

BranchenMonitor Elektrohandel 2013

BRANCHE:
BAUMÄRKTE
ERHEBUNGSZEITRAUM:
MAI 2013
N = 1.000
ERHEBUNG:
GALLUP
AUFBEREITUNG:
TMC THE MEDIA CONSULTANTS
WWW.TMC.AT

Studiensteckbrief

2

Methode:	Telefonische Interviews (CATI)
Respondenten:	österreichische Bevölkerung E 14+ Jahre
Sample-Größe:	n = 1.000 Netto-Interviews
Erhebungszeitraum:	Mai 2013
Grundgesamtheit:	7.179.000 Personen

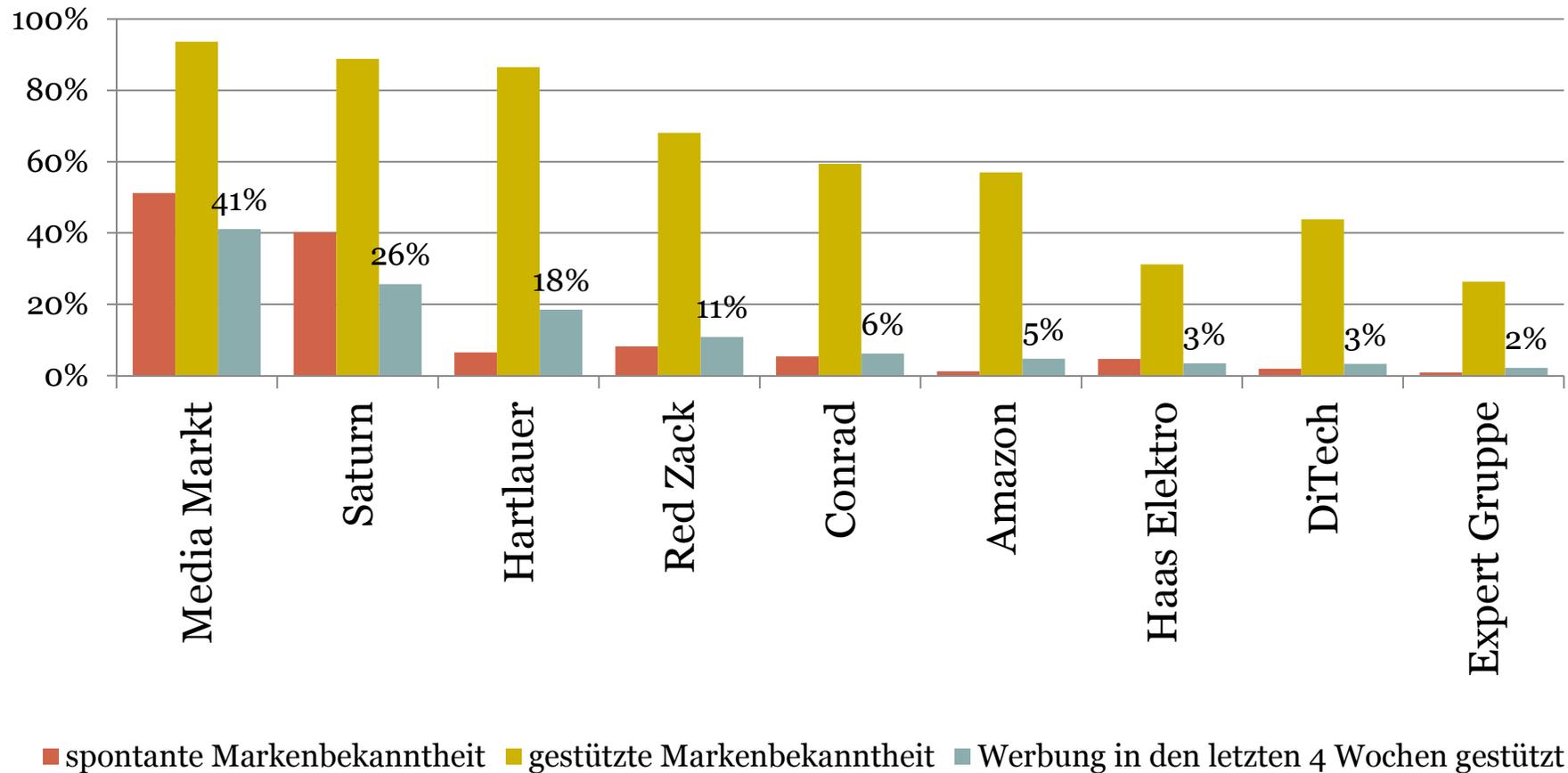
Inhalt

3

- Werbeerinnerung und Markenbekanntheit in Prozent
- Informationsmedien vor dem Einkauf
- Nutzung & Empfindung von Informationsmedien
- Werbeerinnerung versus letzter Einkauf
- Psychografische Strukturen

Werbeerinnerung & Markenbekanntheit

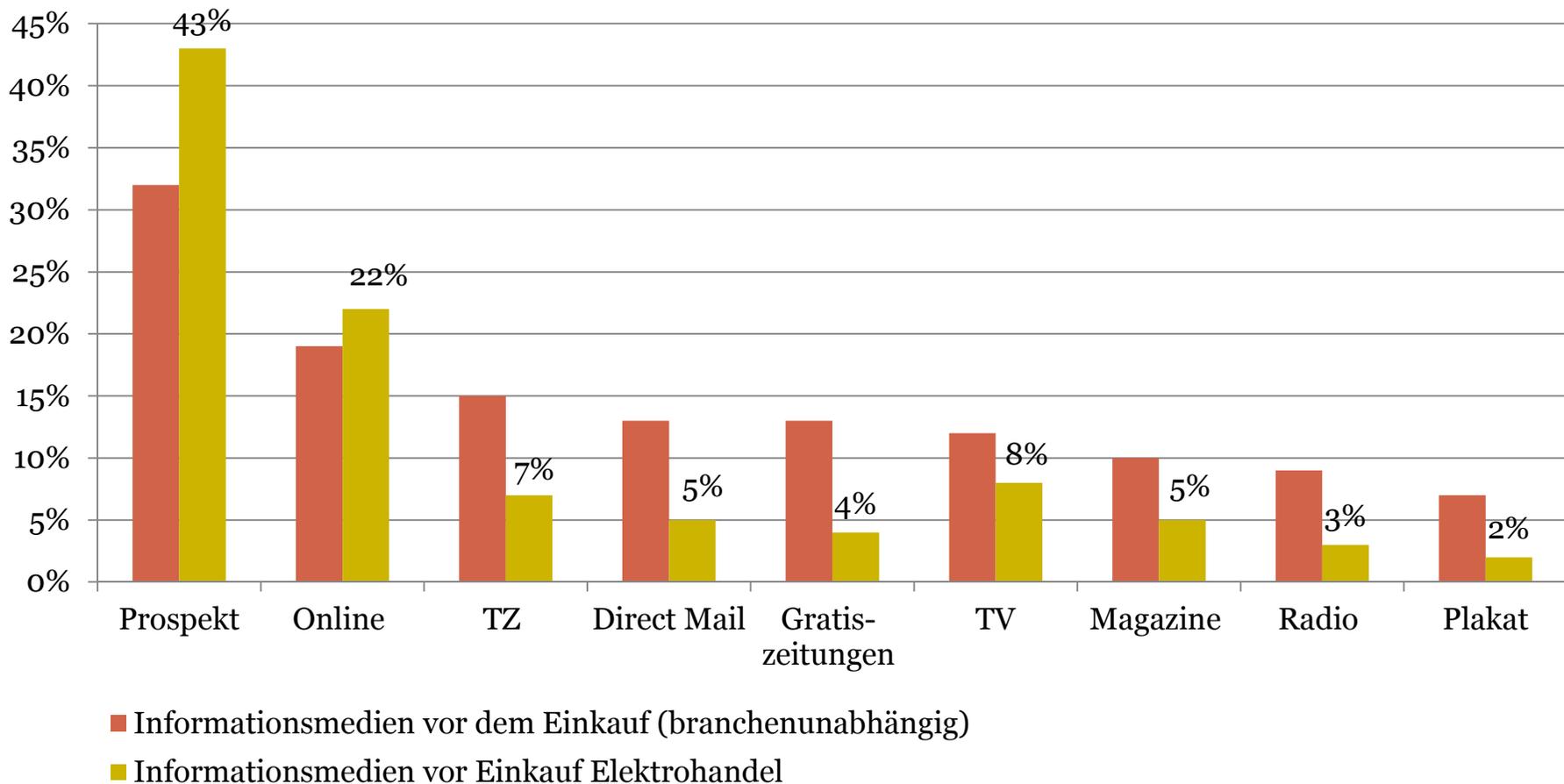
41 % der Österreicher können sich an Werbung von Media Markt erinnern!



Basis: Gestützte und unterstützte Markenbekanntheit & gestützte Werbeerinnerung
Geringe Fallzahl Haas, DiTech und Expert

Informationsmedien vor dem Einkauf

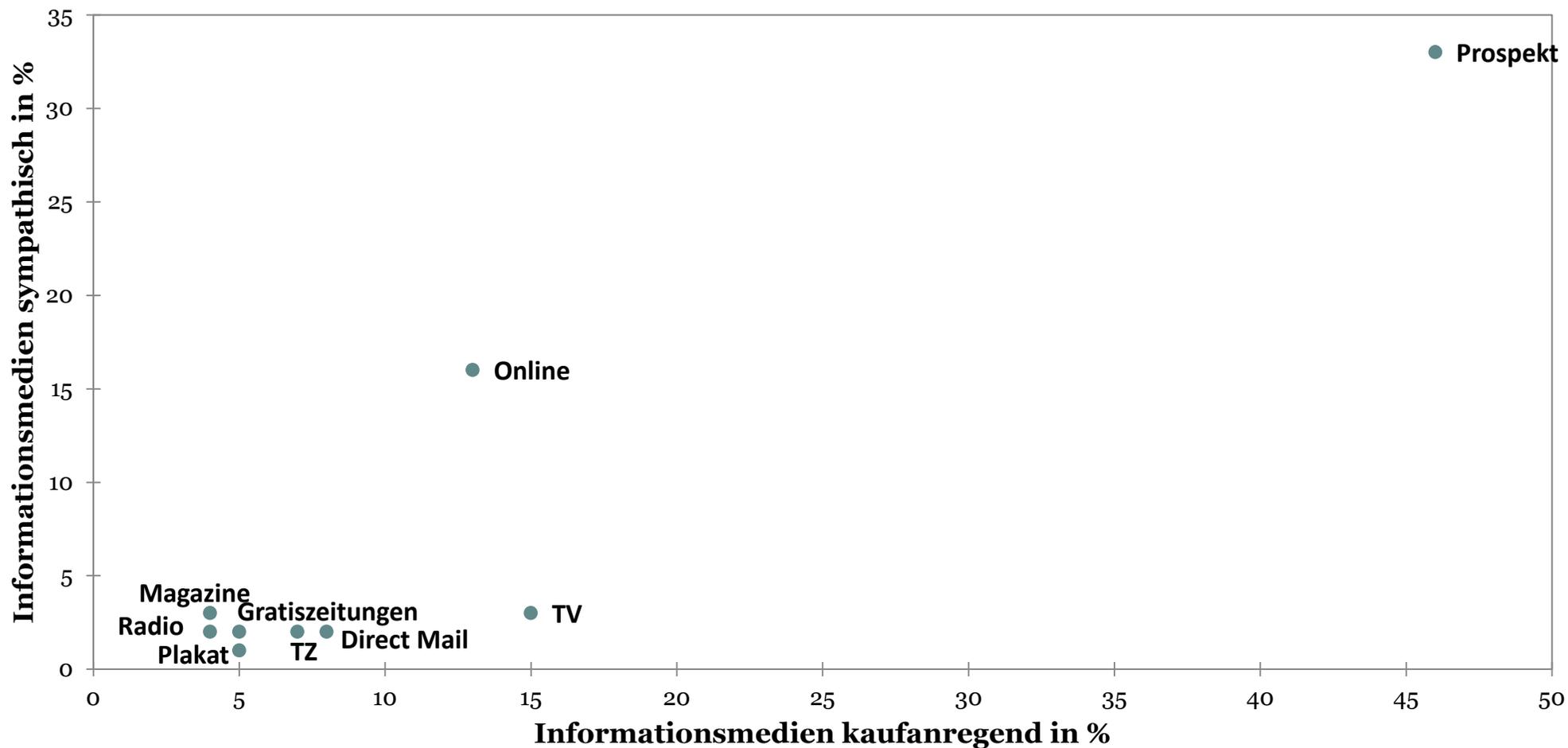
Im Elektrohandel ist das Prospekt der Einkaufsratgeber Nummer 1, gefolgt von Online-Werbung!



Basis: Informationsmedien vor dem Einkauf branchenunabhängig & branchenabhängig (Käufer)
Geringe Fallzahl bei Plakat

Informationsmedien kaufanregend & sympathisch

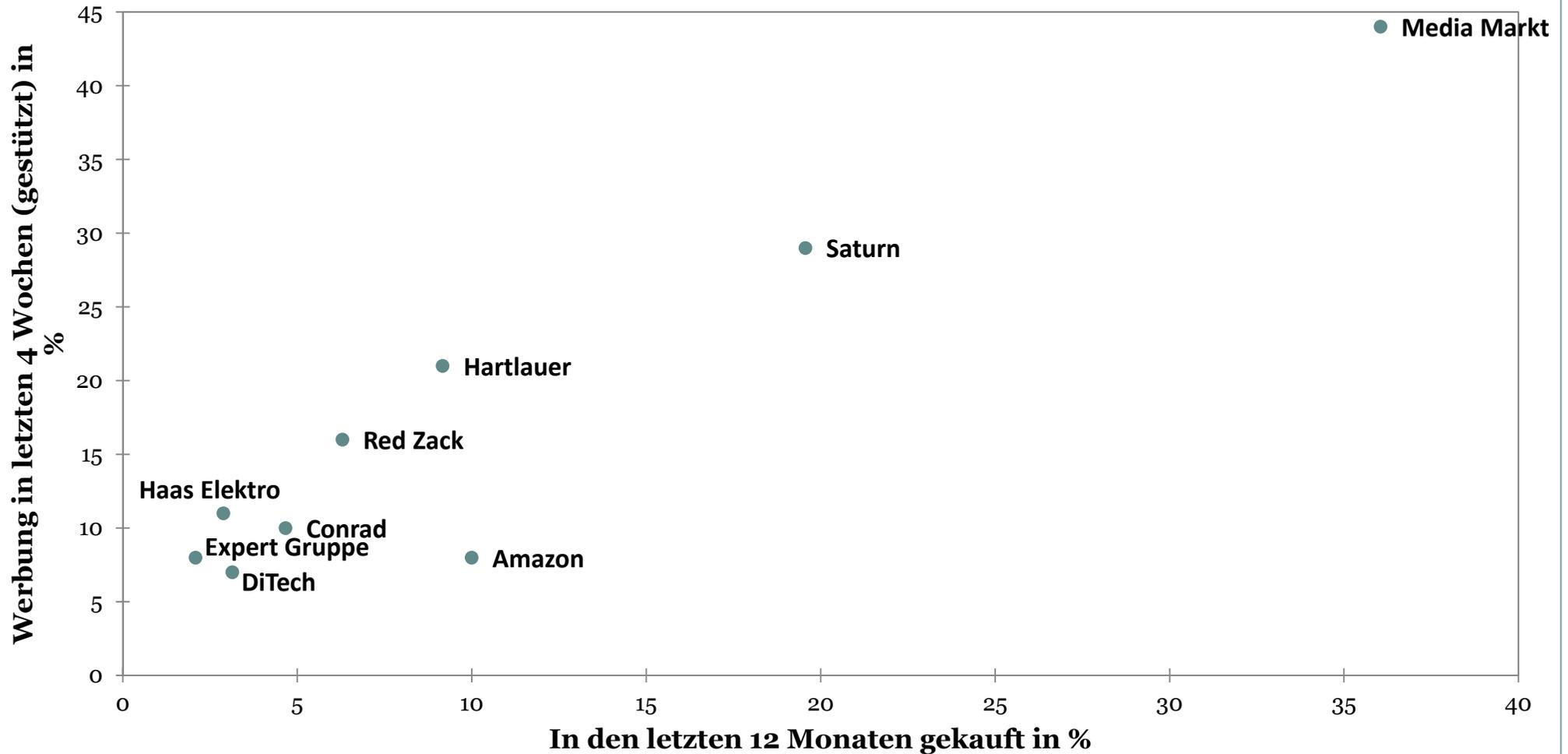
Das Prospekt ist Sympathieträger und kaufanregend zugleich!



Basis: Informationsmedien kaufanregend und Informationsmedien sympathisch (Käufer)
Geringe Fallzahl bei Radio, Direct Mail, Magazine, Gratiszeitungen und Plakat

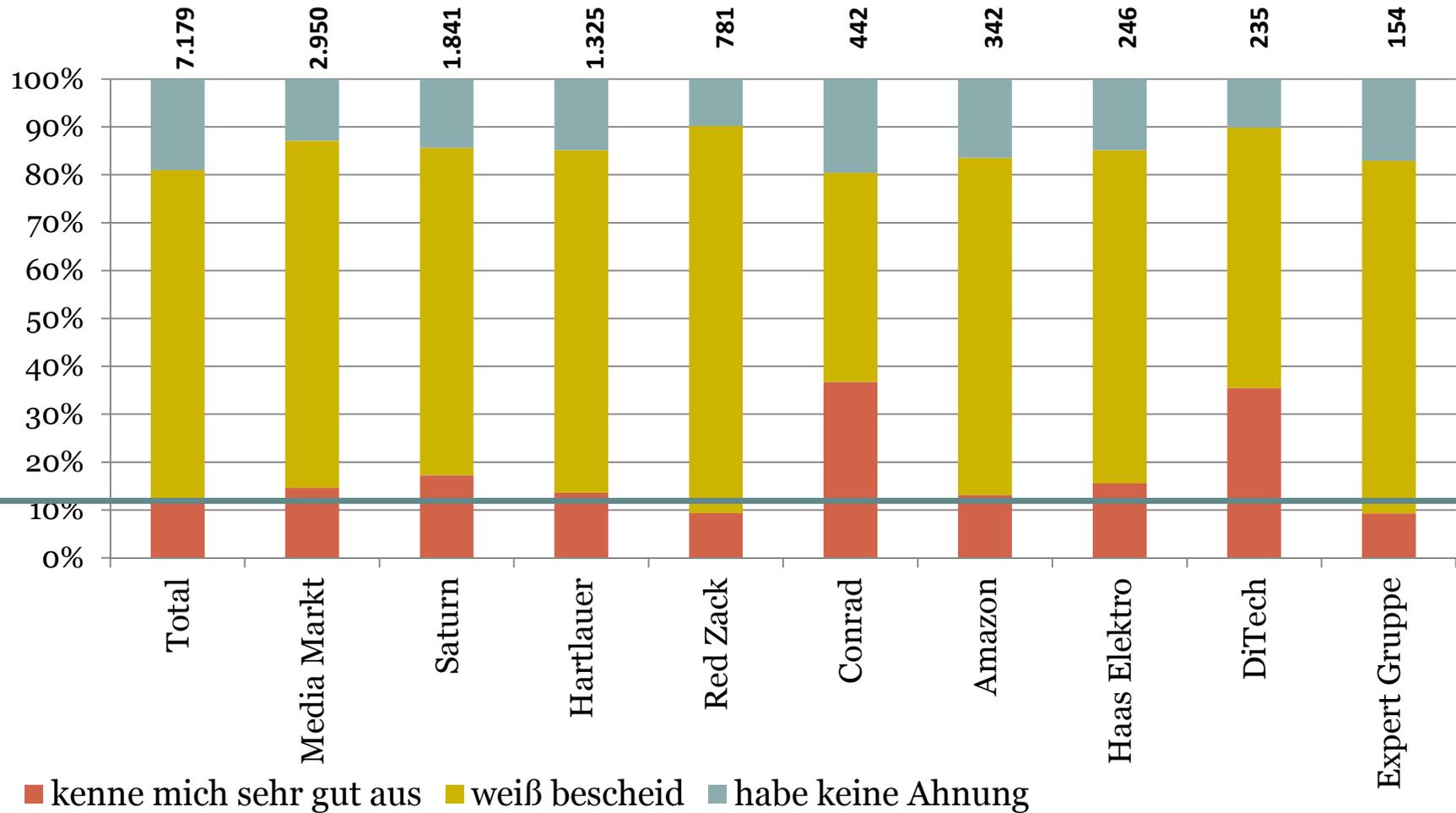
Werbeerinnerung & letzter Einkauf

Media Markt hat die Nase weit voran!



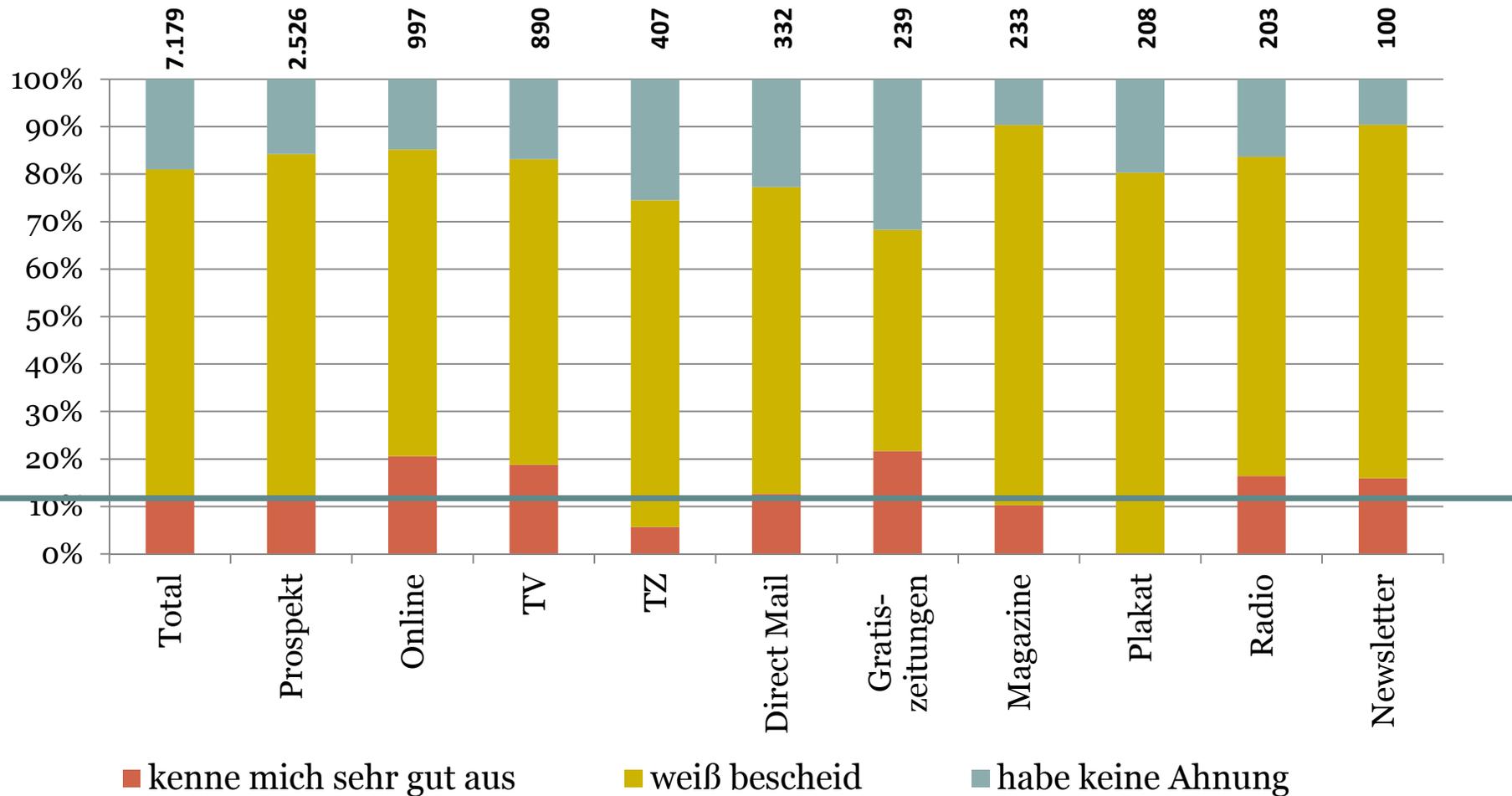
Basis: gestützte WE (dem Namen nach bekannt) & letzter Einkauf
Geringe Fallzahl bei Expert

Psychografische (A) Strukturen Elektrohandel I



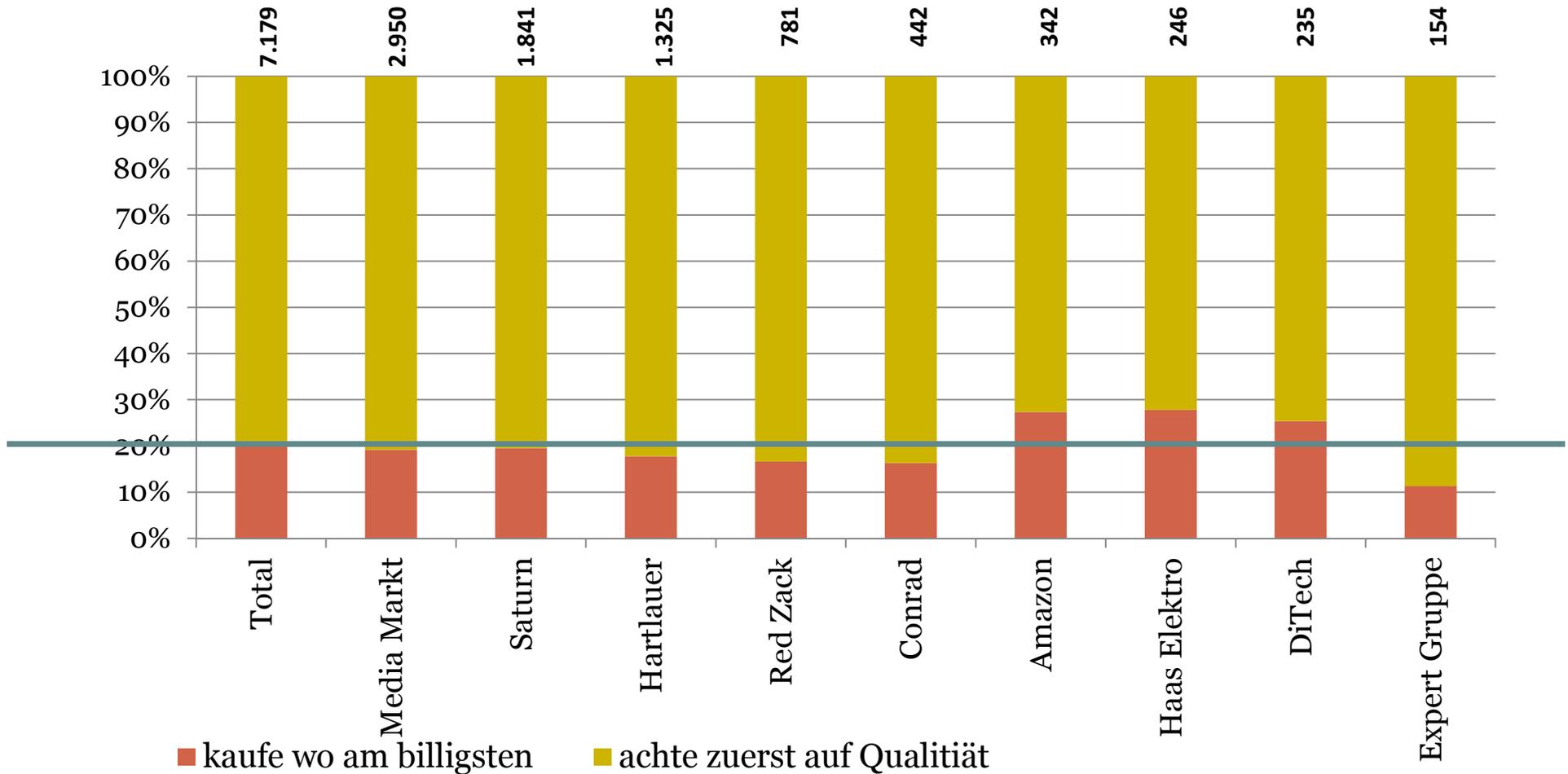
Basis: Selbsteinstufung bei E-Produkten; gestützte Werbeerinnerung in den letzten 4 Wochen
 Geringe Fallzahl Expert

Psychografische (A) Strukturen bei Elektrohandel II



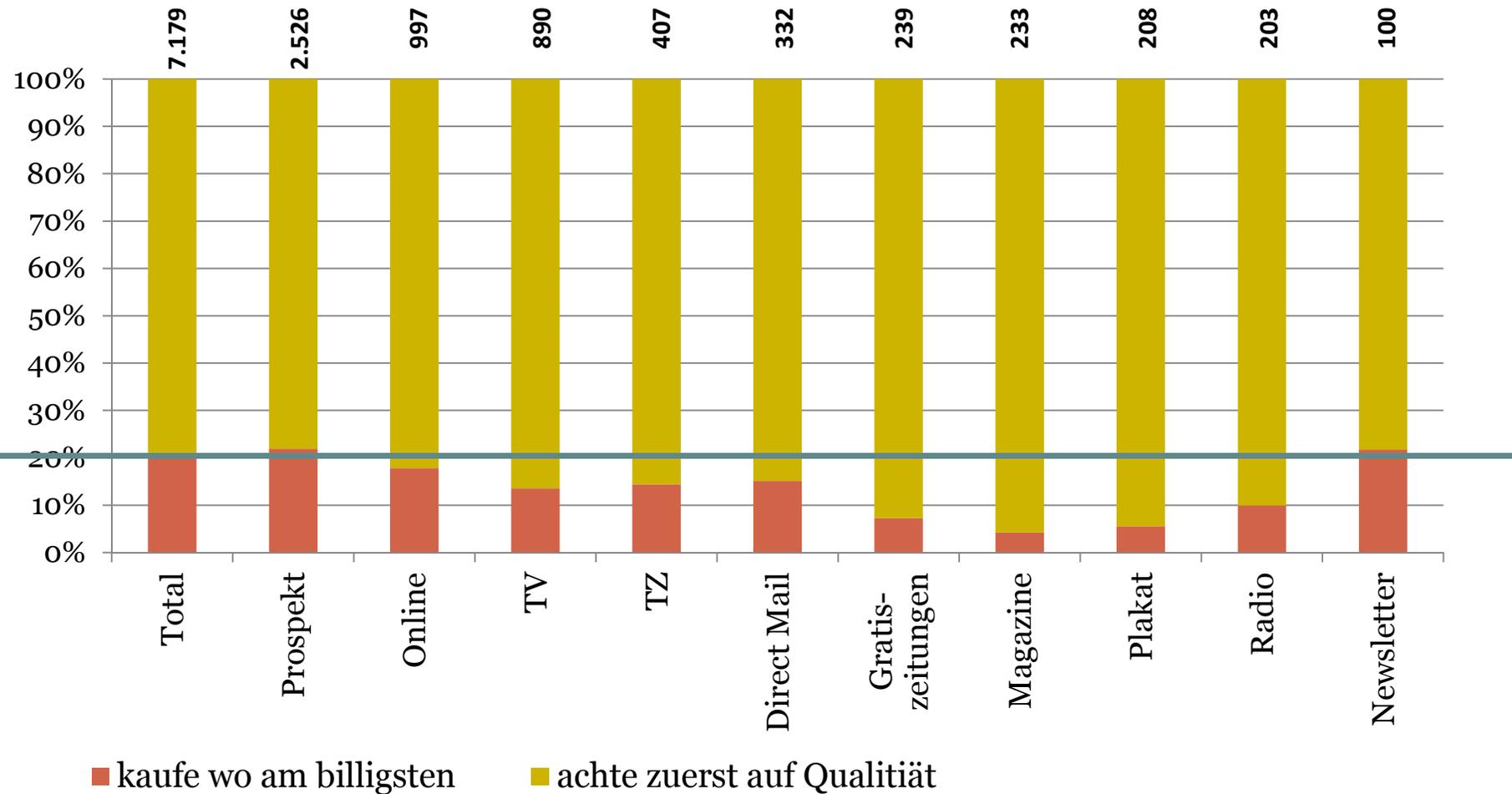
Basis: Selbsteinstufung bei E-Produkten; Informationsmedien kaufanregend
 Geringe Fallzahl bei Newsletter

Psychografische (B) Strukturen bei Elektrohandel I



Basis: Selbsteinstufung bei E-Produkten; gestützte Werbeerinnerung in den letzten 4 Wochen
 Geringe Fallzahl bei Expert

Psychografische (B) Strukturen bei Elektrohandel II



Basis: Selbsteinstufung bei Garten- & Heimwerkerprodukten; Informationsmedien kaufanregend
 Geringe Fallzahl bei Newsletter

Plan für 2013

Gallup Branchenmonitor

Branchen

LEH/DEH

Baumärkte/Elektro

Möbel/Sport

Textil/Schuhe

Auto/Telekom

Büro, Papier, Buch/Reise

Sondermodul eCommerce

	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
LEH/DEH		FZ	AB: 8.4.									
Baumärkte/Elektro					FZ	AB: 17.6.						
Möbel/Sport						FZ	AB: 1.8.					
Textil/Schuhe									FZ	AB: 4.11.		
Auto/Telekom										FZ	AB: 2.12.	
Büro, Papier, Buch/Reise											FZ	AB: 10.1
Sondermodul eCommerce	FZ	AB										

Feldzeit

FZ

Auswertung, Berichtserstellung

AB