

BRAND.Diamonds

Österreichs Markenstars 2023



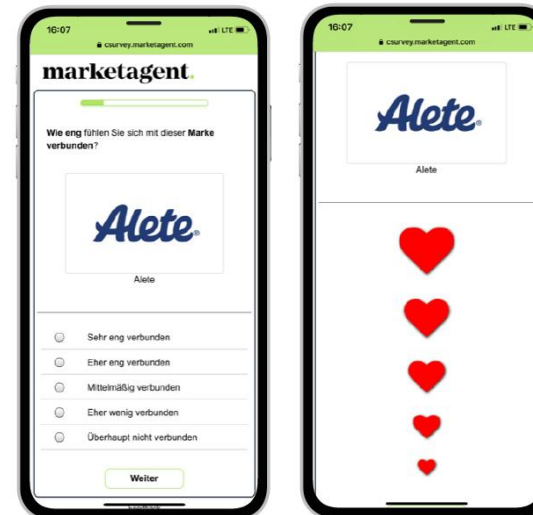
marketagent.

BRAND.Diamonds

„BRAND.Diamonds“ ist ein fortlaufendes Tool der mobilen Marktforschung. Via Smartphone App schicken wir Tag für Tag über 1.200 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen ins Rennen und konnten im Jahr 2023 mehr als 380.000 Markenbewertungen generieren. Den Respondent*innen wird per Zufallsprinzip eine Marke vorgelegt, die anhand der folgenden Eigenschaften bewertet wird:

Insights pro Marke im Überblick

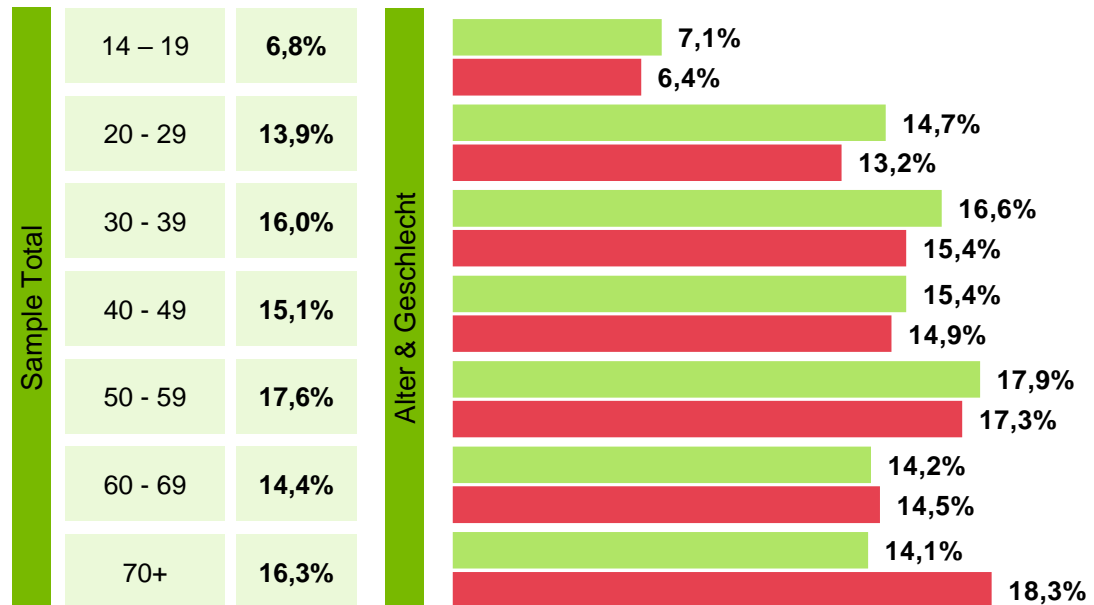
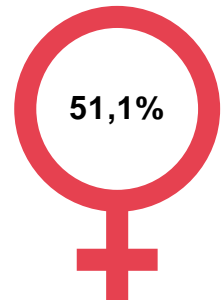
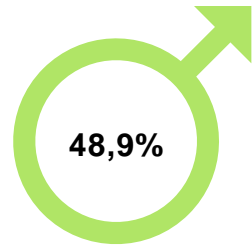
- Markennähe
- Anziehungskraft
- Emotionalität
- Markenfaszination
- Verbundenheit
- Eigenschaftszuordnung
- Weiterempfehlung
- Alleinstellung
- Entwicklungsstufe
- Markenloyalität
- BRAND.Diamond Index



Umfrage-Basics

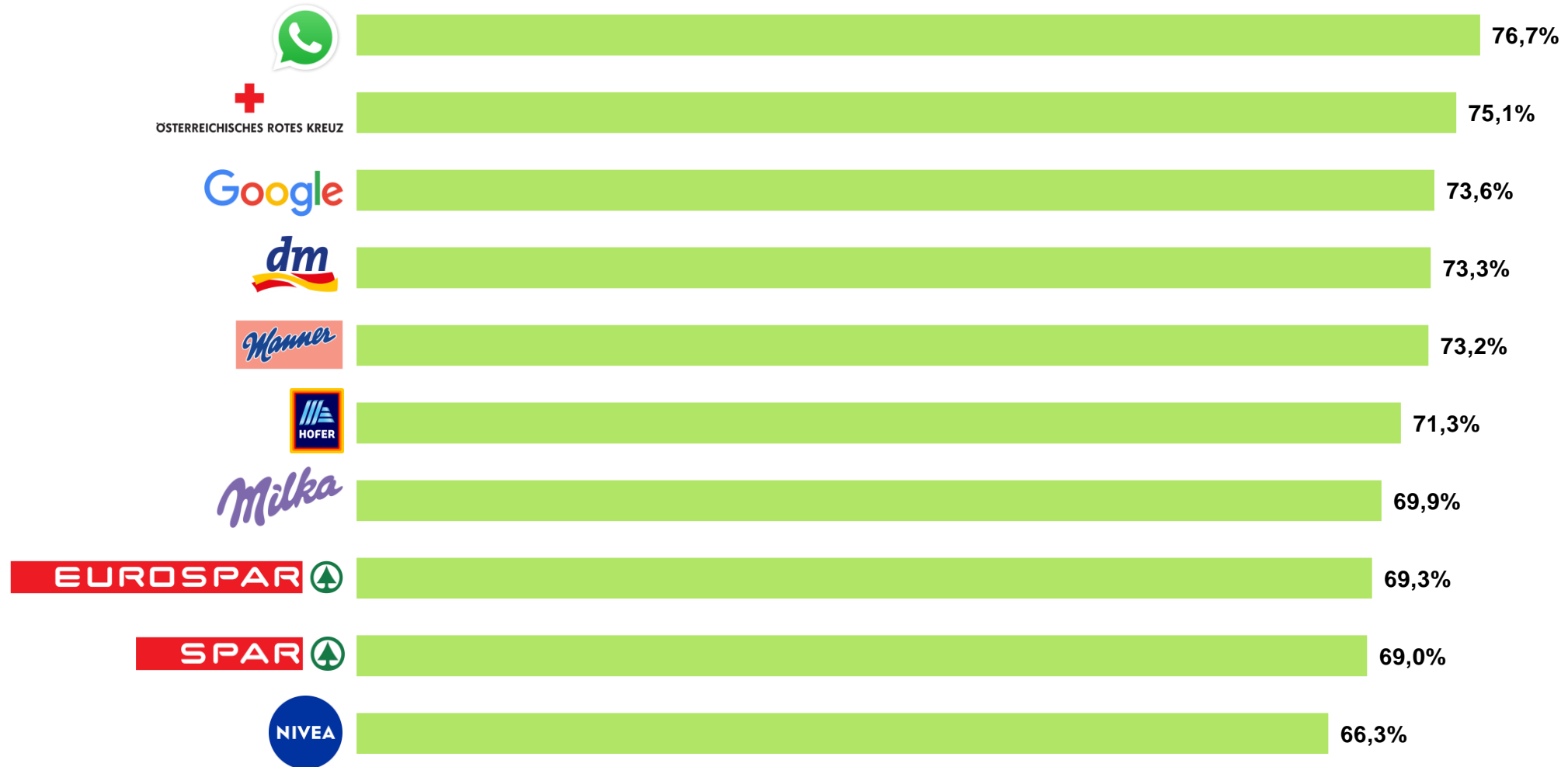
Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	Mobile Research Tool via Smartphone App
Sample-Größe	n = 384.554 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung gewichtet nach Geschlecht und Alter
Feldzeit	01.01.2023 - 31.12.2023
Studienumfang	11 Fragen

Zusammensetzung des Samples | n = 384.554



Verbundenheit mit der Marke – Top 10

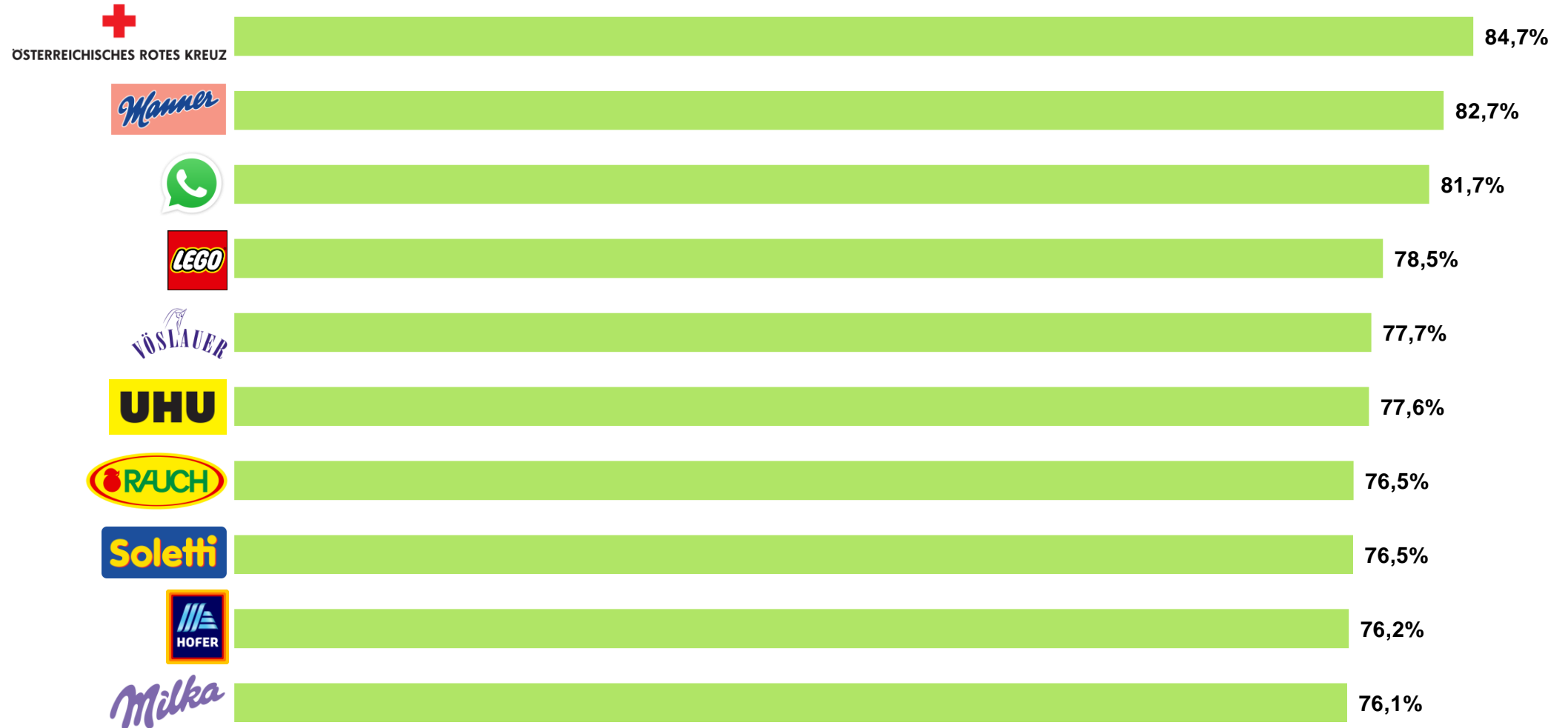
Top-2-Box



Wie eng fühlst du dich mit dieser Marke verbunden? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Sehr eng verbunden / Eher eng verbunden ||
WhatsApp (n=272), Österreichisches Rotes Kreuz (n=302), Google (n=259), dm (n=274), Manner (n=264), Hofer (n=267), Milka (n=316), EUROSPAR (n=282), SPAR (n=288), NIVEA (n=275)

Anziehungskraft der Marke – Top 10

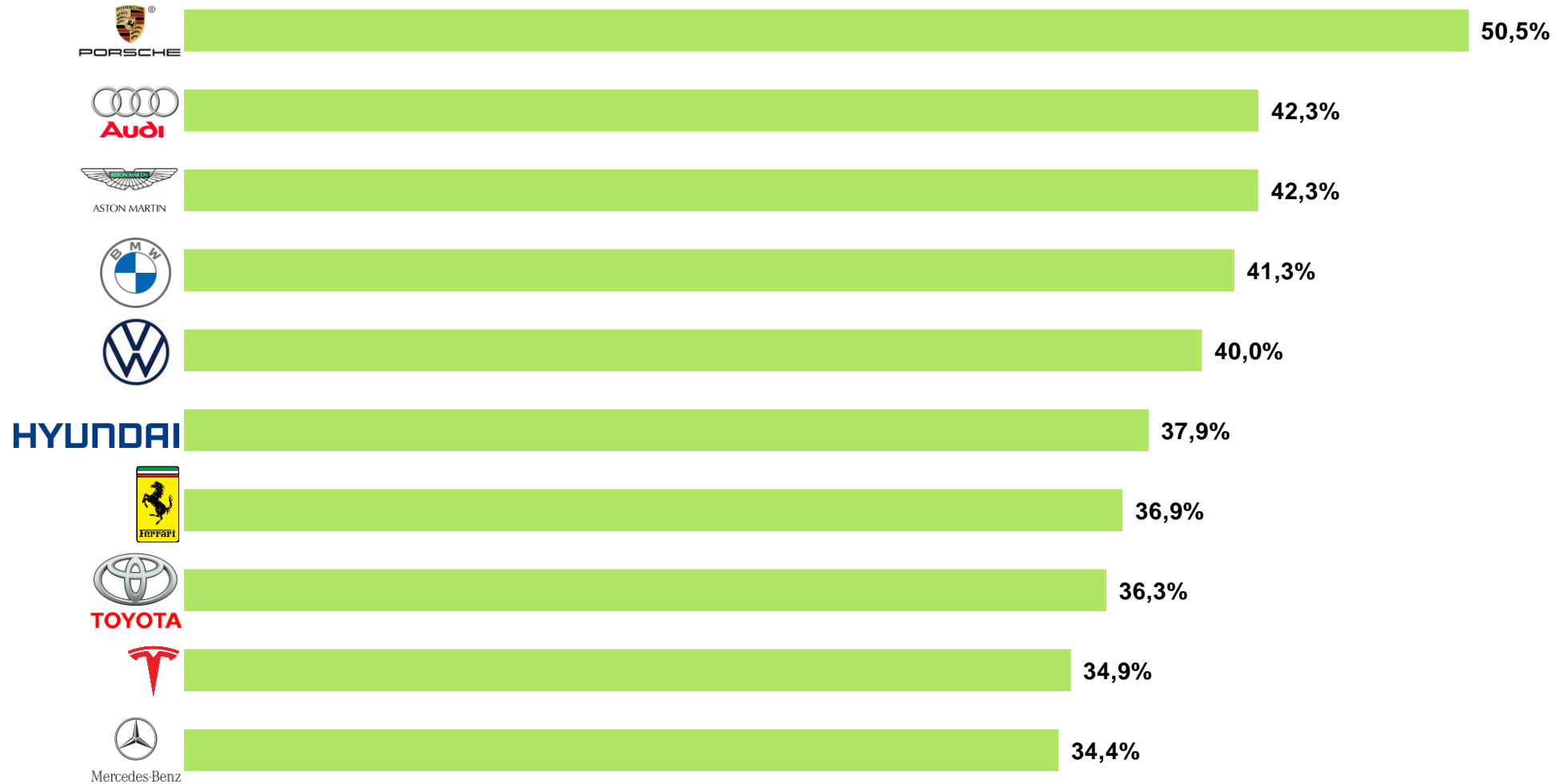
Top-2-Box



Wie anziehend findest du diese Marke? Bitte wähle das passende Herz aus - je größer, umso anziehender wirkt diese Marke auf dich. || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Herz 1 / Herz 2 || Österreichisches Rotes Kreuz (n=302), Manner (n=264), WhatsApp (n=272), LEGO (n=325), VÖSLAUER (n=274), UHU (n=303), RAUCH (n=259), Soletti (n=291), Hofer (n=267), Milka (n=316)

Emotionalität – Top 10 Automarken

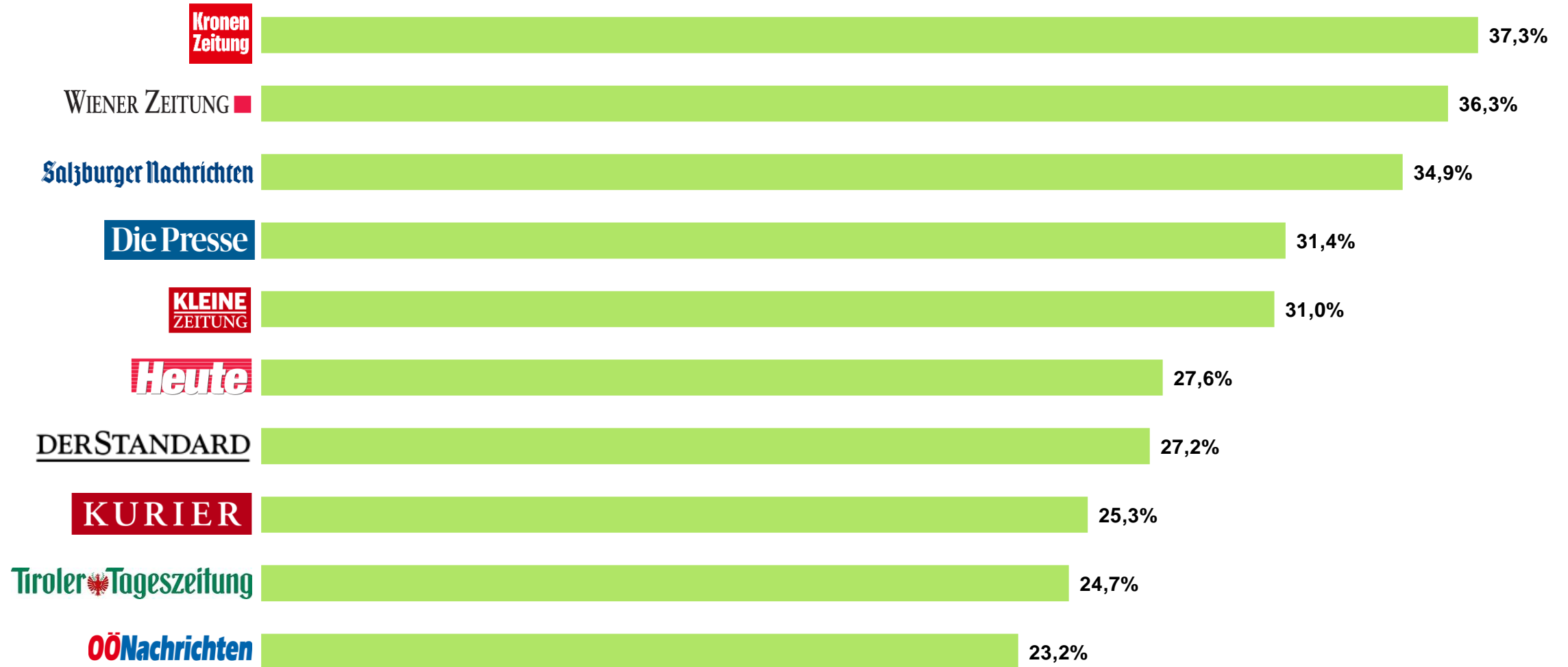
Top-2-Box



Inwieweit berührt dich diese Marke emotional? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Berührt mich sehr stark / Berührt mich eher stark ||
PORSCHE (n=252), Audi (n=298), ASTON MARTIN (n=262), BMW (n=261), Volkswagen (n=312), HYUNDAI (n=293), Ferrari (n=290), TOYOTA (n=283), TESLA (n=282), Mercedes-Benz (n=288)

Markenfaszination – Top 10 Zeitungen

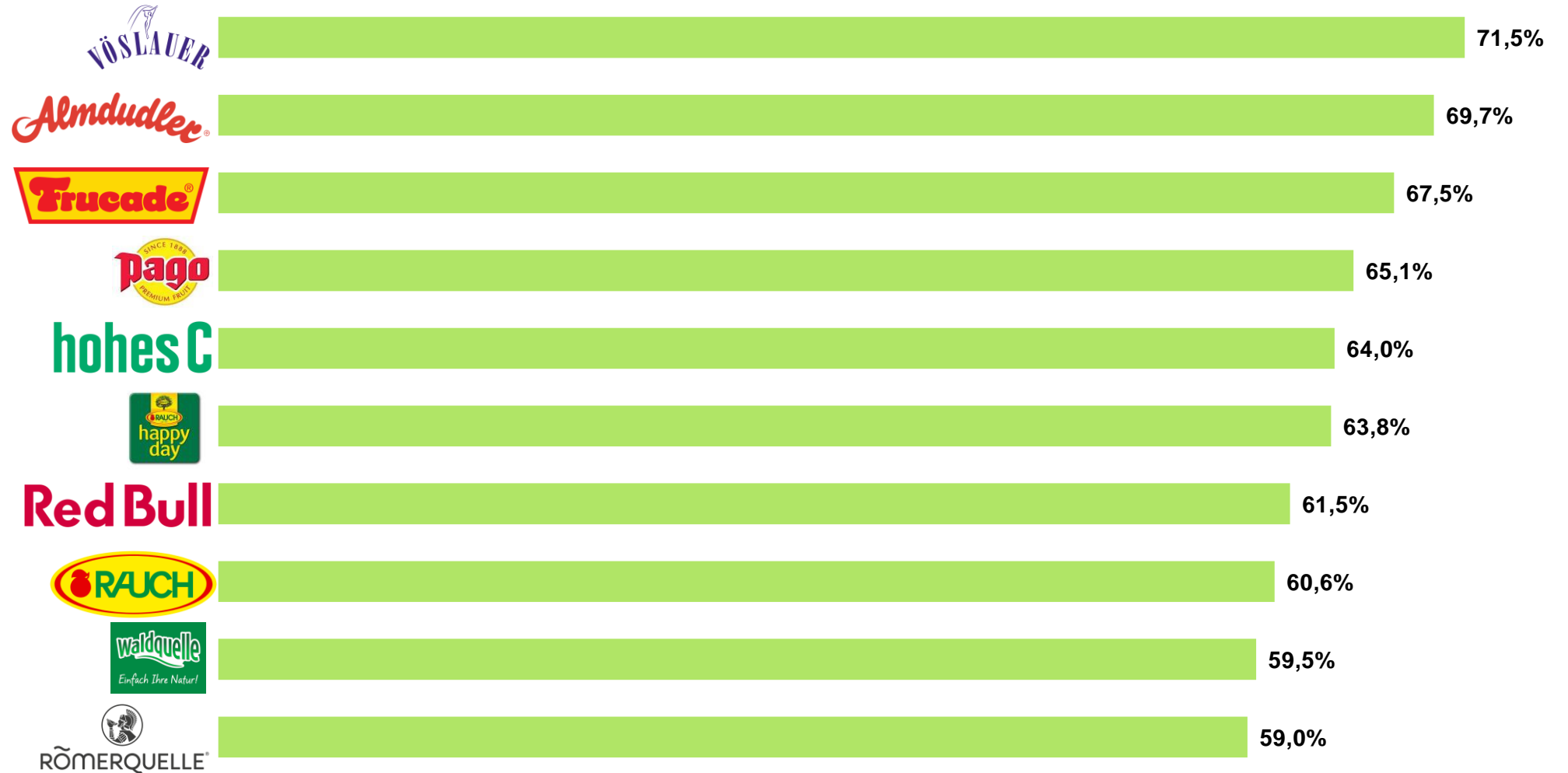
Top-2-Box



Wie stark wirkt diese Marke auf dich persönlich? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Sehr stark - die Marke fasziniert mich / Eher stark ||
Kronen Zeitung (n=278), WIENER ZEITUNG (n=269), Salzburger Nachrichten (n=274), Die Presse (n=284), KLEINE ZEITUNG (n=266), Heute (n=282), DER STANDARD (n=269), KURIER (n=269), Tiroler Tageszeitung (n=284), OÖ Nachrichten (n=255)

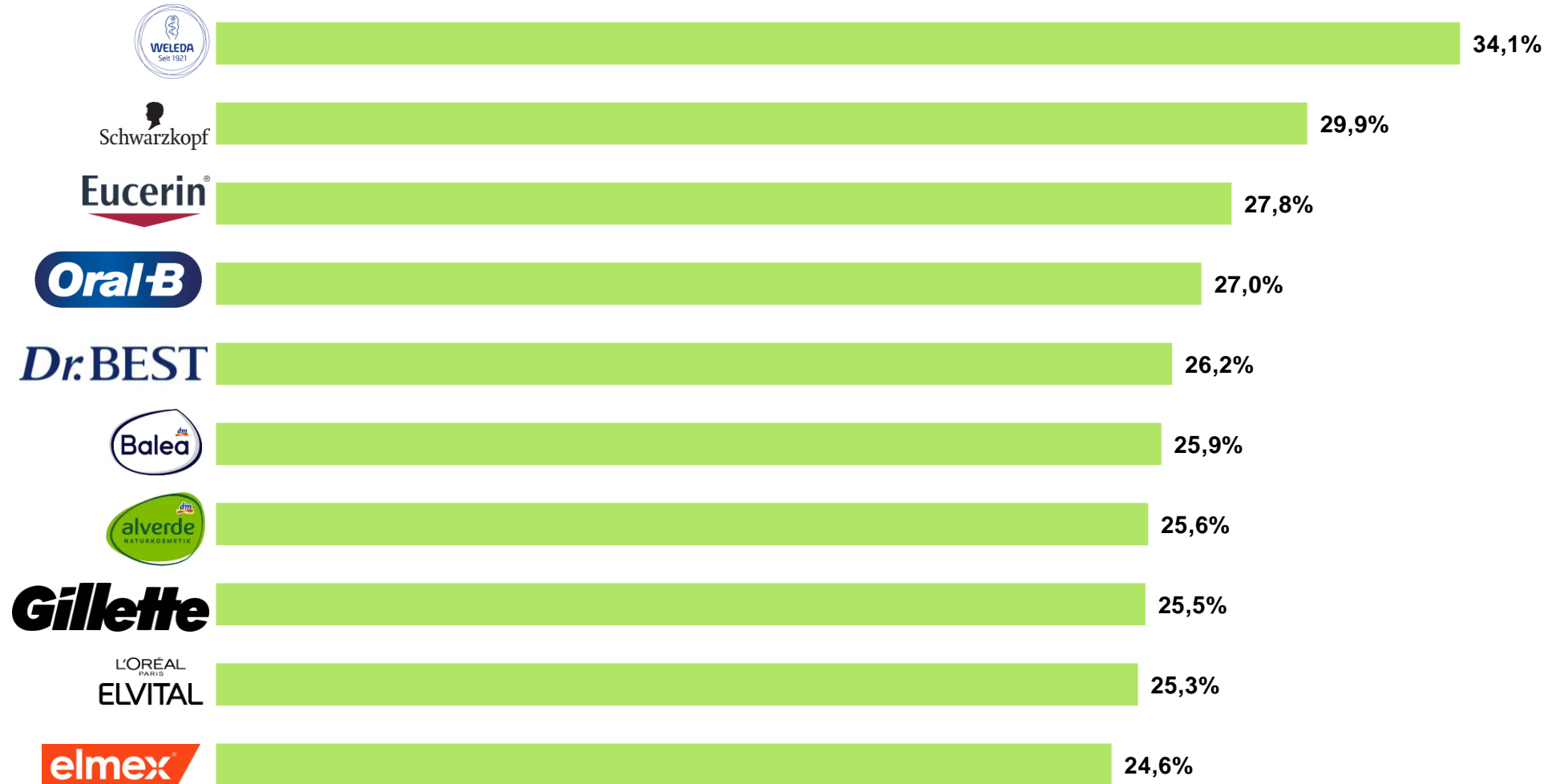
Markennähe – Top 10 Alkoholfreie Getränke

Top-2-Box



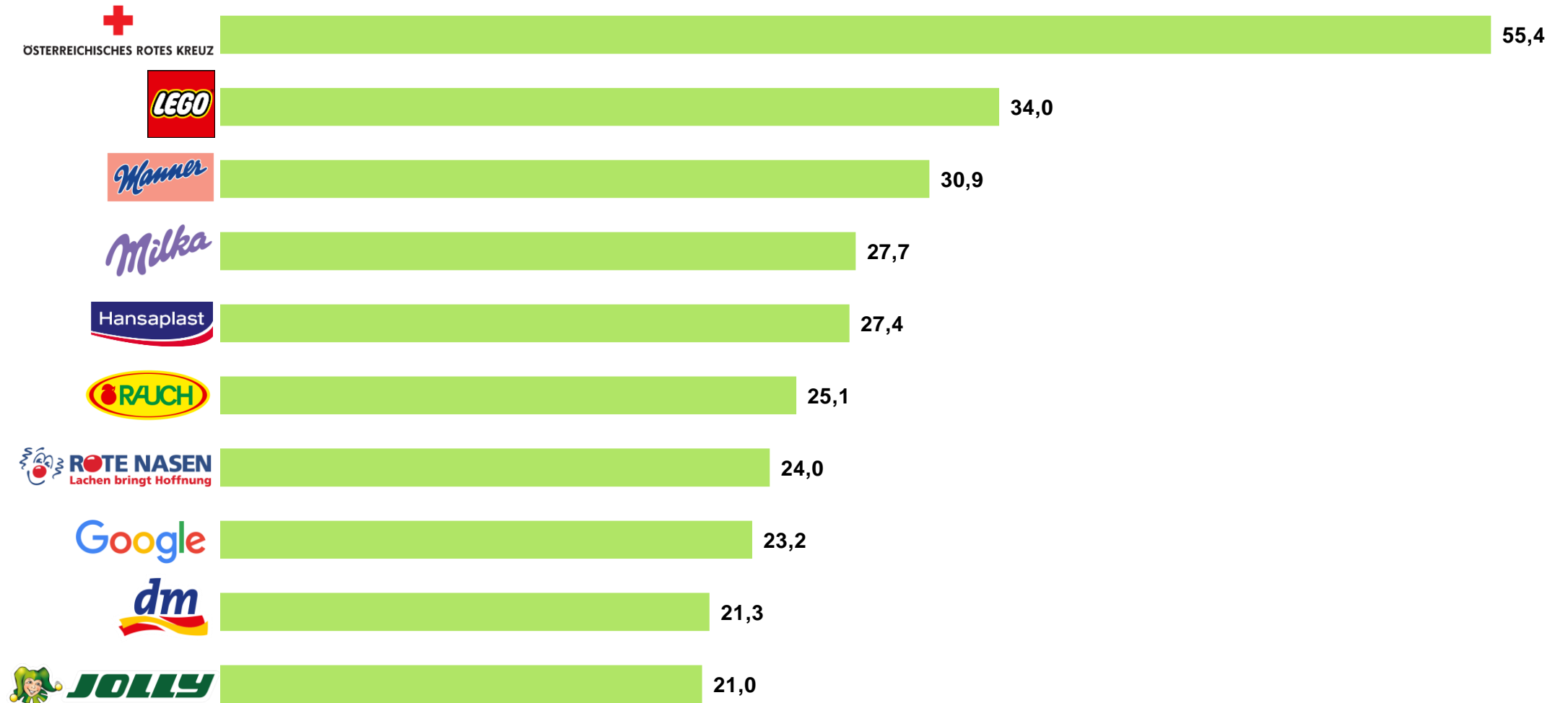
Stell dir vor, diese Marke wäre ein Mensch. Wie gerne würdest du mit dieser Marke gesehen werden? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Sehr gerne / Eher gerne ||
VÖSLAUER (n=274), Almdudler (n=273), Frucade (n=290), PAGO (n=286), hohes C (n=302), happy day (n=263), Red Bull (n=281), RAUCH (n=259), Waldquelle (n=262), Römerquelle (n=277)

Glaubwürdigkeit – Top 10 Körperpflege- und Hygienemarken



Welche Eigenschaften beschreiben deiner Meinung nach diese Marke am besten? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Glaubwürdig ||
WELEDA (n=322), Schwarzkopf (n=304), Eucerin (n=266), Oral-B (n=274), Dr.BEST (n=309), Balea (n=282), alverde (n=304), Gillette (n=266), ELVITAL (n=286), elmex (n=289)

Weiterempfehlung | Net Promoter Score – Top 10

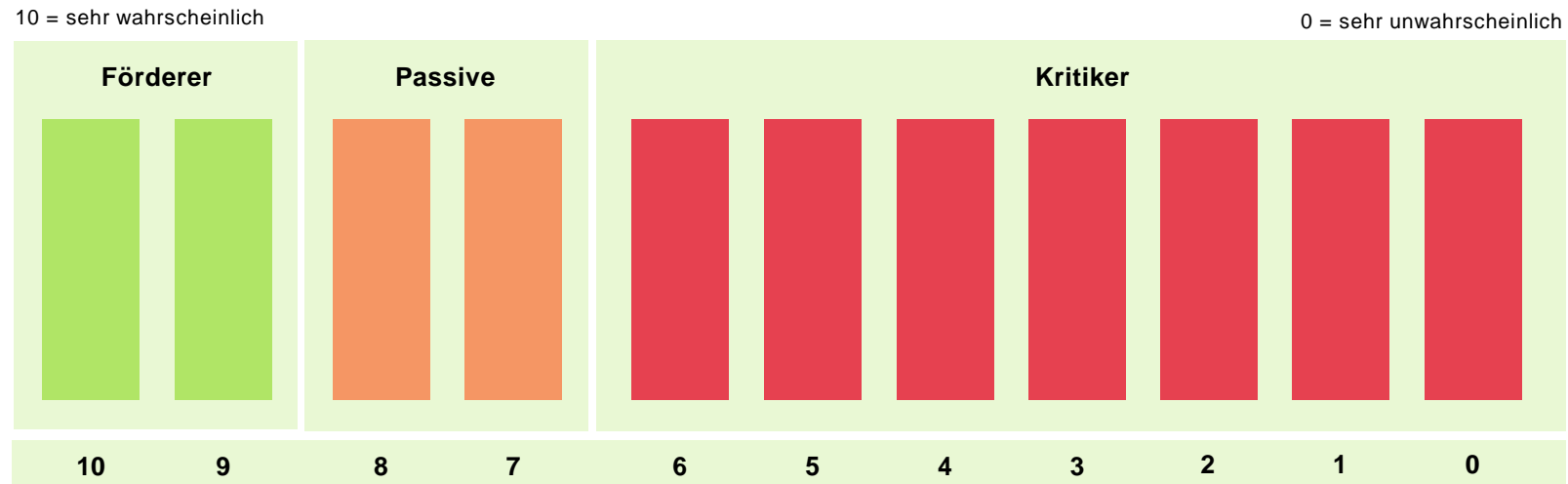


Angenommen du sprichst mit jemandem über diese Marke - wie wahrscheinlich ist es, dass du diese Marke weiterempfehlen wirst? || Basis: Kennen die jeweilige Marke ||

Österreichisches Rotes Kreuz (n=302), LEGO (n=325), Manner (n=264), Milka (n=316), Hansaplast (n=284), RAUCH (n=259), ROTE NASEN Clowndoctors (n=284), Google (n=259), dm (n=274), JOLLY (n=276)

Net Promoter Score | NPS

Kennzahl für die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit | Interpretation

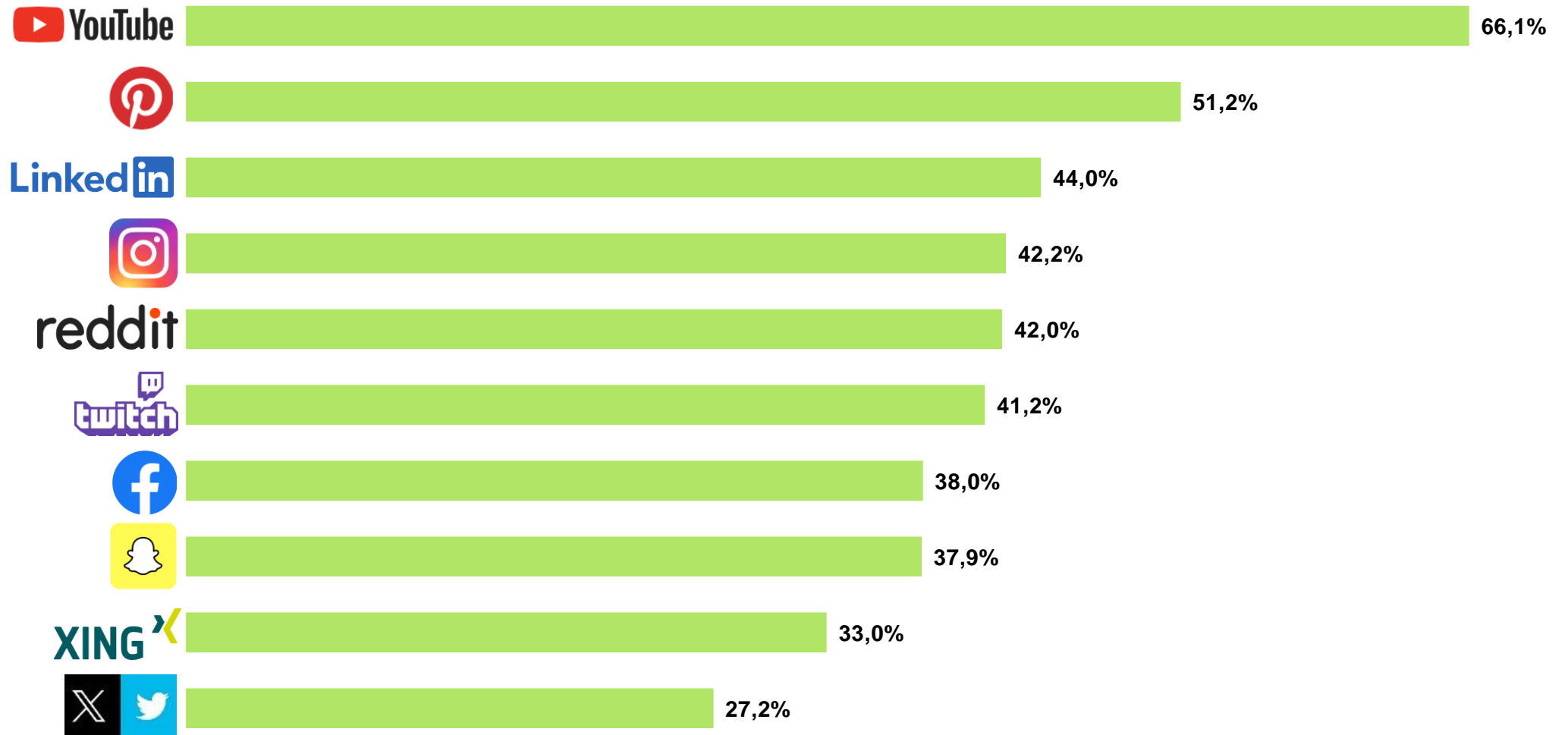


$$15,0\% \text{ Förderer} - 57,5\% \text{ Kritiker} = -42,5 \text{ Net Promoter Score}$$



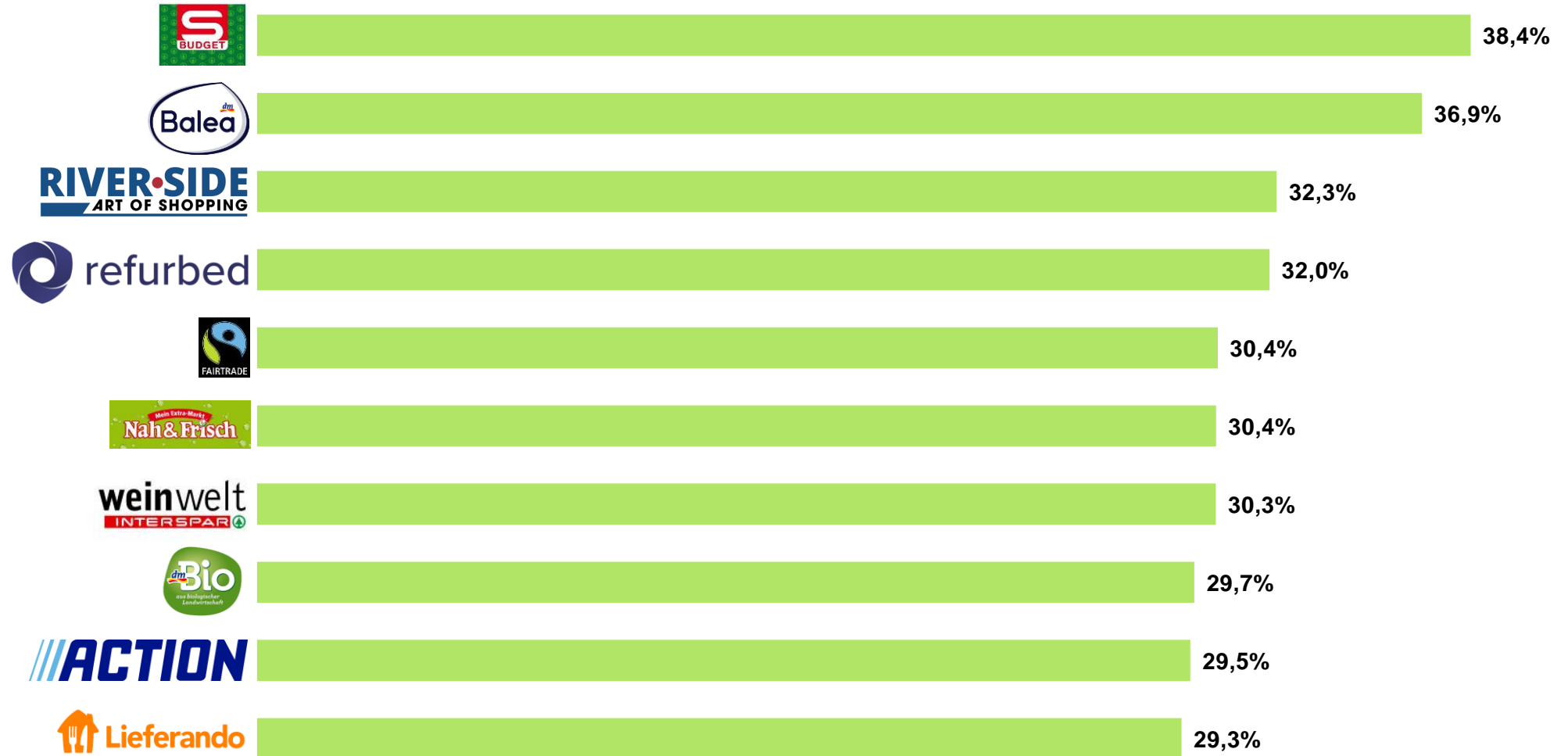
Alleinstellung – Top 10 Social Media Marken

Top-2-Box



Inwieweit hebt sich diese Marke deiner Meinung nach von anderen Marken ab? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Hebt sich sehr positiv ab / Hebt sich eher positiv ab ||
YouTube (n=289), Pinterest (n=294), LinkedIn (n=257), Instagram (n=289), reddit (n=260), twitch (n=284), facebook (n=263), snaphat (n=273), XING (n=268), X (ehemals twitter) (n=268)

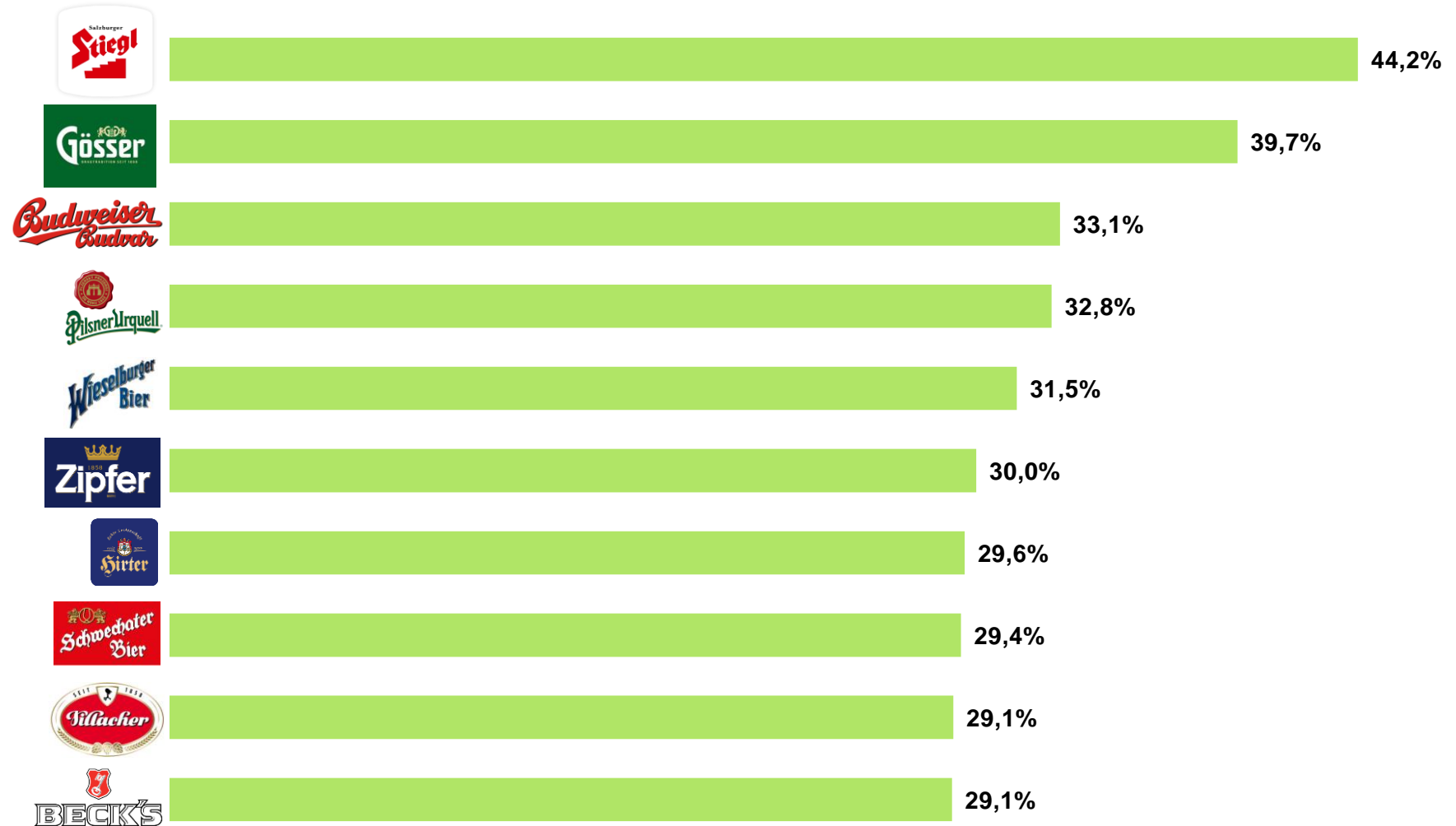
Markenzyklus "Frühling" – Top 10



Wenn du die Entwicklungsstufe dieser Marke nun symbolisch einer der vier Jahreszeiten zuordnest: In welcher Jahreszeit würde sich diese Marke deiner Ansicht nach befinden? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Frühling: ist gerade am aufsteigenden Ast || S-BUDGET (n=259), Balea (n=278), RIVERSIDE (n=258), refurbished (n=285), FAIRTRADE (n=277), Nah&Frisch (n=309), weinwelt (n=242), dm Bio (n=258), Action (n=235), Lieferando.at (n=284)

Markenloyalität – Top 10 Biermarken

Top-2-Box



Inwieweit würdest du diese Marke vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe? || Basis: Kennen die jeweilige Marke || Top-2-Box: Würde ich sehr stark vermissen / Würde ich stark vermissen || Stiegl (n=292), Gösser (n=316), Budweiser (n=272), Pilsner Urquell (n=262), Wieselburger (n=287), Zipfer (n=283), Hirter (n=266), Schwechater Bier (n=273), Villacher (n=269), BECK'S (n=273)

**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Andrea Berger
Research & PR

a.berger@marketagent.com

+43 (0) 2252 909 009

www.marketagent.com

www.marketagent.com



marketagent.