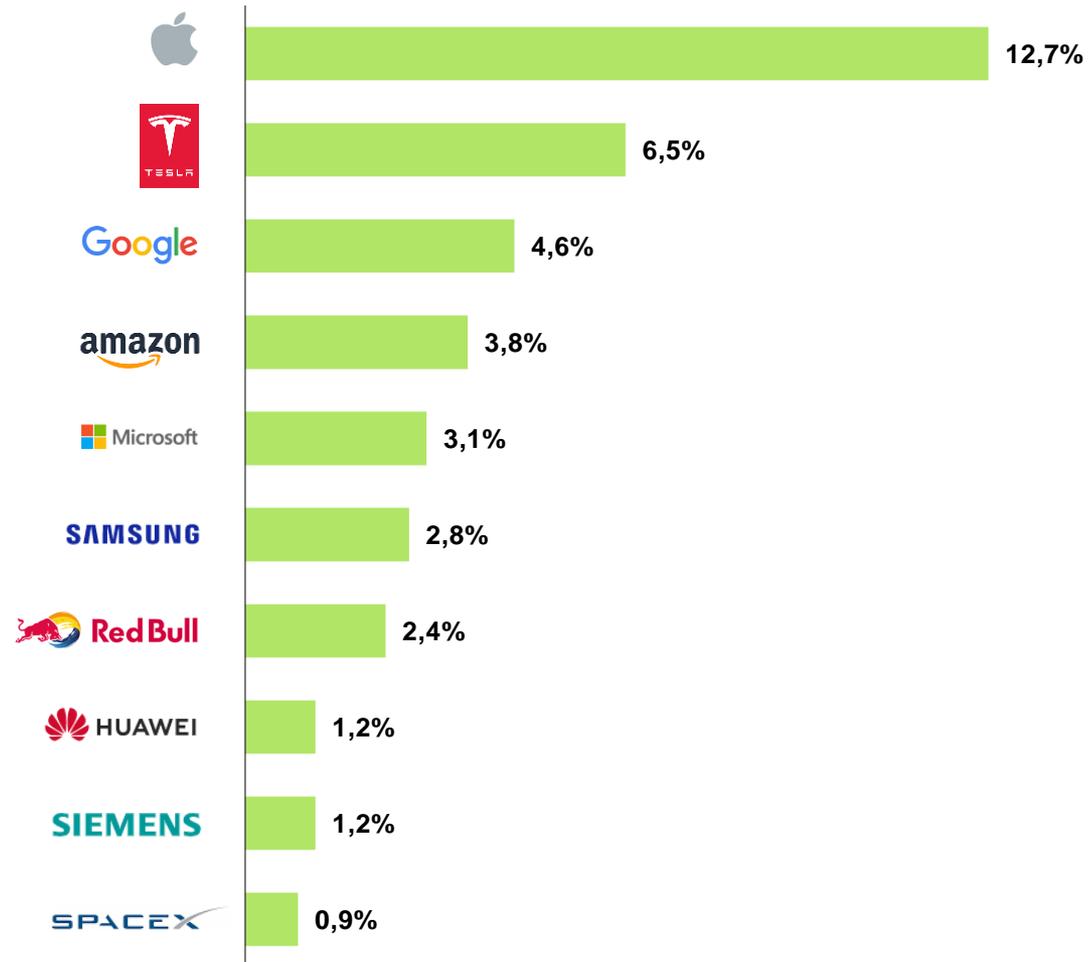
# Spannende Themengebiete für Innovationen: Männer minus Frauen



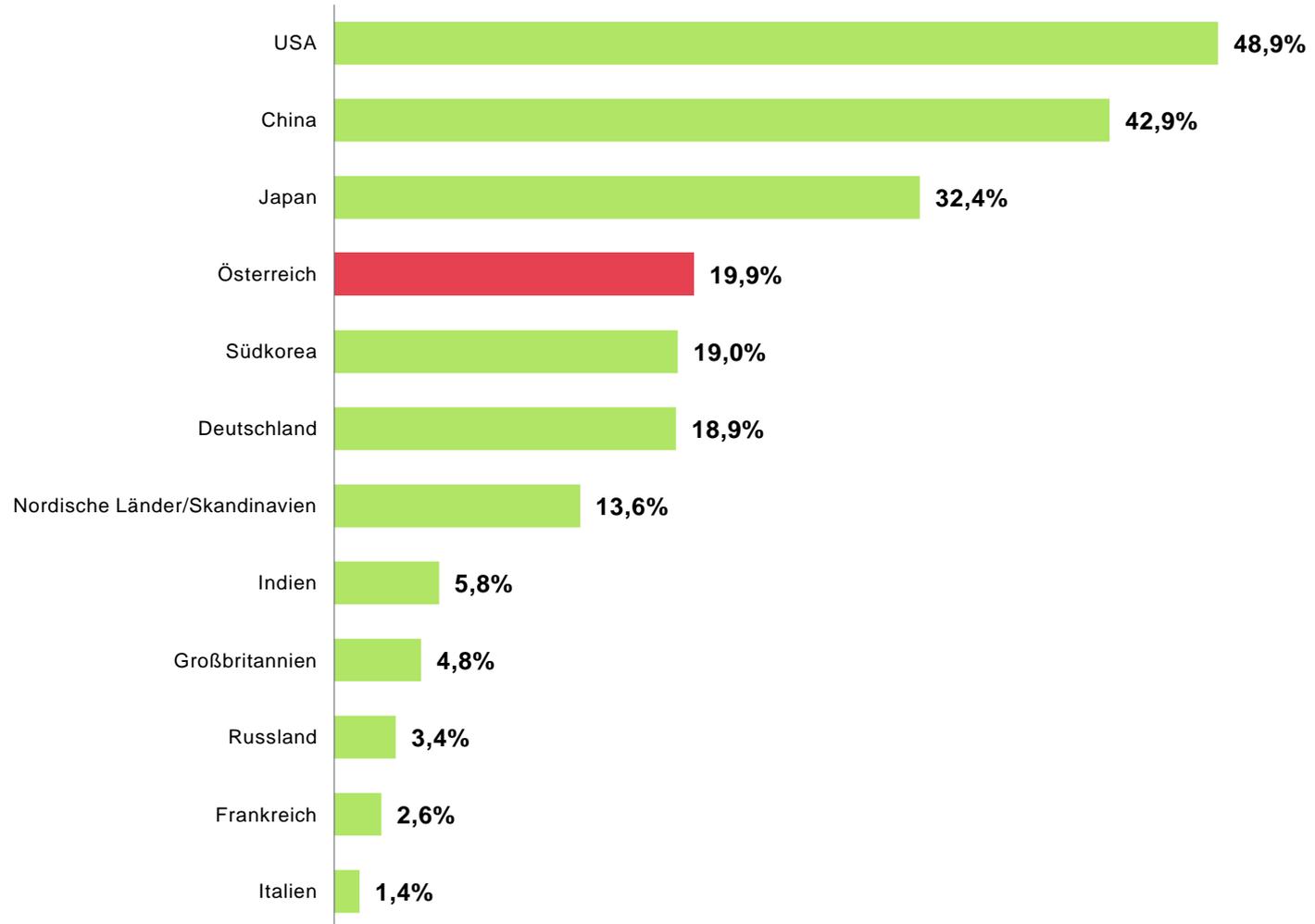
Bei welchen Themengebieten finden Sie persönlich Innovationen besonders spannend/interessant? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Innovativste Marken / Unternehmen der Welt

ungestützt | Top 10 Nennungen

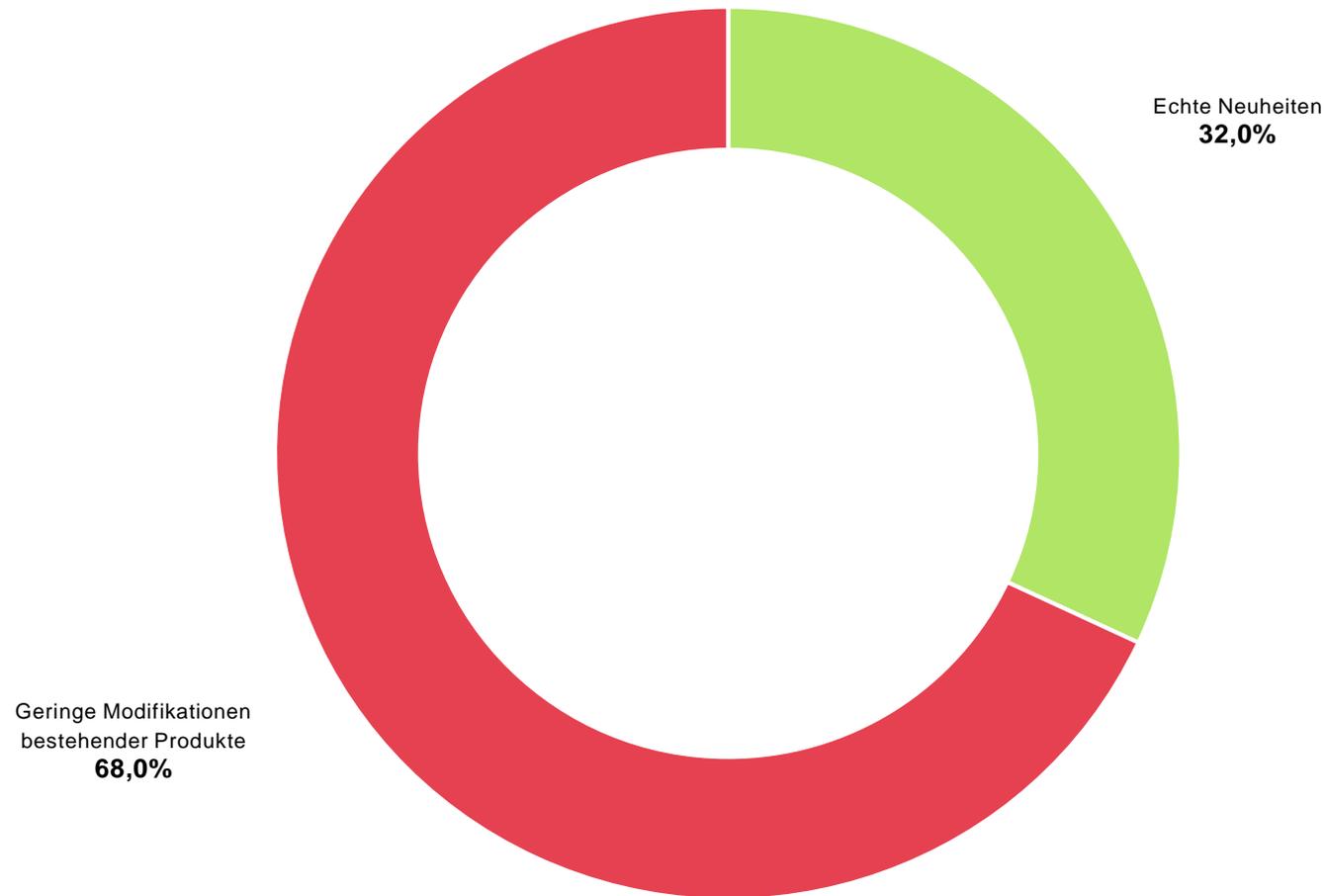


# Märkte mit spannenden Innovationen

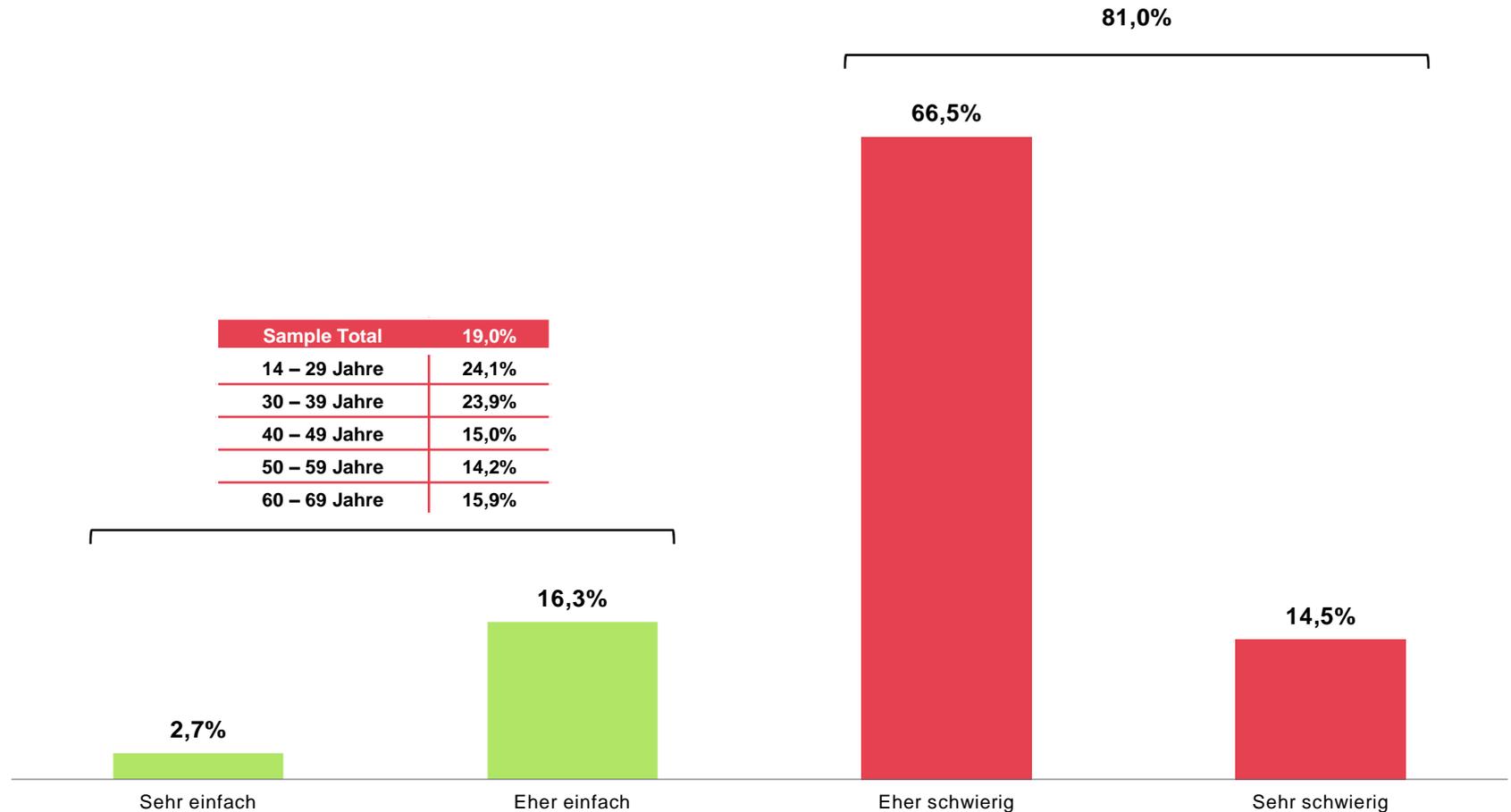


Aus welchen Märkten kommen Ihrer Ansicht nach die spannendsten Innovationen? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

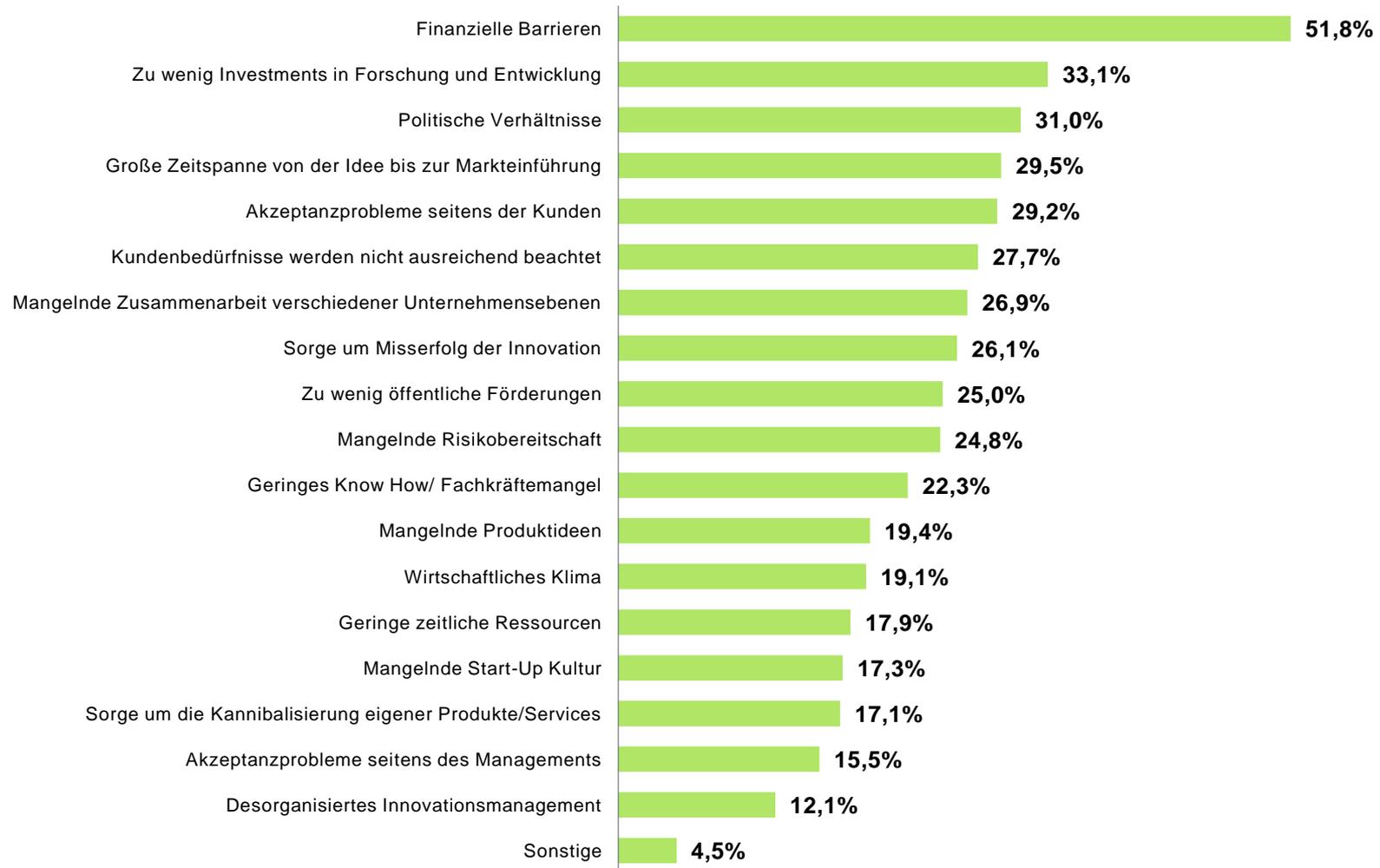
# Innovationen: tatsächliche Neuheiten vs. geringe Modifikationen



# Schwierigkeitsgrad, echte Innovationen auf dem Markt durchzusetzen

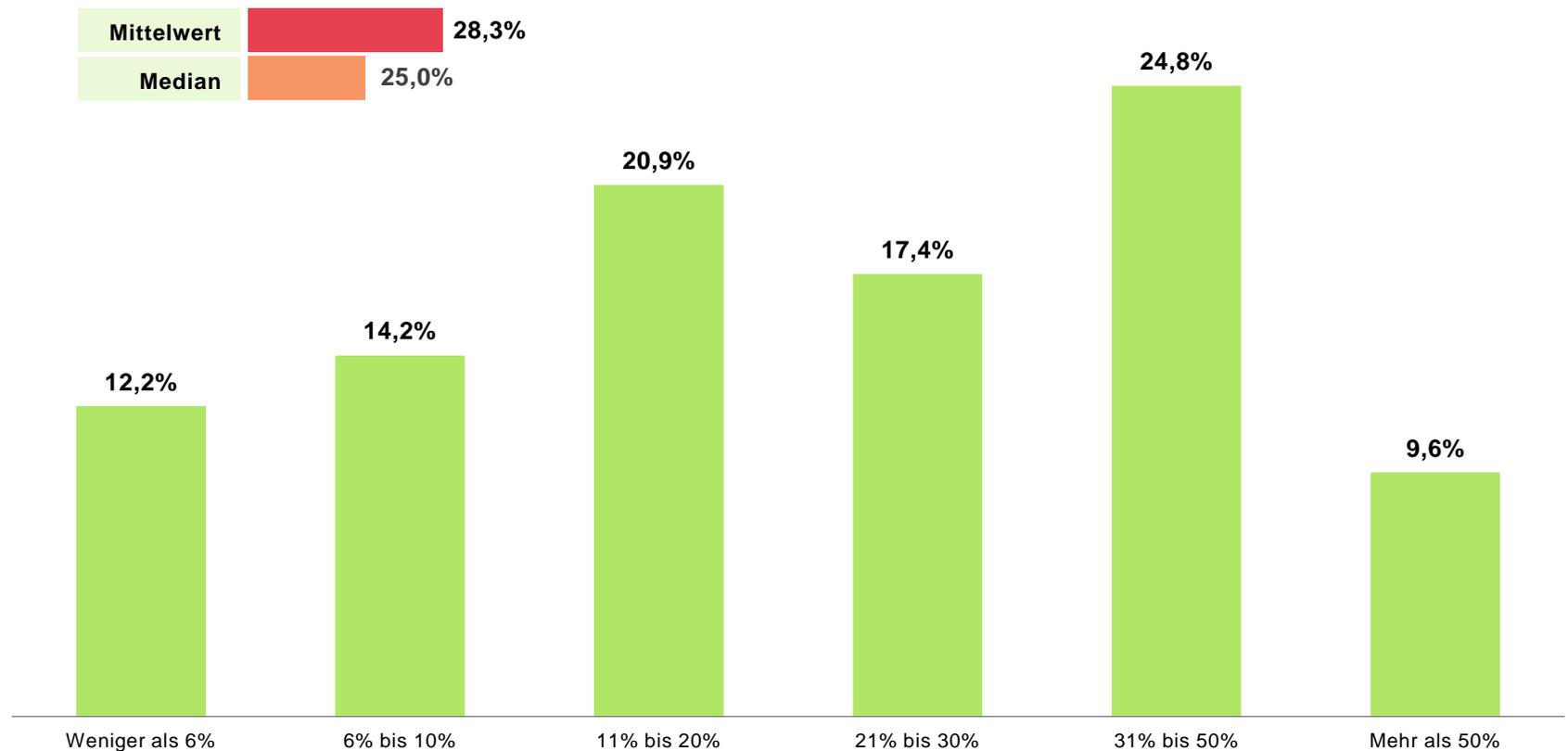


# Die größten Stolpersteine / Hemmnisse für die Entwicklung von Innovationen



Was sind Ihrer Ansicht nach die größten Stolpersteine und Hemmnisse für die Entwicklung von Innovationen? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

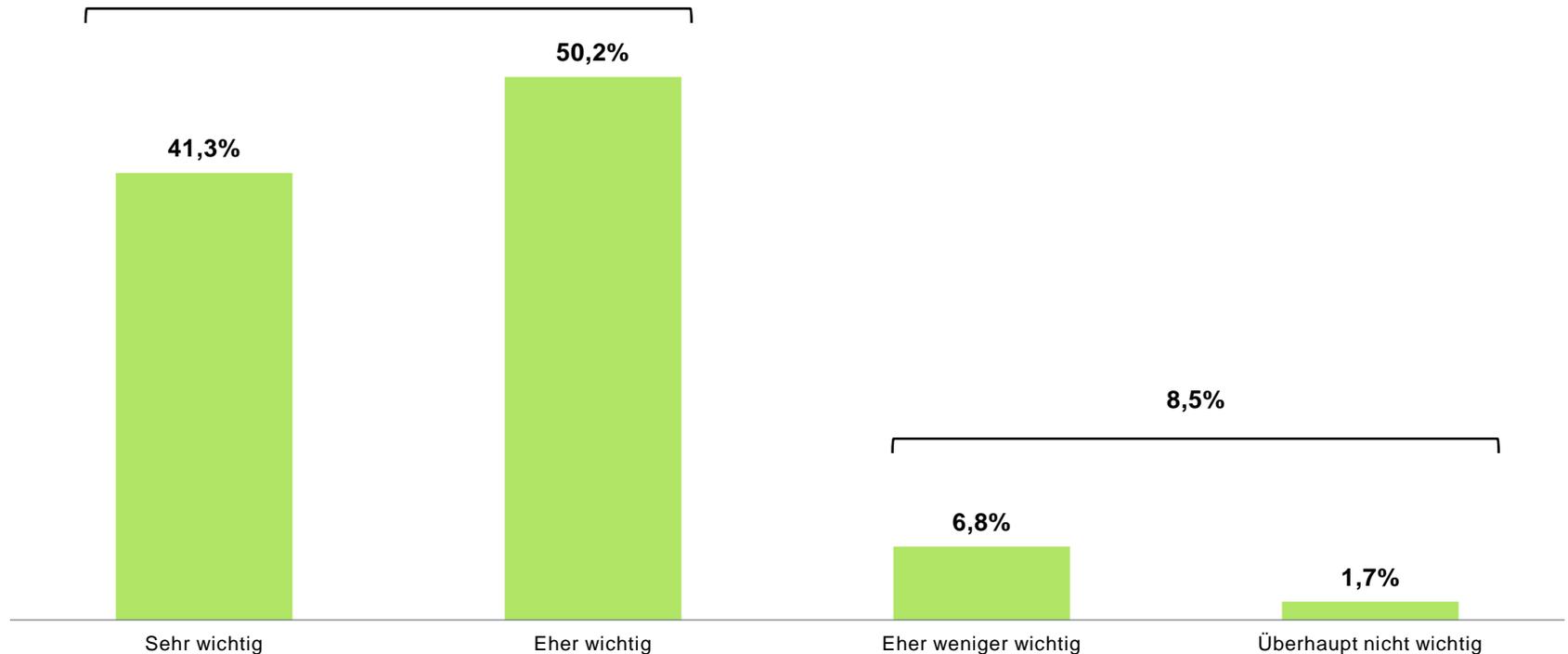
# Anteil an Innovationen, die dauerhaft am Markt bleiben



Wie viel Prozent der als Innovation auf dem freien Markt angepriesenen Produkte und Services bleiben Ihrer Meinung nach dauerhaft am Markt bestehen, das heißt, finden tatsächlich erfolgreiche Anwendung und durchdringen somit den Markt? [...] || n=1.000

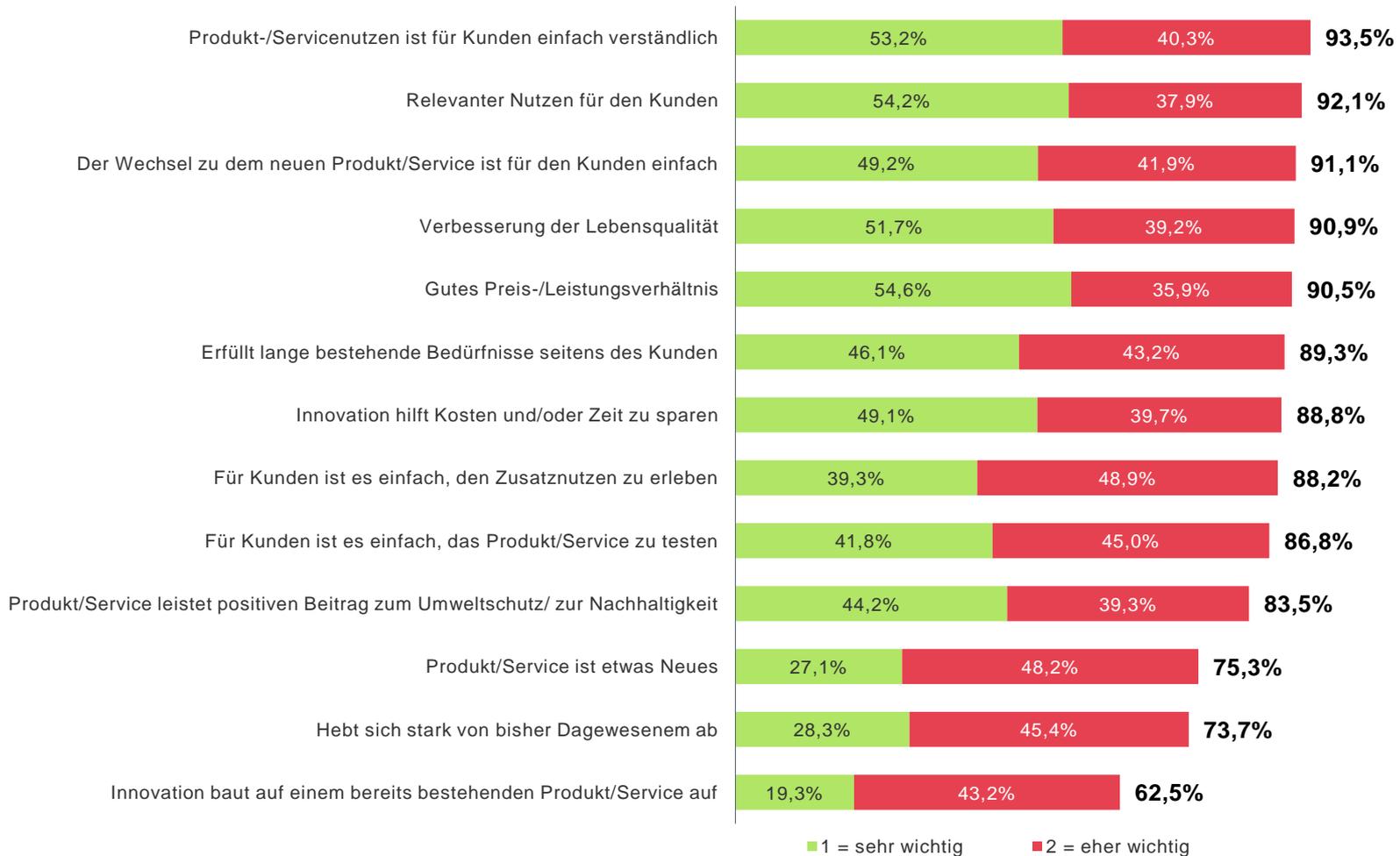
# Innovationen sind wichtig für den Erfolg eines Unternehmens

<b>Sample Total</b>	<b>91,5%</b>
Innovator	93,8%
Early Adopter	93,9%
Early Majority	91,4%
Late Majority	86,0%
Laggards	81,6%



# Wichtige Kriterien für ein neues Produkt / Service

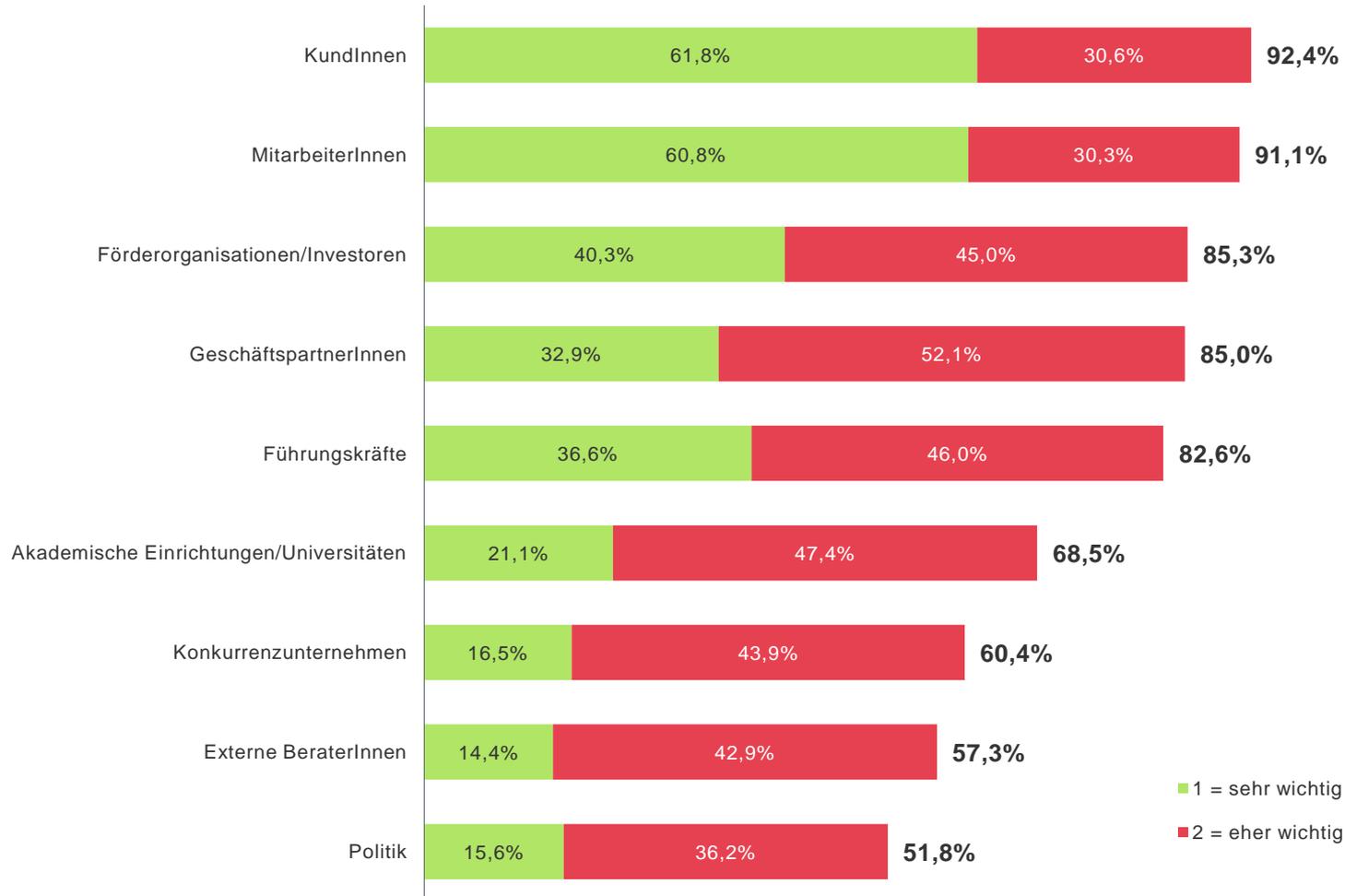
Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig | 4-stufige Skalierung



Inwieweit sind Ihrer Ansicht nach die folgenden Kriterien für ein neues Produkt/Service wichtig, damit dieses eine erfolgreiche Anwendung findet und es somit schafft, den Markt zu durchdringen? || n=1.000

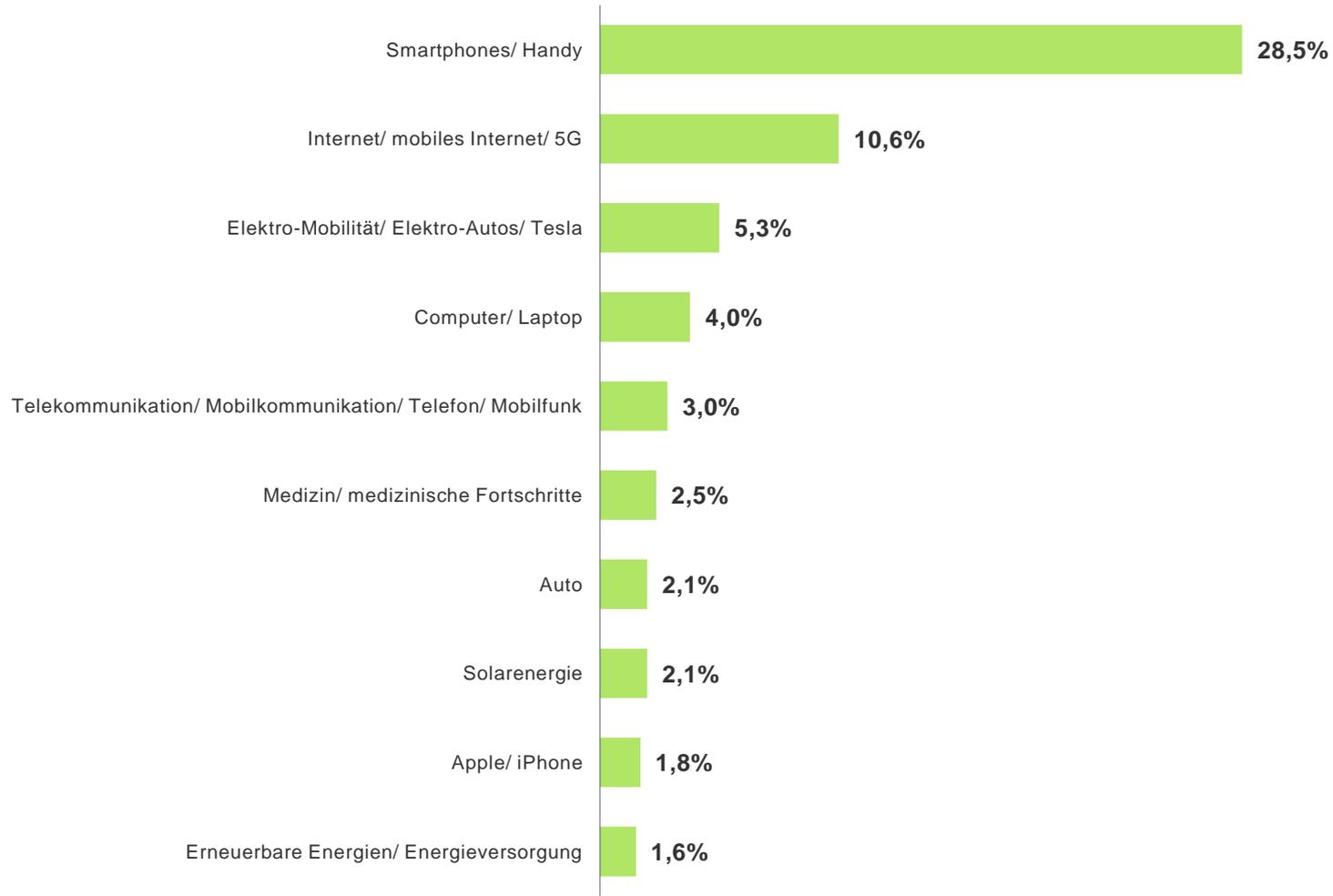
# Positiver Einfluss auf den Erfolg von Innovationen

Top-2-Box: sehr wichtig / eher wichtig | 4-stufige Skalierung



# Die größten Innovationen der letzten 20 Jahre

ungestützt | Top 10 Nennungen



Was ist Ihrer Ansicht nach die größte Innovation der letzten 20 Jahre? || n=1.000

# Kontakt

**Mag. Gerald Krug-Strasshofer**

gerald.strasshofer@npgroup.at

[www.npgroup.at](http://www.npgroup.at)

**Lisa Patek, MSc**

l.patek@marketagent.com

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)



**marketagent.**