Gallup Branchenmonitor Buchhandel und Papierwaren

die umfassende, kosteneffiziente Handelsübersicht

Das Angebot

Kontinuierlich	Die Buch- und Papierwarenbranche einmal pro Jahr
Umfassend	Alle wichtigen Handelsunternehmen, Kennzahlen und Inhalte für die Buch- und Papierwarenbranche
Käufertypologie	Analyse nach Einstellungen und Kaufverhalten: Traditionelle, Neugierige, Marken- und Qualitätsbewusste, Genießer und Freizeitorientierte, Preisorientierte

Facts

Inhalte	Bekanntheit, Käuferreichweite, Einkaufshäufigkeit, Kompetenzen, Kaufmotive, Werbeerinnerung nach Medien (Flugblatt, Print, TV, Online), Weiterempfehlung, Eigenschaftsprofile, Image, Positionierung, Onlineeinkauf und vieles mehr
Methode	Computer Assisted Telephone Interview (CATI) n=1000
Zielgruppe	Repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren (inkl. der Bevölkerung ohne Internetzugang oder geringer Internetnutzung, ca. 40 %)

Marken in der Studie

Libro

Pagro

Skribo

Müller

A&M/Weltbild

Thalia

Frick

Morawa

Amazon

Donauland

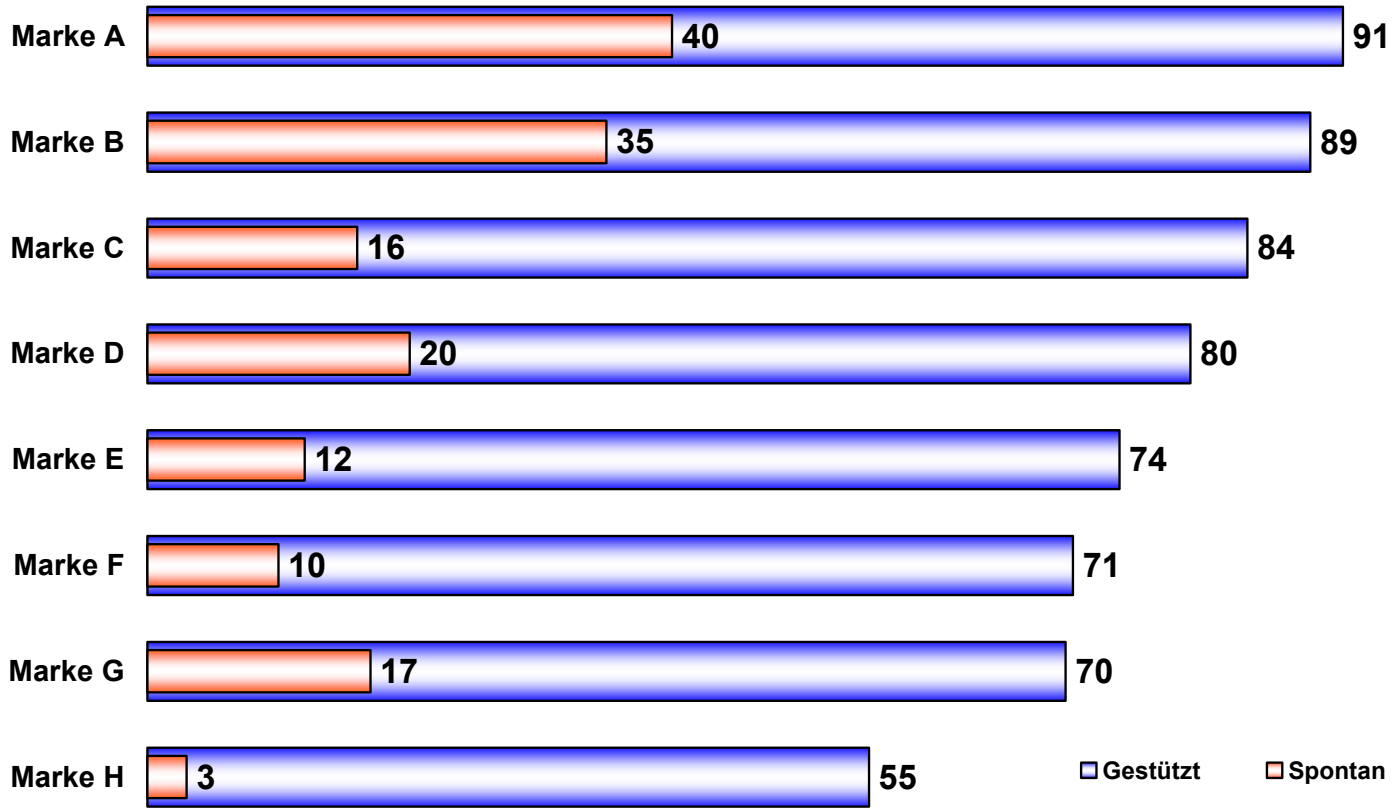
Styria Books

Viking Direct

Ergebnisse

Frage 1:
Welche Unternehmen gehen Ihnen spontan durch den Kopf wenn Sie an den Handel mit ... denken?
Frage 3:
Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ... kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Basis: Total, n= 1000
Angaben in %

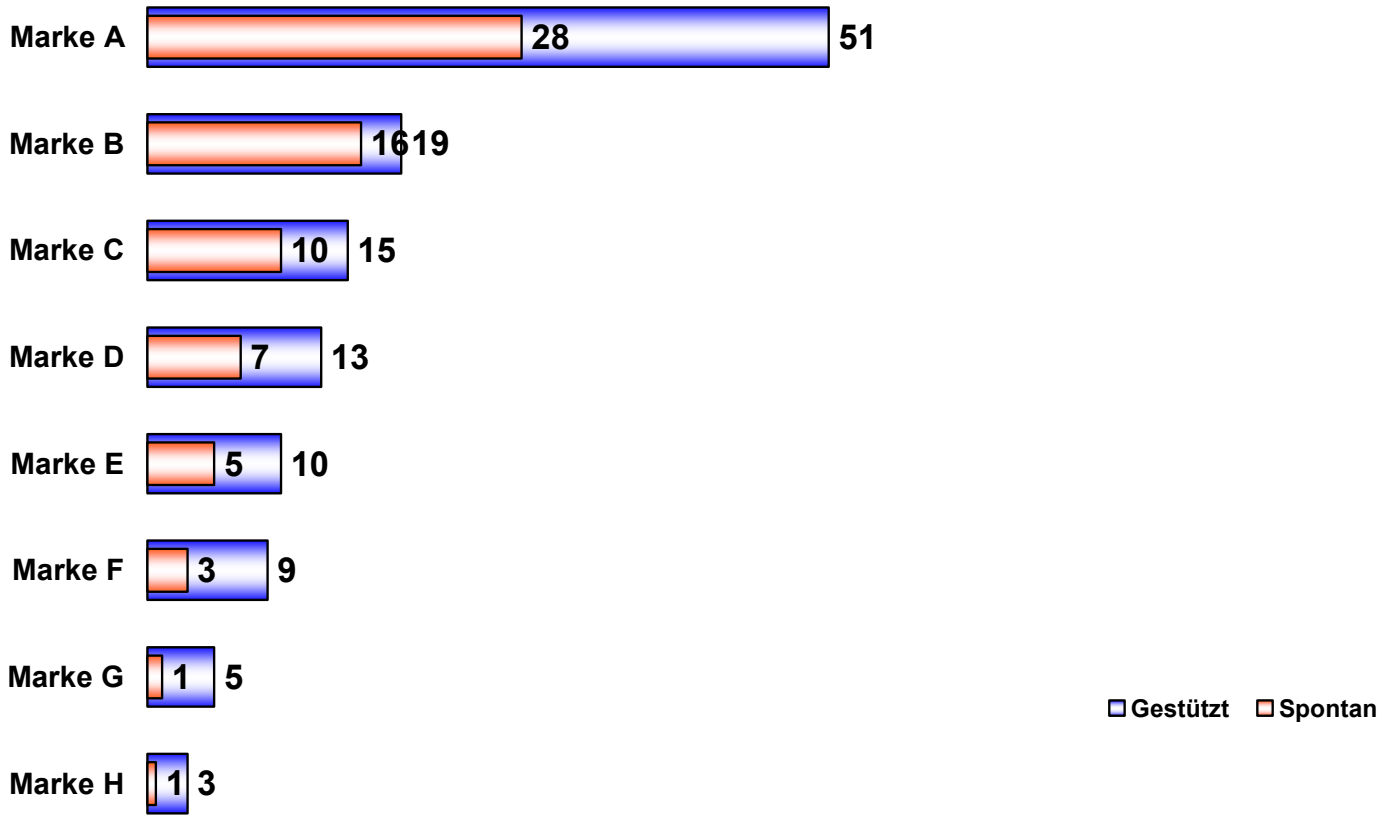
Spontane vs. gestützte Bekanntheit



Ergebnisse

Frage 2:
Für welche Unternehmen aus dem Bereich ... können Sie sich erinnern, in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört zu haben?
Frage 4:
Für welche dieser Unternehmen können Sie sich erinnern, in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört zu haben?
Basis: Total, n= 1000
Angaben in %

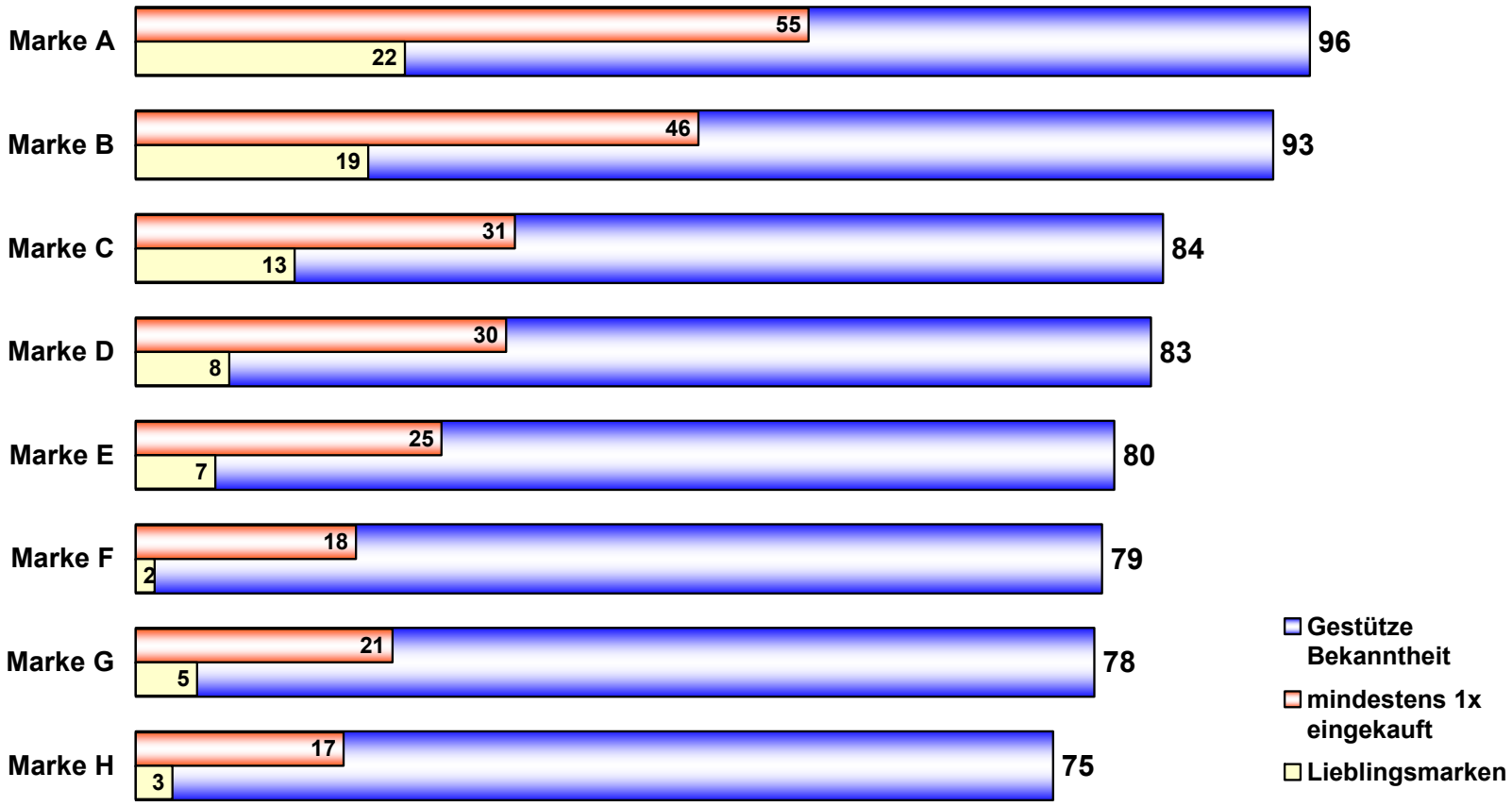
Spontane vs. gestützte Werbe-Erinnerung



Ergebnisse

Frage 3: Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ... kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Frage 9a: Bei welchen Marken haben Sie bereits einmal eingekauft?
Frage 9b: Wo kaufen Sie am liebsten ...?
Basis: Total, n= xx
Angaben in %

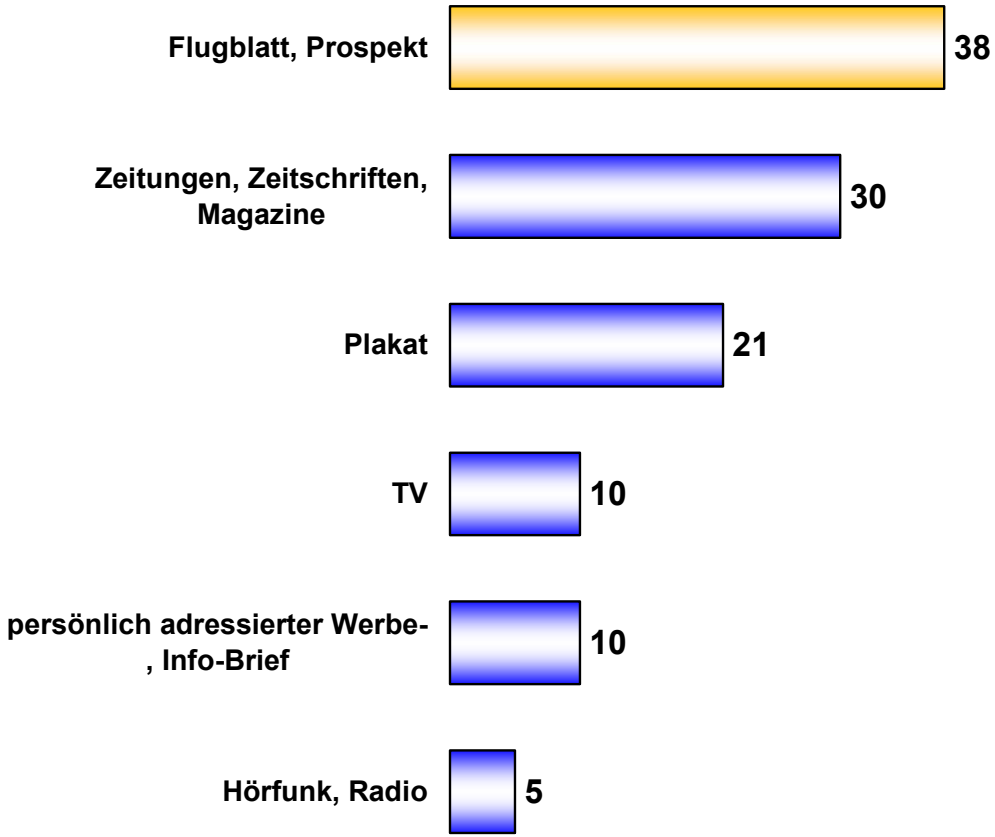
Bekanntheit, Käuferreichweite, Lieblingsmarke



Ergebnisse

Frage 4a:
Sie können sich an Werbung von ...erinnern.
Wo haben Sie Werbung für … bemerkt?
Basis: Erinnerung an … Werbung, n=xx
Angaben in %

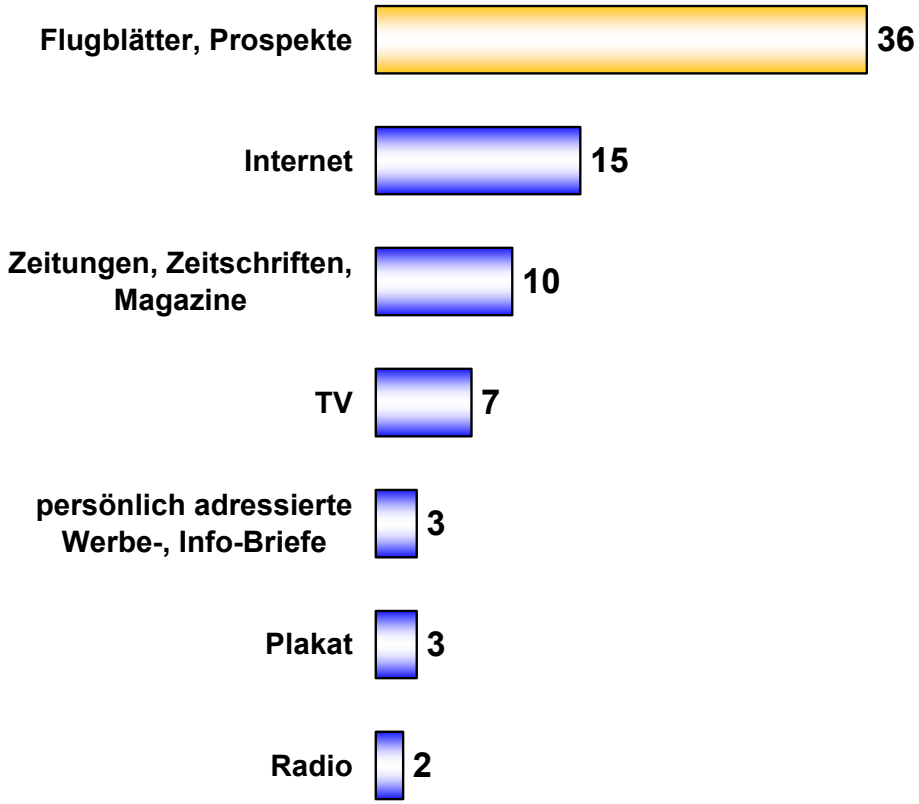
Werbe-Erinnerung pro Medienkanal pro Marke



Ergebnisse

Frage 6a:
Welche Medien nutzen Sie für die Information vor einem Einkauf im Bereich … ?
Basis: haben in den letzten 6 Monaten ... gekauft, n=xx
Angaben in %

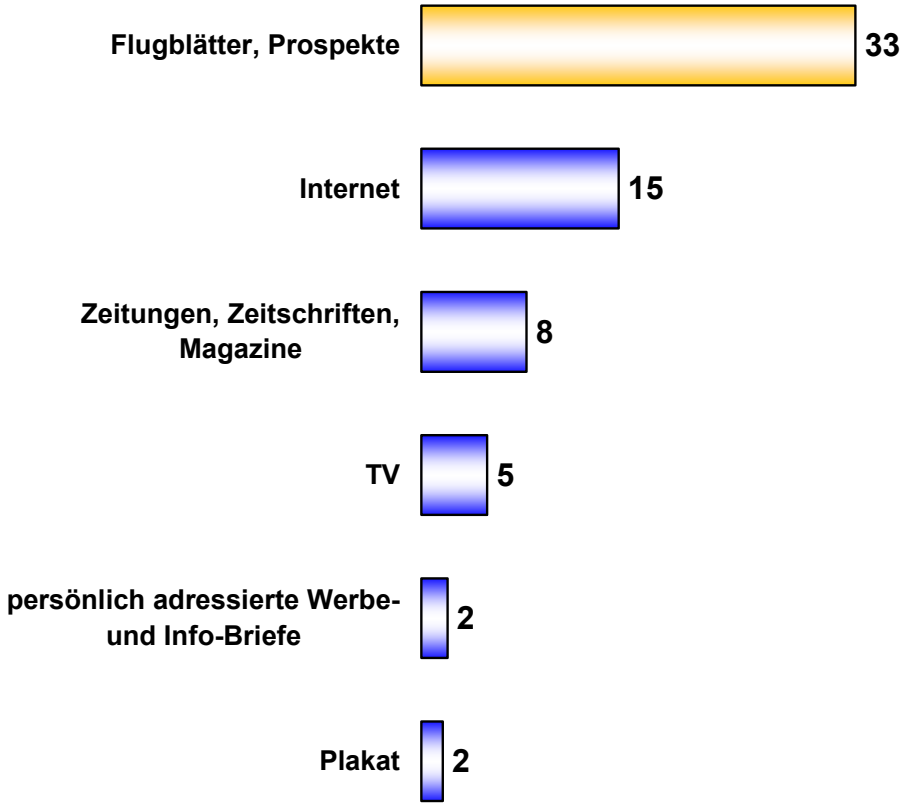
Mediennutzung für Information vor einem Einkauf



Ergebnisse

Frage 6b:
Welche Medien nutzen Sie besonders gerne und häufig, welche sind Ihnen besonders sympathisch?
Basis: haben in den letzten 6 Monaten ... gekauft, n=xxx
Angaben in %

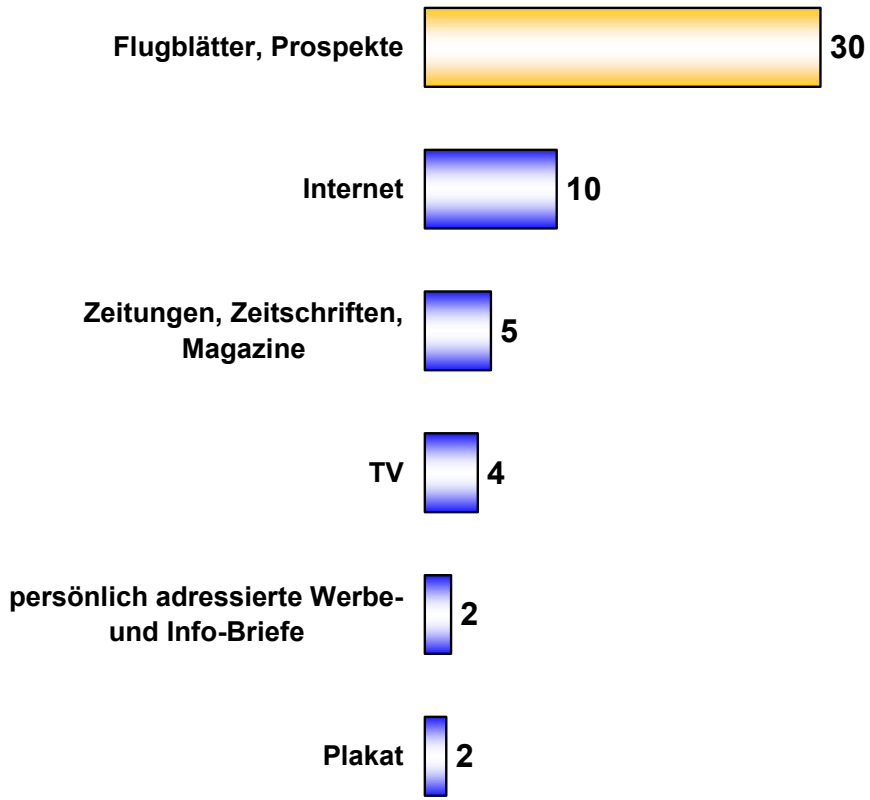
Besonders sympathische Medien



Ergebnisse

Frage 6c:
Welche Medien halten Sie persönlich für am ehesten kaufanregend?
Basis: haben in den letzten 6 Monaten ... gekauft,
n=xxx
Angaben in %

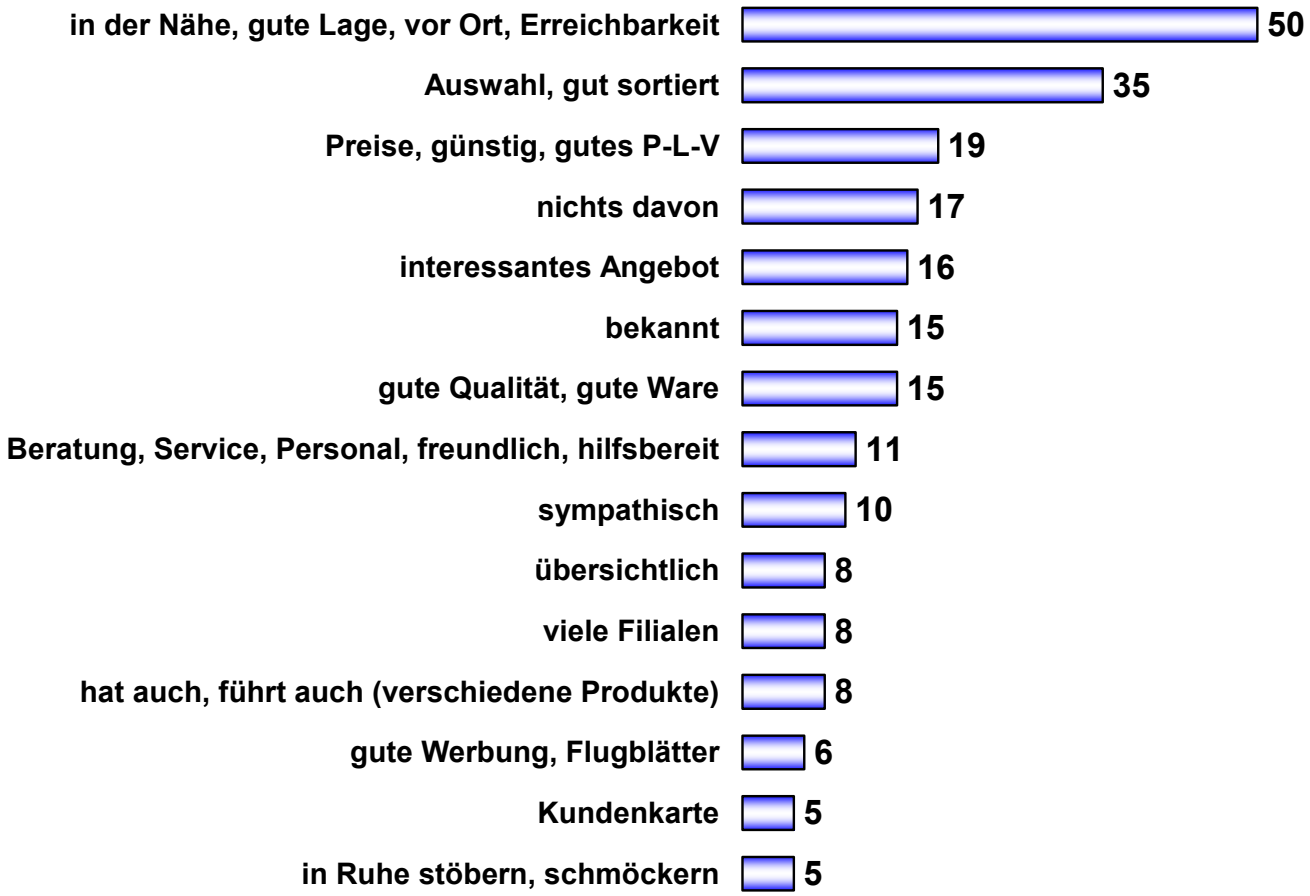
Kaufanregende Medien



Ergebnisse

Frage 9c:
Warum ist Ihnen ... bei einem Einkauf
am liebsten, welche Gründe sprechen für ...?
Basis: Kaufen am liebsten bei ..., n=xx
Angaben in %

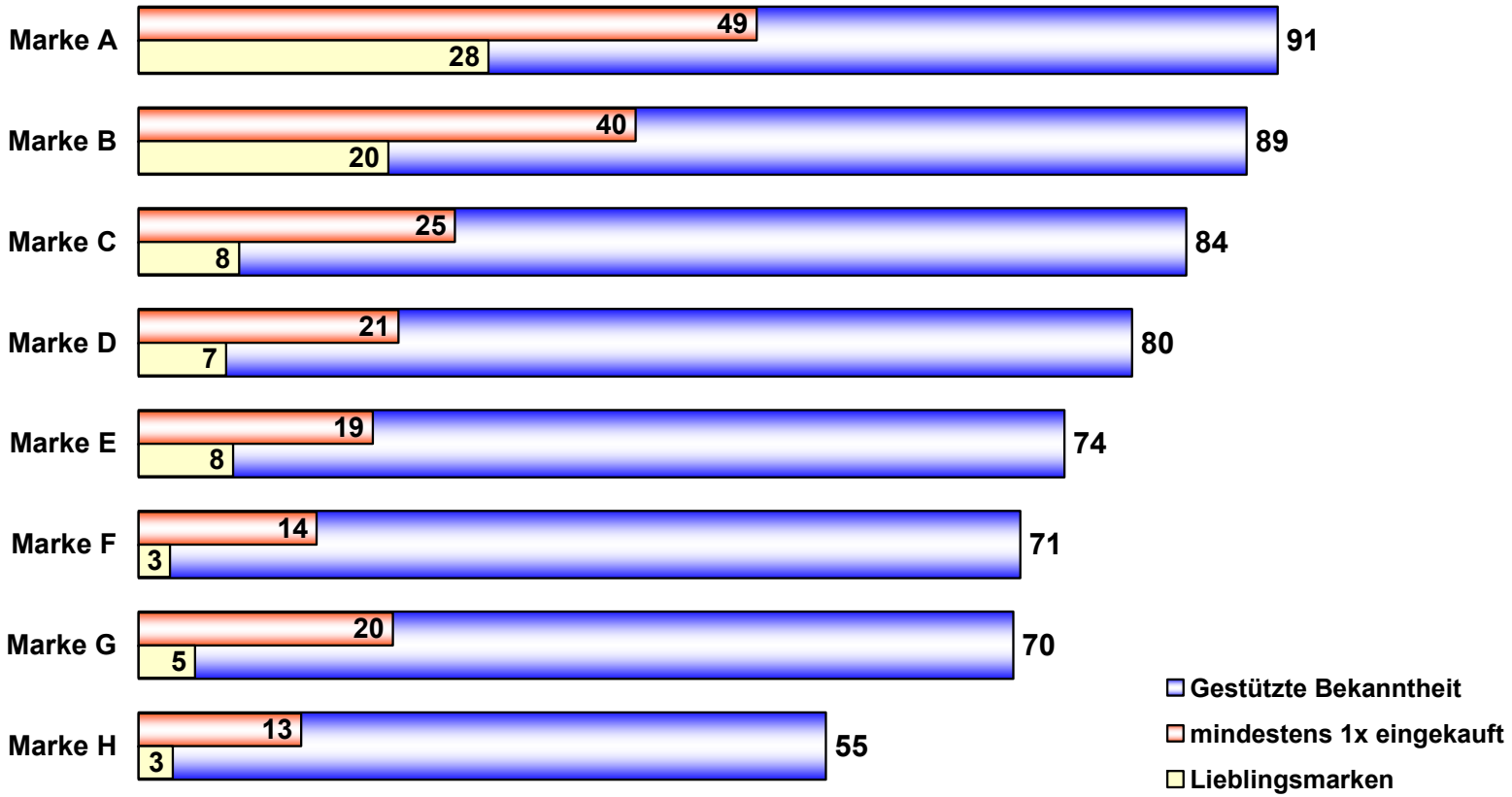
Gründe, die für einen Einkauf bei Marke G sprechen



Ergebnisse

Frage 3: Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ... kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Frage 9a: Bei welchen Marken haben Sie bereits einmal eingekauft?
Frage 9b: Wo kaufen Sie am liebsten …?
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

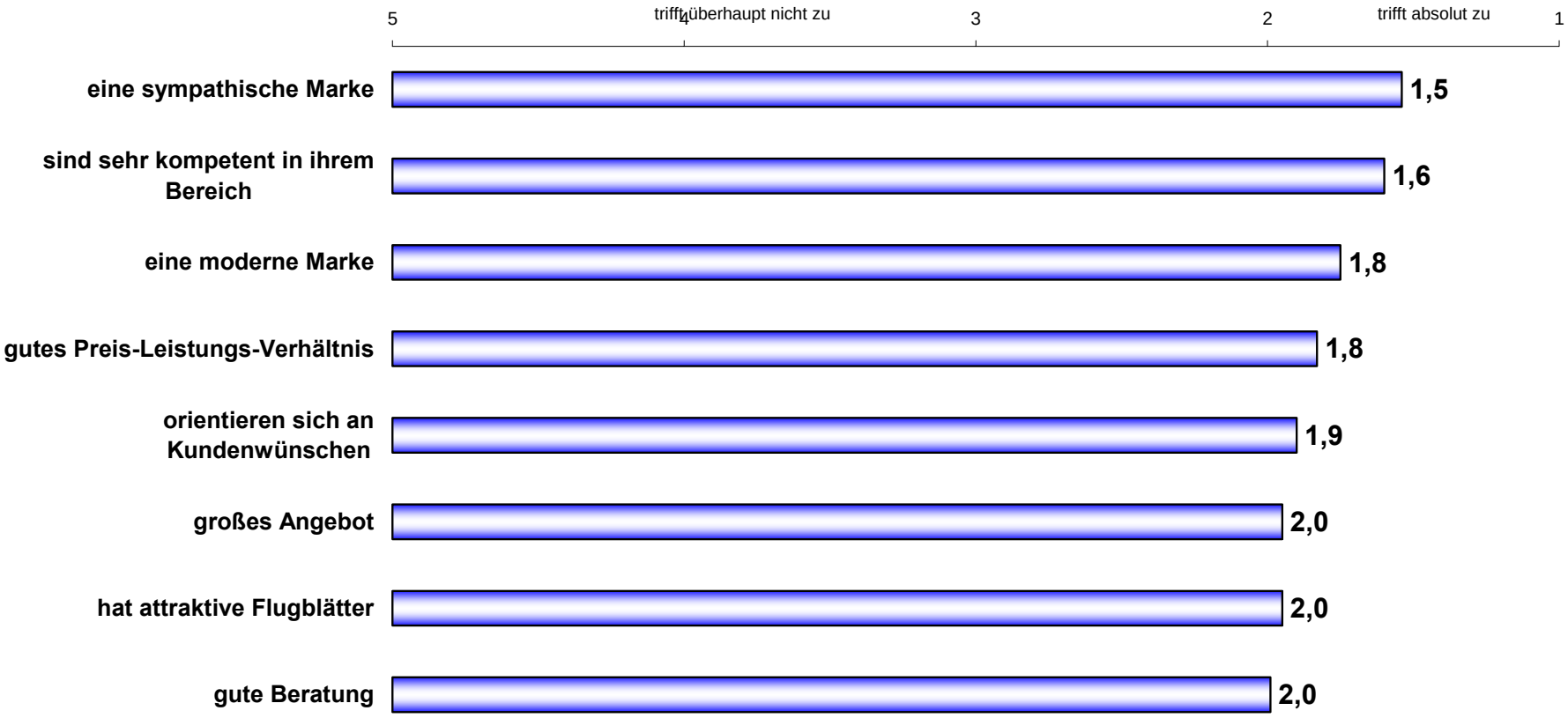
Bekanntheit, Käuferreichweite, Lieblingsmarke pro Branche



Ergebnisse

Frage 10
Sagen Sie mir bitte, wie sehr die jeweilige Ausage auf ...zutrifft.
1 "trifft absolut zu" 5 "trifft überhaupt nicht zu"
Basis: Marke wurde ausgewählt
Angaben in Mittelwerten

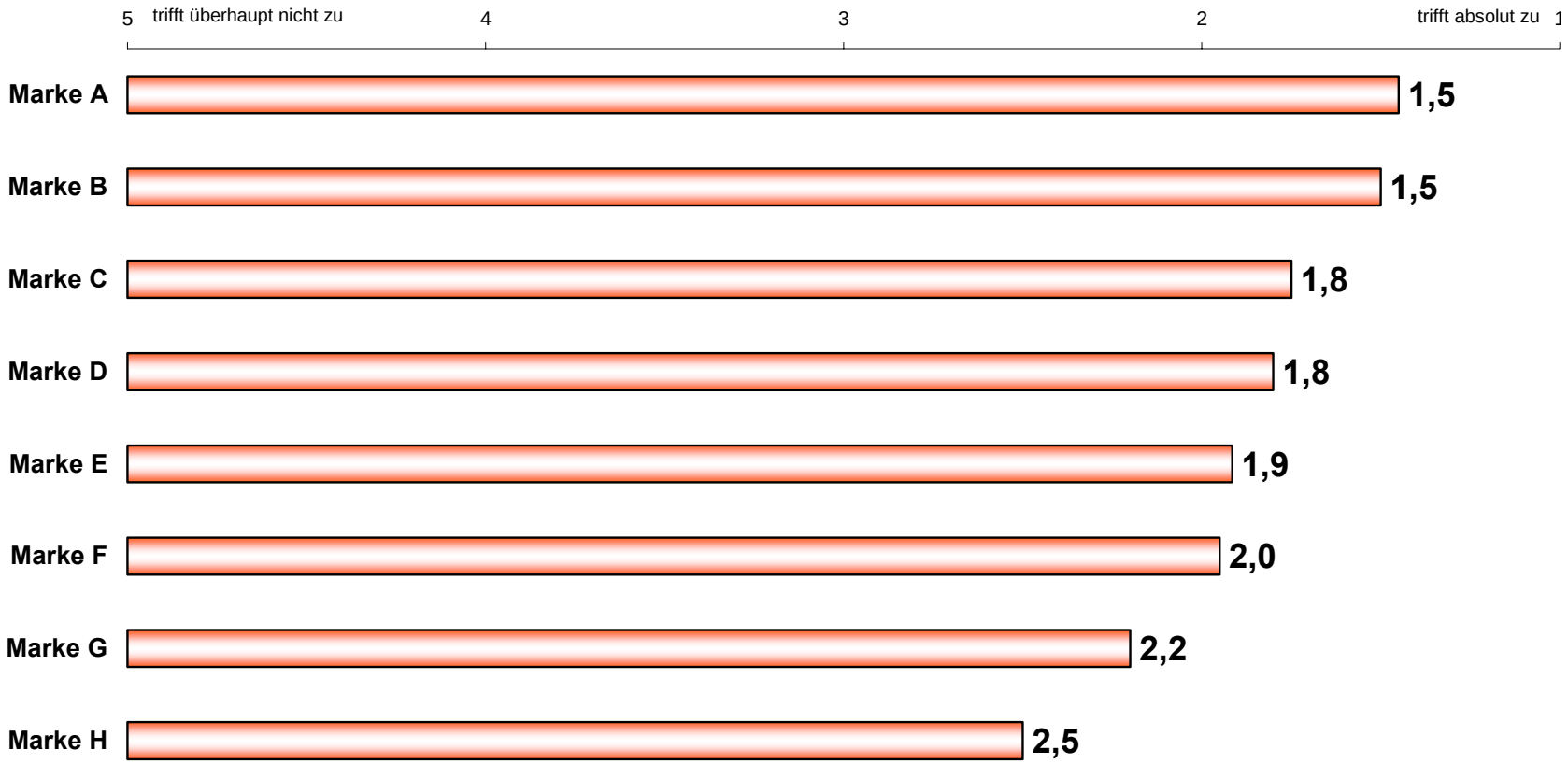
Eigenschaftsprofil Marke B



Ergebnisse

Frage 10
Sagen Sie mir bitte, wie sehr die Aussage "eine sympathische Marke" zutrifft.
1 "trifft absolut zu" 5 "trifft überhaupt nicht zu"
Basis: Marke wurde ausgewählt
Angaben in Mittelwerten

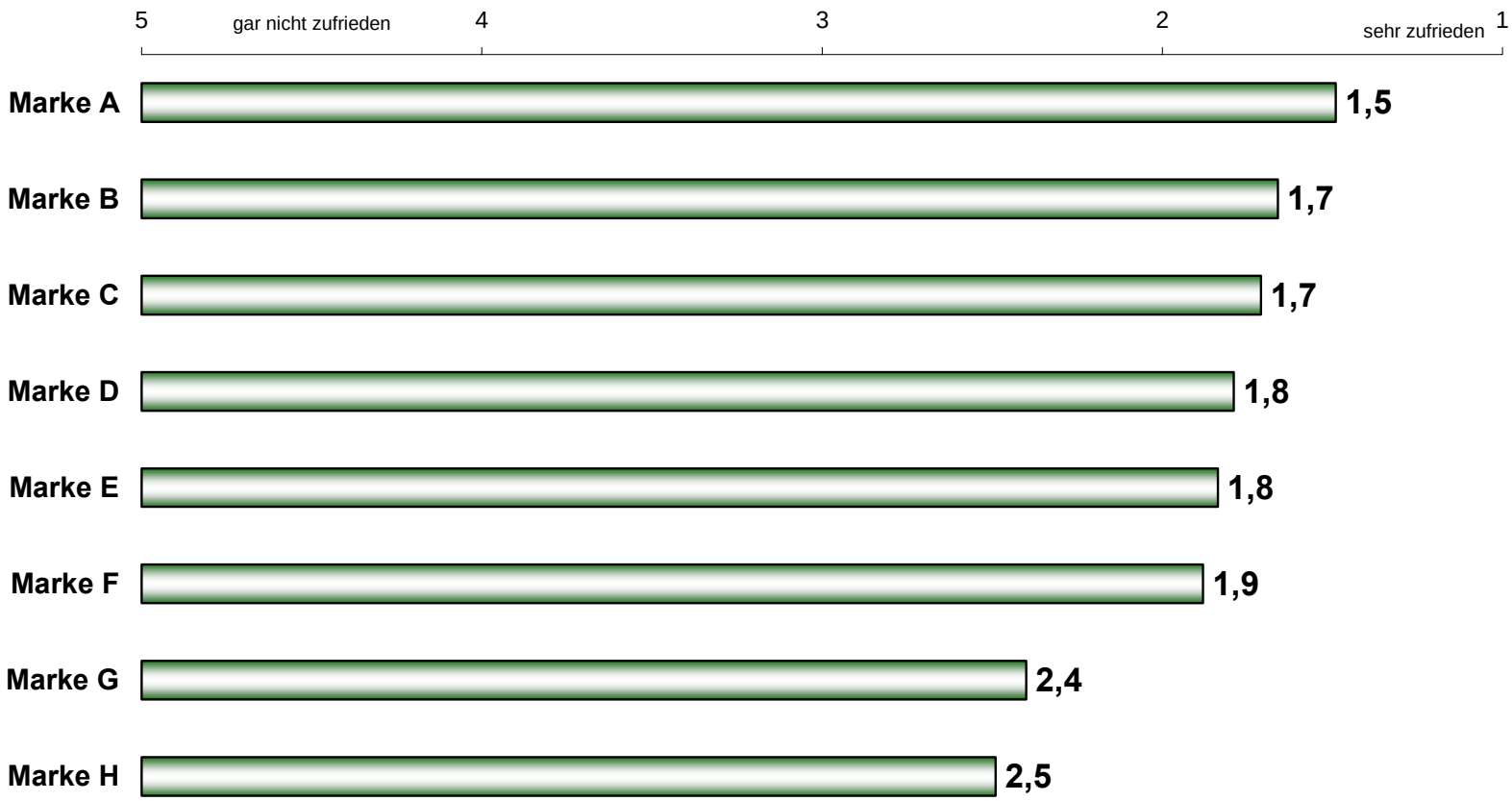
Eigenschaftsprofil Markenvergleich "eine sympathische Marke"



Ergebnisse

Frage 11a
Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Einkauf bei …
?
Basis: Marke ausgewählt
Angaben in Mittelwerten

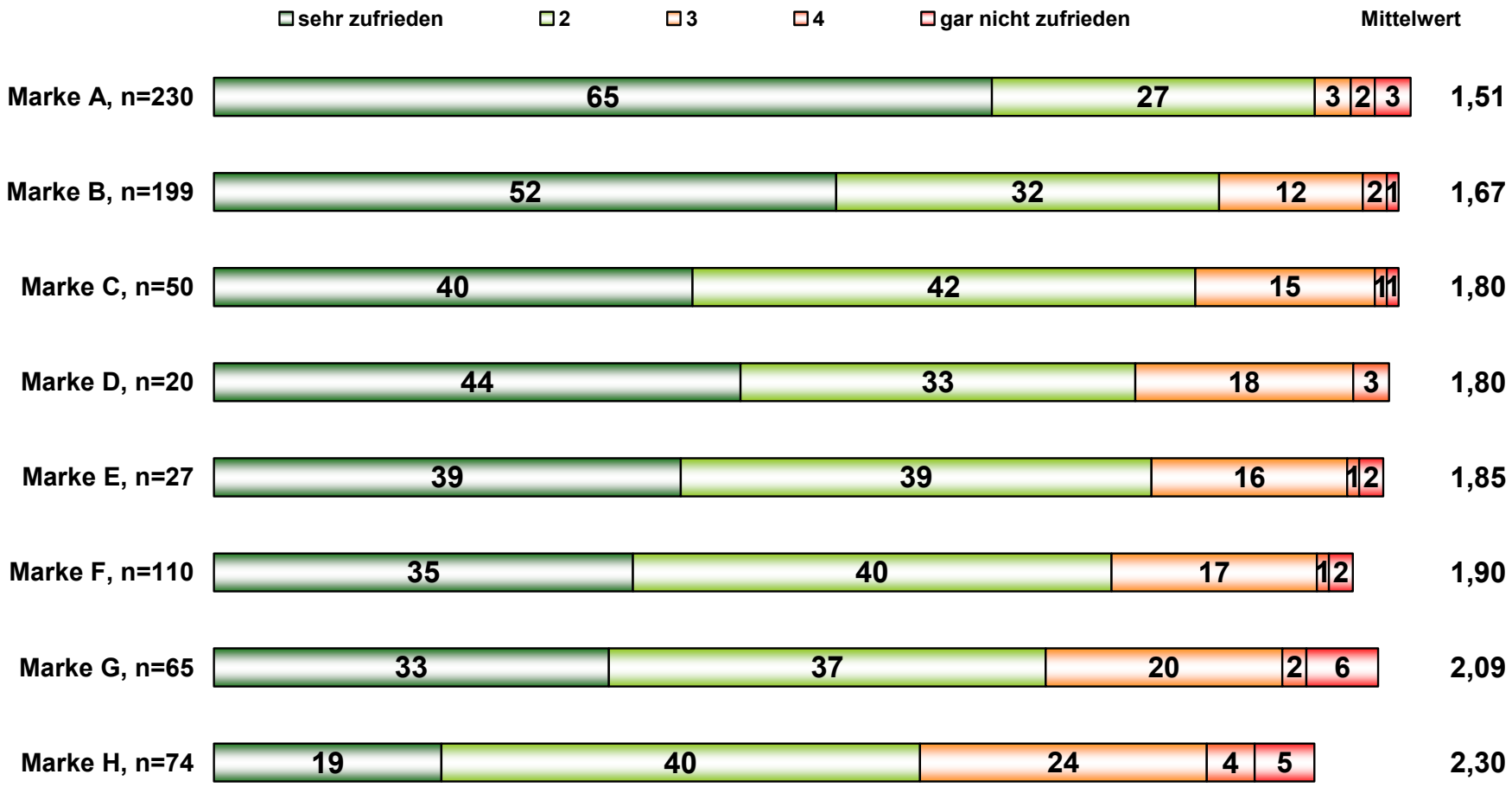
Zufriedenheitsprofil
Markenvergleich



Ergebnisse

Frage 11a
Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Einkauf bei … ?
Basis: Marke wurde ausgewählt
Angaben in %

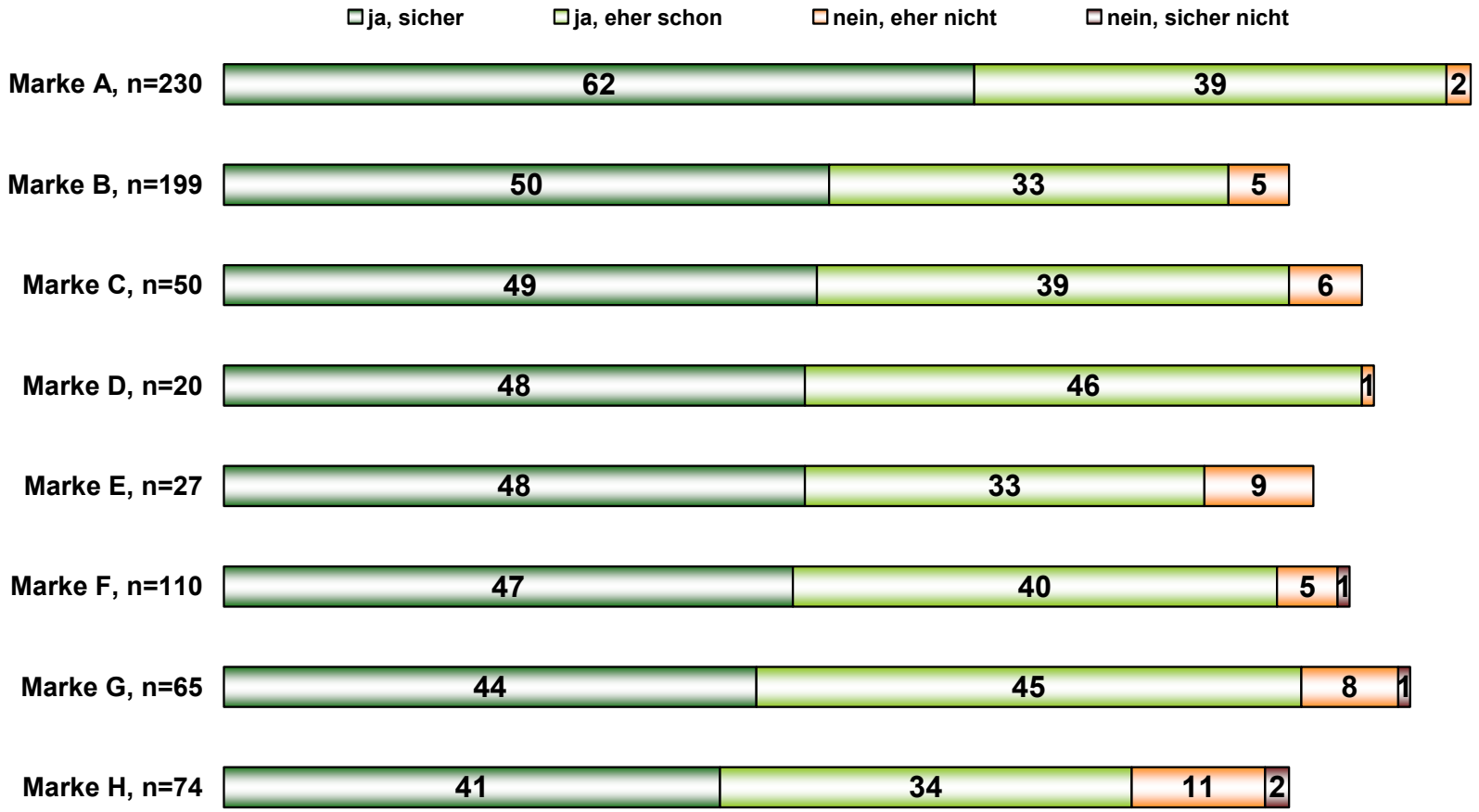
Einkaufszufriedenheit



Ergebnisse

Frage 11b
Würden Sie dieses Geschäft für einen Einkauf im Bereich ... an Freunde, Verwandte, Kollegen weiterempfehlen?
Basis: Marke wurde ausgewählt
Angaben in %

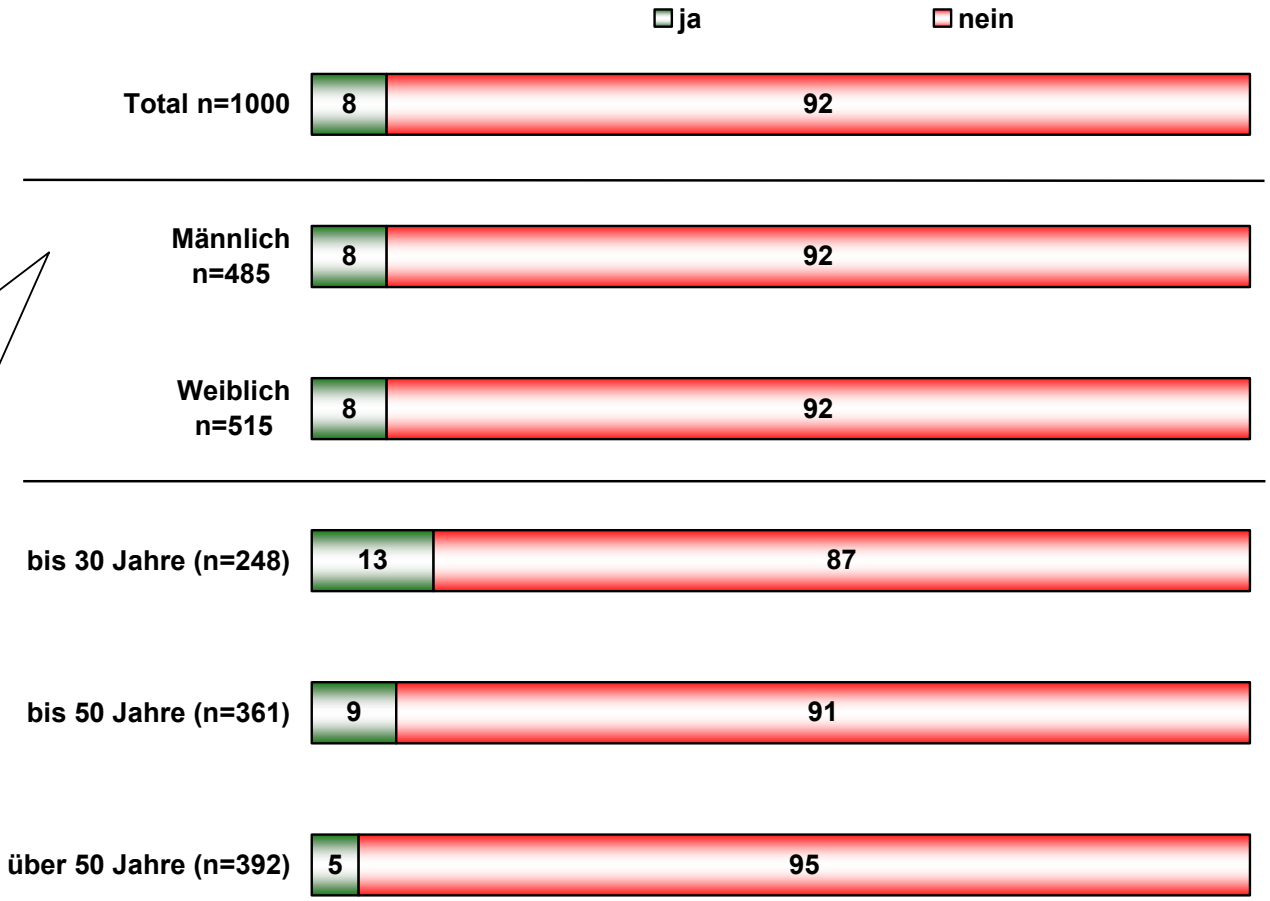
Weiterempfehlung



Ergebnisse

Frage 7
Haben Sie in den letzten 6 Monaten ... Online/im Internet eingekauft/ bestellt?
Basis: Total
Angaben in %

Papier-, Bürowaren im Internet eingekauf



Frage 8.1a, Basis: Online gebucht

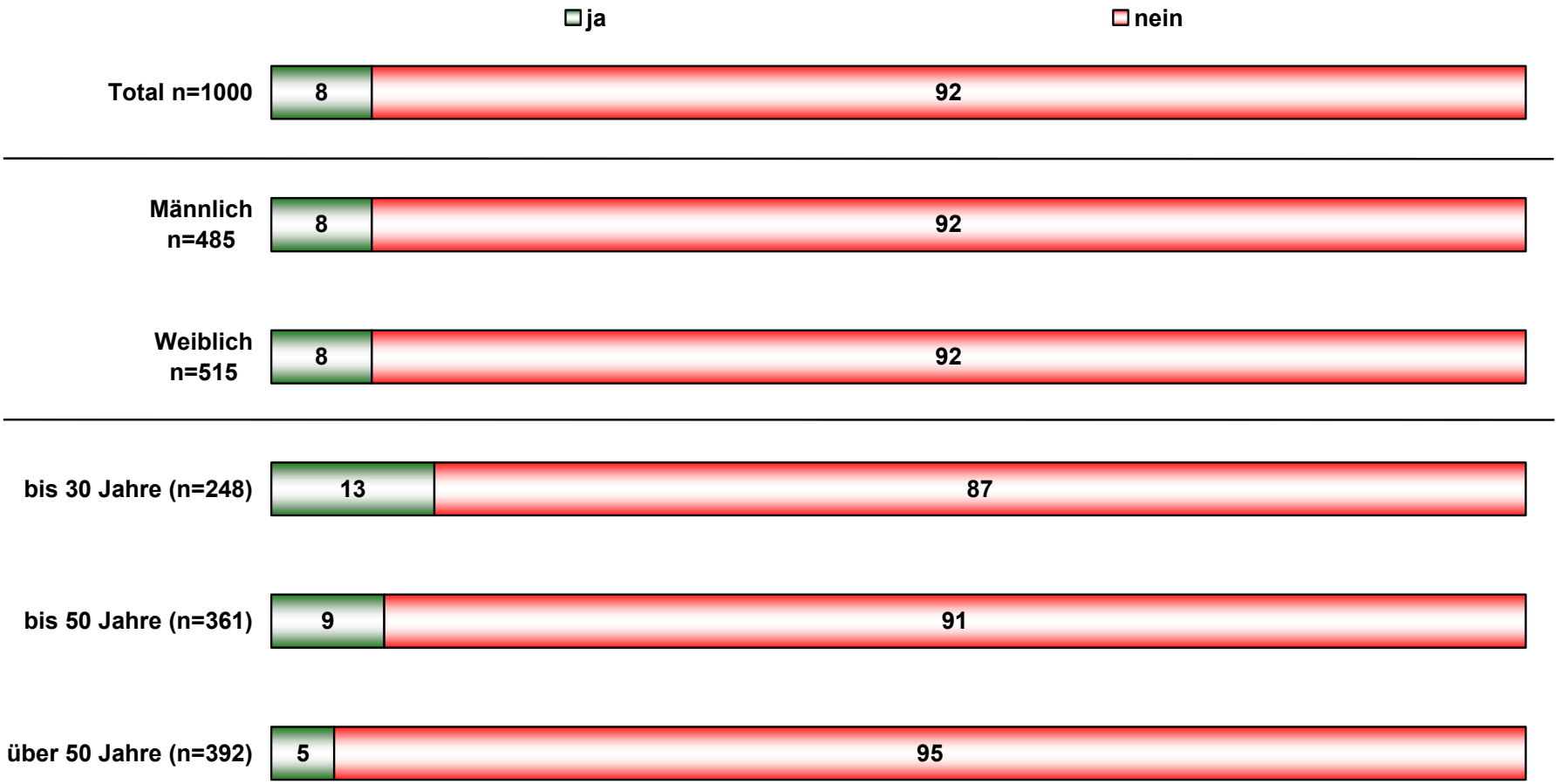
Auf welcher Homepage, bei welchem Anbieter?

Anbieter 1	20%
Anbieter 2	15%
Anbieter 3	5%
Anbieter 4	3%
Anbieter 5	je 2%
Anbieter 6	
Anbieter 7	
Anbieter 8	

Angaben in absoluten Zahlen

Ergebnisse

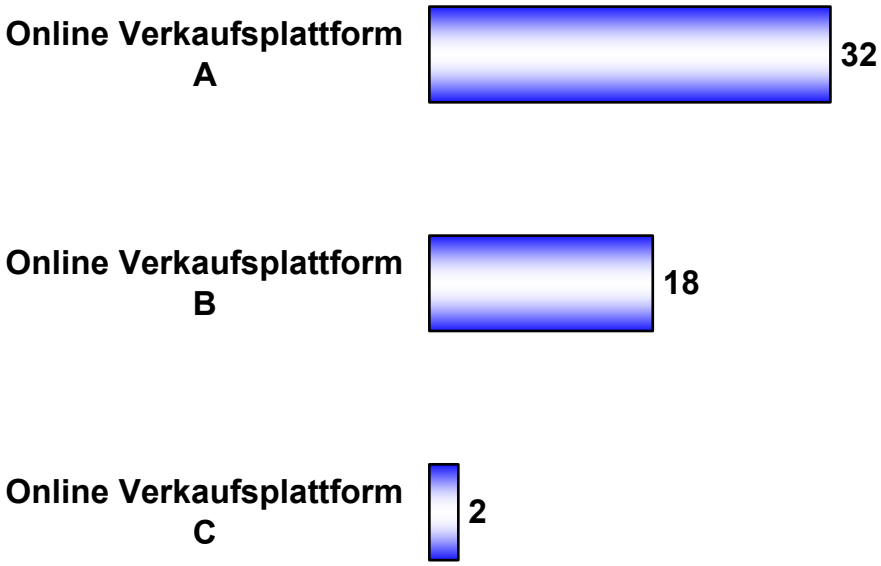
Frage 7
Haben Sie in den letzten 6 Monaten ... Online/im Internet eingekauft/ bestellt?
Basis: Total
Angaben in %



Ergebnisse

Frage 8a
Auf welcher Homepage, bei welchem Anbieter?
Basis: Haben ... online eingekauft, n=xx
Angaben in %

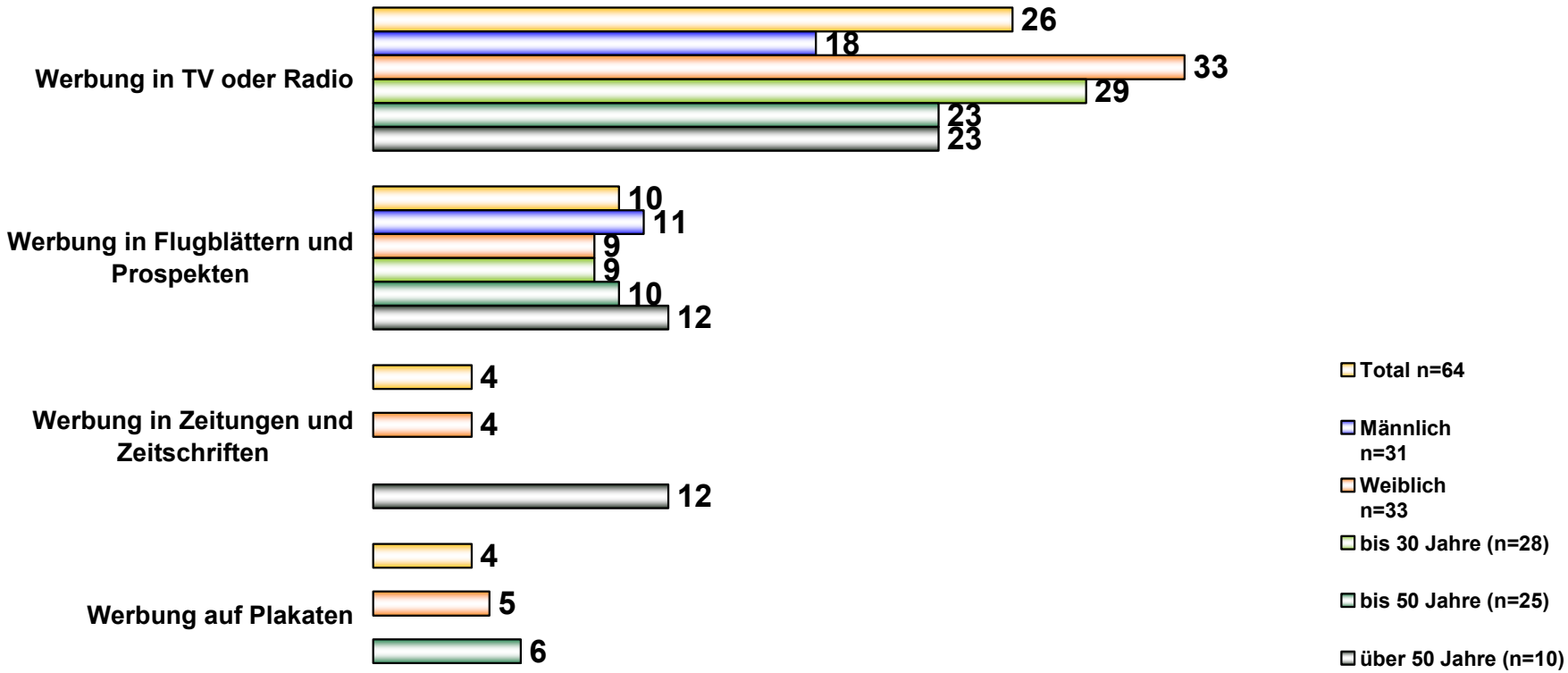
Homepage über die der Einkauf stattgefunden hat



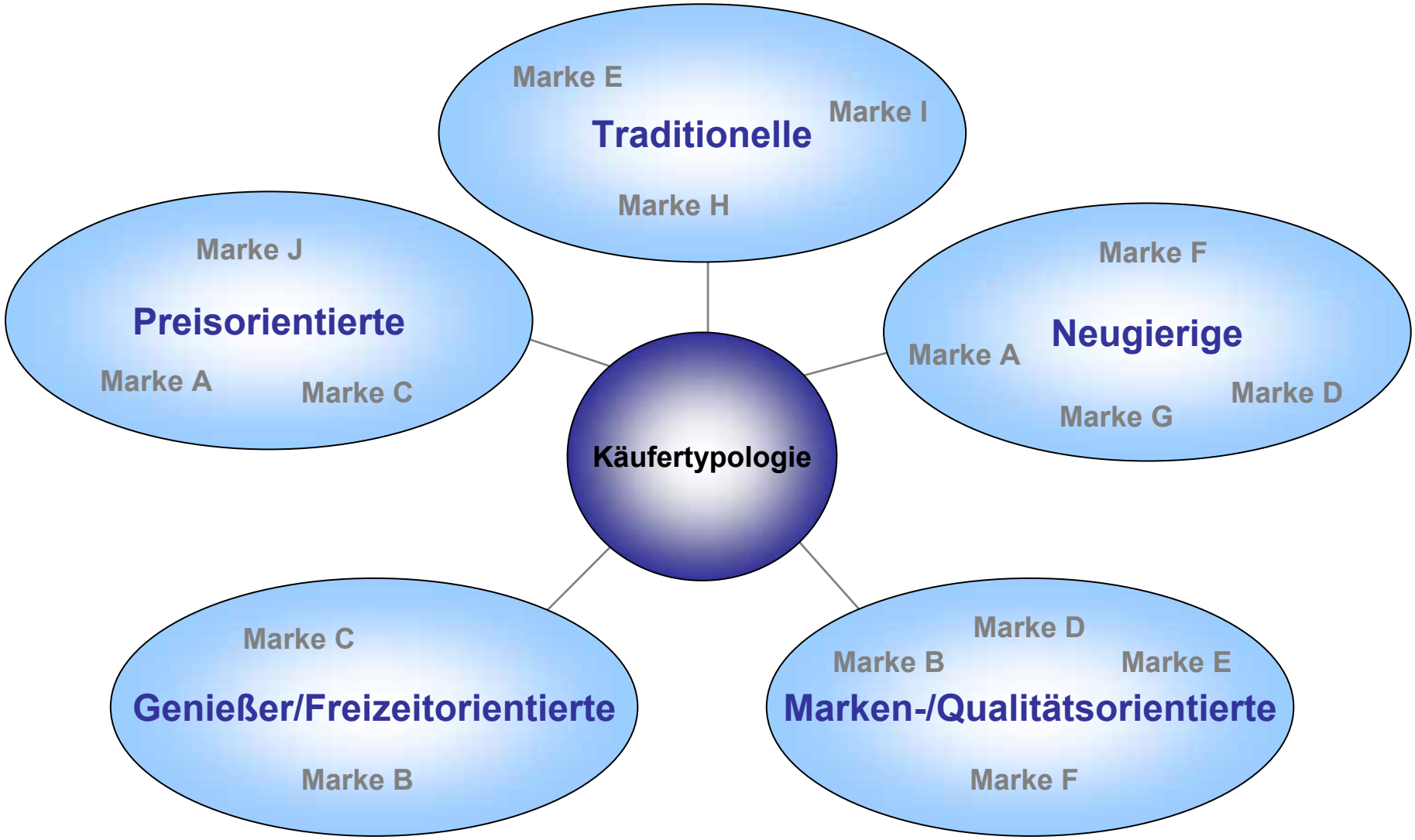
Ergebnisse

Frage 8aa
Wodurch sind Sie auf diese Homepage/s aufmerksam geworden?
Basis: Haben ... online eingekauft
Angaben in %

Auf Homepage aufmerksam geworden, durch ...

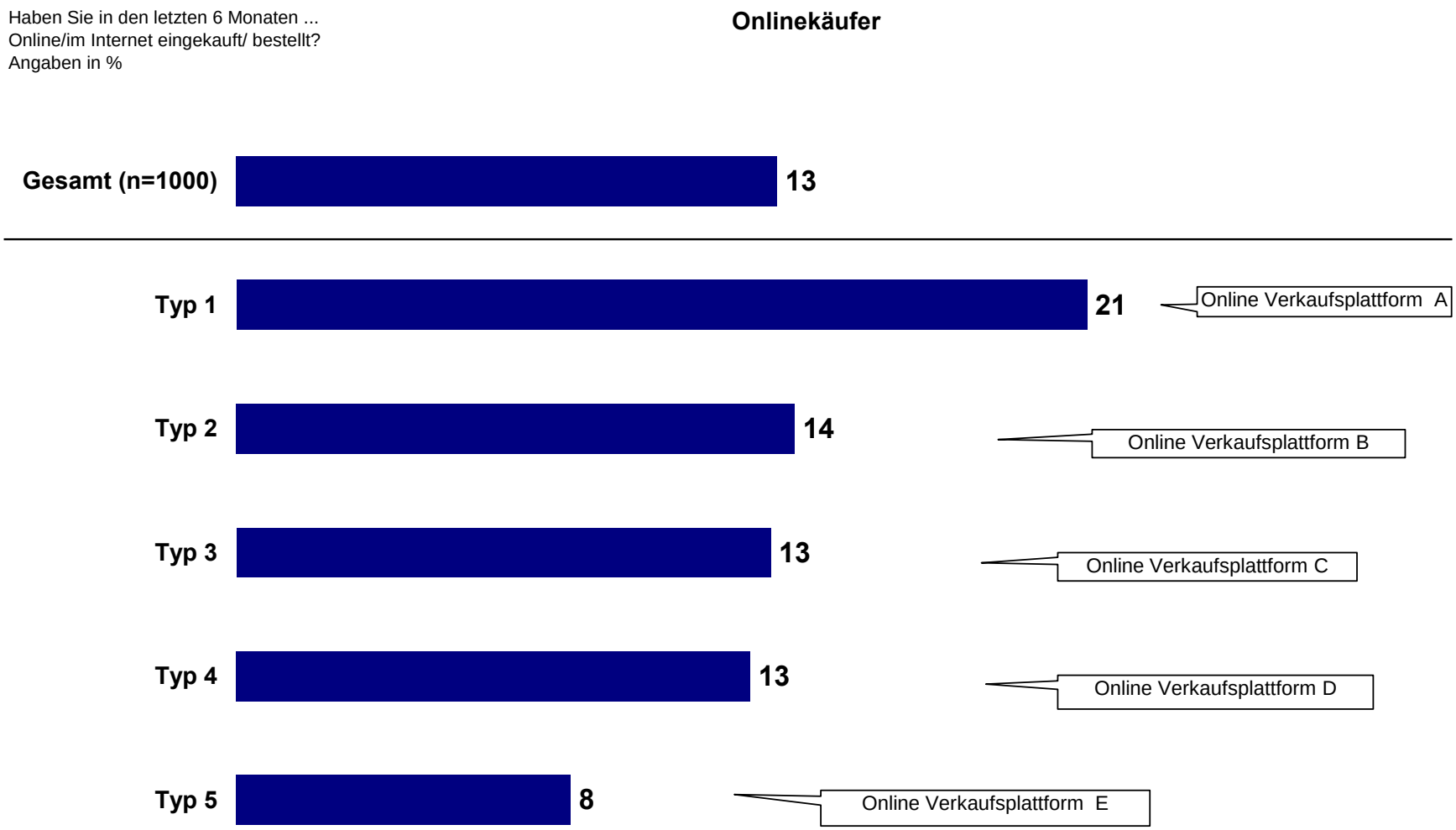


Beispiel Käufertypologie



Beispiel Käufertypologie

Haben Sie in den letzten 6 Monaten ...
Online/im Internet eingekauft/ bestellt?
Angaben in %



Beispiel Käufertypologie

Eigenschaftsproil
Marke A
nach psychologischen Zielgruppen

Frage 10
Basis: Haben bei Marke A gekauft,
n=xx
Angabe in %

Ihre Vorteile

- Der Branchenmonitor wird in einer Kooperation des Österreichischen Gallup-Instituts mit der Post AG durchgeführt. Daher erhalten Sie die Ergebnisse des Branchenmonitors zu einem besonders attraktiven Preis.
- Pro Erhebungswelle besteht die Möglichkeit Ihre individuellen Fragen einzuschalten (die Sie exklusiv erhalten).
- Der Gallup Branchenmonitor wird als telefonische Befragung durchgeführt (CATI) und erreicht damit auch jene Teile der Bevölkerung, die über keinen Internetanschluss verfügen oder nur seltene Internetnutzer sind.

Nehmen Sie jetzt mit uns Kontakt auf: office@gallup.at

Eine Kooperation mit der Post

Weitere Branchen

Lebensmitteleinhandel

Baumärkte

Möbel

Textil

Schuhe

Auto

E-Commerce

Drogeriefachhandel

Elektro

Sport

Reise/Tourismus

Telekom

Ihr Team für den Branchenmonitor

Günter Haunlieb

Senior Studienleiter
Akademischer Markt- und Meinungsforscher

Lektor Werbepsychologie Werbeakademie/WIFI Wien
Schwerpunkt Kundenzufriedenheit

Seit 20 Jahren in der Marktforschung

Email: g.haunlieb@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-17

Mag. Matthias Pázmándy

Studienleiter
Email: m.pazmandy@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-37

Das Österreichische Gallup Institut

Geschäftsführung:
Mag. Georg Wiedenhofer
21 Jahre internationaler Konzernmarketingleiter
Marktforschungserfahrung und Handelspraxis in Österreich und CEE
5 Jahre AC Nielsen mit Schwerpunkt Retail-Betreuung
Präsident des Marketingclub Österreich
Email: g.wiedenhofer@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-13

- 1949 als erstes Meinungs- und Marktforschungsinstitut in Österreich gegründet, gehört Gallup zu den führenden Meinungs- und Marktforschungs-Instituten in Österreich
- derzeit 40 festangestellte Mitarbeiter
- österreichweites Interviewernetz mit 400 freiberuflichen, gut ausgebildeten Mitarbeitern
- Tochterfirmen bzw. Beteiligungen in **5 Ländern**:
  - Psyma Ungarn-Budapest, Mareco Polen-Warschau, Mareco Tschechien-Prag, Psymareco Slovakia-Bratislava, Mareco Index Bosnien-Sarajevo
- Mitglied von **Gallup International**/WIN (Worldwide Independent Network)
  - Partnerinstitute in 80 Ländern der Welt

Anastasius Grün-Gasse 32, 1180 Wien
Tel.: +43 (0)1/470 47 24, Fax: +43 (0)1/470 47 24-45
office@gallup.at, www.gallup.at