

market MARKEN MONITORING

Fruchtjoghurts in Österreich 2013



Eckdaten der Studie

Stichprobe:

n=500 Befragte, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren

Max. stat. Schwankungsbreite der Ergebnisse:
+/- 4,48 Prozent (Signifikanzniveau 95 Prozent)

Methodik:

Persönliche f2f- Interviews durch geschulte Interviewer des Instituts

Erhebungszeitraum:

Juli 2013

Preis:

€ 2.290,- (exkl. 20% MwSt.)

Inhalte:

(genaue Fragestellungen auf der Rückseite)

- Spontane & gestützte Bekanntheit
- Sympathie
- Werbeerinnerung
- Einstufung als Top-Marke
- Innovationsgrad der Marke
- Preis- /Leistungsverhältnis
- Markenbindung
- Qualitätseinschätzung im Vergleich zur Konkurrenz
- Nutzungsverhalten der Marke



Für weitere Informationen,
Auskünfte und Bestellungen:

Mag. Stefan Anzinger
0732 / 2555 – 105
s.anzinger@market.at

Welche Fruchtjoghurts haben aktuell in Österreich die Nase vorn?

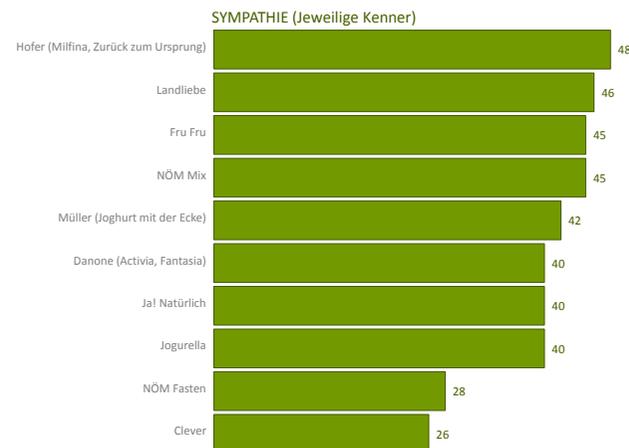
market hat im Rahmen von 500 persönlichen face-to-face Interviews die **gängigsten Fruchtjoghurts** in Österreich unter die Lupe genommen und die bekannten Fruchtjoghurt-Marken anhand definierter Kennwerte geprüft. Die **Ergebnisse dieser Befragung** liegen nun vor und können jederzeit bei uns bestellt werden!

Eckdaten der Erhebung und konkrete Inhalte entnehmen Sie bitte dem **Balken links**, die einzelnen Fragestellungen und abgefragten Marken finden Sie auf der **Rückseite!**

Der Ergebnisband mit **Grafiken, Tabellen** und **Kommentarbericht** steht Ihnen ab sofort zum **Preis von € 2.290,-** (exkl. 20% MwSt.) zur Verfügung. Bei Bestellung wird Ihnen dieser sowohl in elektronischer als auch in postalischer Form (in zweifacher Ausfertigung) innerhalb einer Woche übermittelt.

Als kleinen Vorgeschmack darauf dürfen wir Ihnen folgenden Auszug aus den Ergebnissen des Marken-Monitorings für Fruchtjoghurt 2013 präsentieren: **Sympathie der TOP 10 Fruchtjoghurt-Marken**

BASIS: Jeweilige Kenner der Marke



Dabei ist erkennbar, dass auch heuer wieder die einzelnen Anbieter in punkto Sympathie oftmals gleich aufliegen und damit aus Kundensicht nur wenig differenzieren. Tendenziell die Nase vorne haben dabei jedoch wie zuletzt die Hofer-Eigenmarken.

market MARKEN MONITORING

Fruchtjoghurts in Österreich 2013

Die abgefragten Fruchtjoghurts:

- Almighurt
- Bauer
- Berg Bauer
- bio plus
- Clever
- Cremix
- Danone
- Emmi
- Fru Fru
- Gmundner Milch
- Hofer (Milfina, Zurück zum Ursprung)
- Ja! Natürlich!
- Jogurella
- Joya
- Kärntner Milch
- Ländle Dessert
- Landliebe
- Luftkuss
- Müller
- Nestle LC1
- NÖM Fasten
- NÖM Mix
- Optiwell
- Salzburger Land
- Schärdinger
- Spar (Natur pur, S-Budget, free from)
- Stainzer
- Tirol Milch
- Zott

Die Einzelfragen

• **SPONTANE BEKANNTHEIT:**

„Welche Fruchtjoghurt-Marken fallen Ihnen spontan ein?“

• **GESTÜTZTE BEKANNTHEIT:**

„Nachfolgend finden Sie verschiedene Marken angeführt. Welche davon kennen Sie zumindest dem Namen nach?“

• **SYMPATHIE:**

„Welche dieser Marken sind Ihnen besonders sympathisch?“

• **WERBEERINNERUNG:**

„Von welchen der Ihnen bekannten Marken ist Ihnen in letzter Zeit Werbung aufgefallen?“

• **EINSTUFUNG ALS TOP-MARKE:**

„Es gibt ja so genannte Top-Marken, also besonders tolle Marken. Bei welchen Ihnen bekannten Marken würden Sie sagen, das ist eine Top-Marke?“

• **INNOVATIONSGRAD:**

„Welche Marken bieten immer wieder neuartige Leistungen, Produkte an, welche Marken sind besonders innovativ?“

• **PREIS- /LEISTUNGSVERHÄLTNIS:**

„Welche Marke bietet ein gutes Preis- /Leistungsverhältnis?“

Bitte bewerten Sie die Marken hinsichtlich:

• **MARKENBINDUNG**

Note 1: Diese Marke „liebe“ ich, wäre sehr enttäuscht, wenn es diese Marke/dieses Unternehmen nicht mehr geben würde

Note 5: Bei dieser Marke/diesem Unternehmen würde es mir nichts ausmachen, wenn es sie nicht mehr gibt

• **QUALITÄTSEINSCHÄTZUNG**

Note 1: hat sehr viel bessere Qualität als andere Marken

Note 5: unterscheidet sich in puncto Qualität nicht von den anderen Marken

• **NUTZUNGSHÄUFIGKEIT**

Note 1: nutze derzeit regelmäßig

Note 2: nutze derzeit ab und zu

Note 3: habe ich früher genutzt

Note 4: nutze ich überhaupt nicht

