

Marken- Profile 2017

Welche Marke erzeugt beim Konsumenten ein eindeutiges Markenbild? Dieses ist notwendig um sowohl beim Handel als auch beim Konsumenten Unverwechselbarkeit zu erzeugen. Diese Marken sind im Sortiment des Handels ein MUSS.

Studienbeschreibung: Ziel der Marken-Profil Studie ist daher die Auslotung des emotionalen Zugangs zu verschiedenen Marken bzw. Produktbereichen. Ausgehend von den Kennern der jeweiligen Marke galt es herauszufinden, wie scharf und exakt das Bild von einer Marke ist.

Je klarer und konkreter das Bild, umso mehr Emotionen werden geweckt und umso schärfer ist das Imagebild, das hinterlassen wird.

Daraus resultiert ein Markenprofil, das sich aus dem Summenwert der Note 1 und der Note 2 zusammensetzt.

Frage: Welche dieser Marken sind Ihnen zumindest namentlich bekannt, welche kennen Sie?

Frage: Über einzelne Marken weiß man oft unterschiedlich viel, hat man mehr oder weniger klare Bilder im Kopf gespeichert, sie wecken Emotionen (gute oder schlechte

Gefühle) und hinterlassen einen unterschiedlichen Imageeindruck. Wie klar und konkret ist Ihr Bild über die Ihnen bekannten Marken (1 = sehr klar, 5=überhaupt nicht klar).

Die Auswertungen basieren immer auf den jeweiligen Kennern. Marken die eine Bekanntheit von unter 10 Prozent haben, wurden in der Bewertung ausgeschlossen. Befragt wurde in zwei Wellen insgesamt 1.051 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren im Zeitraum zwischen 22. November bis 7. Dezember 2016.
Weitere Studien: www.regal.at



Schreibwaren & Klebstoffe

Über einzelne Marken weiß man oft unterschiedlich viel, hat man mehr oder weniger klare Bilder im Kopf gespeichert, sie wecken Emotionen (gute oder schlechte Gefühle) und hinterlassen einen unterschiedlichen Imageeindruck.

Wie klar und konkret ist Ihr Bild über die Ihnen bekannten Marken? (1 = sehr klar, 5 = überhaupt nicht klar)

1.	Tixo	88
2.	Uhu	87
3.	Jolly	83
4.	Post-it	82
5.	Ballograf	75
5.	Tesa	75

