



Jugendliche Konsumwelten

Growth from Knowledge

GfK Custom Research GmbH

jugendforschung
youth research

GfK

EINSTELLUNG ZU MARKEN IN EUROPA

GfK

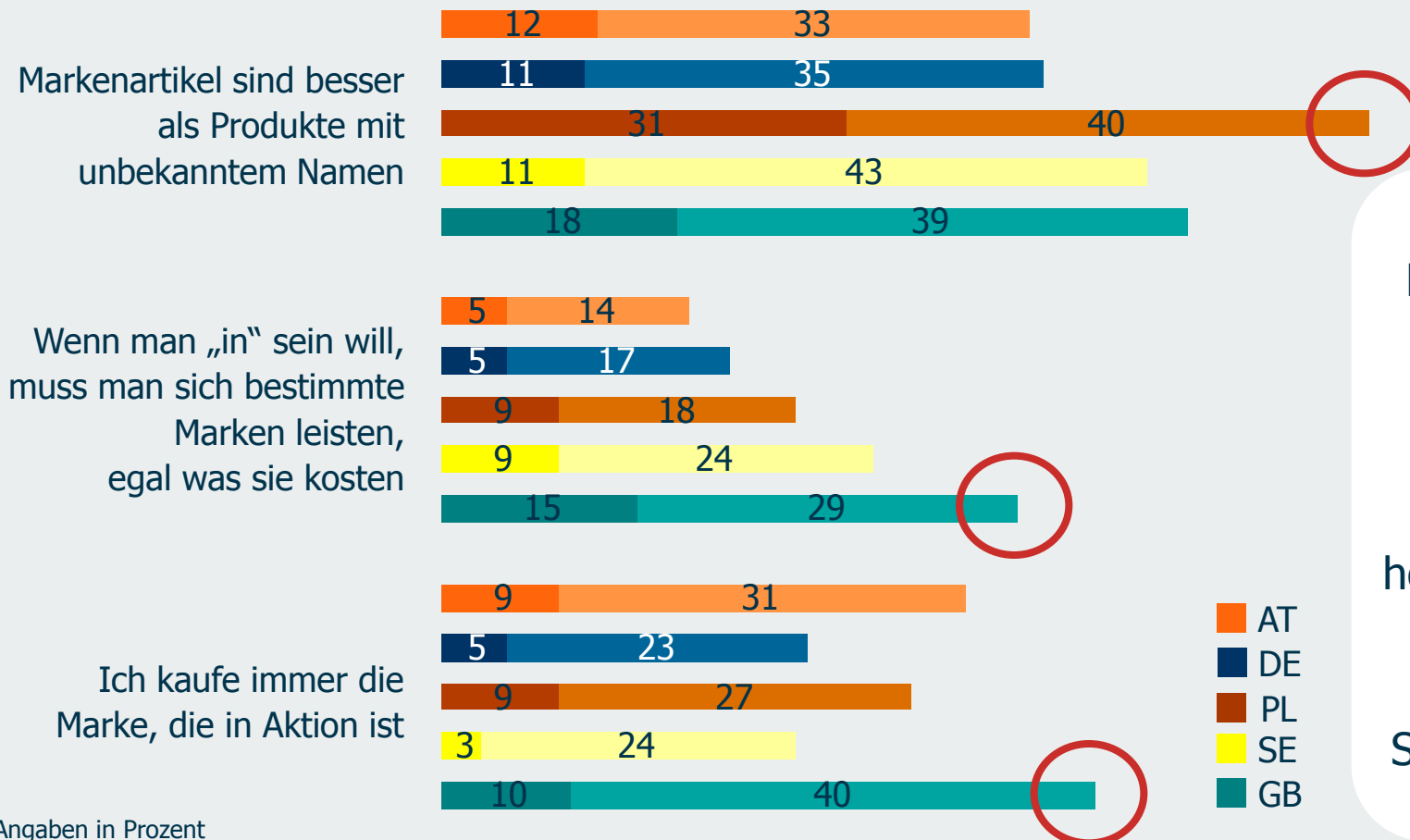
Einstellungen zu Marken – Vertrauen und Wirkung

Entgegen dem Ruf „der Jugend“: Nicht alle sind „markenhörig“

Frage: Nachstehend finden Sie einige Aussagen zu unterschiedlichen Themenbereichen. Bitte kreuzen Sie jeweils an, inwieweit Sie dieser zustimmen.

3

Skala von 1=stimme sehr zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu, hier genannt: 1 und 2 (Top Two Boxes)



Größtes
Markenvertrauen
in PL,
geringstes
in DE, AT

höchste Korrelation
mit „in“ sein
und Top-Marken-
Schnäppchenjäger
in GB

Angaben in Prozent

Quelle: GfK Austria Sozialforschung, Europäische Jugendstudie 07 (AT, DE, PL, SE, GB), n=5.000, Befragungszeitraum 07.05. - 18.05.2007



Top-Marken, die dem Lebensgefühl entsprechen

Spontane Nennungen

Frage: Welche Marke passt im Moment am besten zu Ihrem Lebensgefühl?

4

Öfter Sport- und Kleidungsmarken in AT, DE, PL:

Österreich: Puma (5%), Adidas (4%),

Deutschland: Puma, Esprit und Adidas (je 4%), Nike (3%)

Polen: Nike (8%), Adidas und Puma (je 3%),
Reebok und Crop (Town) (je 2%)

Öfter Technologie-Marken in SE, GB:

Schweden: Apple/iPod & andere Computermarken (je 3%),
Playstation und H&M (je 2%)

Großbritannien: Nike (5%), Apple/iPod (3%), Playstation (2%)

Häufigste Spontane Nennung in allen Ländern: „da fällt mir keine Marke ein“

„In“-Marken bei Kleidung – Spontane Nennungen

Frage: Welche Marke finden Sie zur Zeit bei Kleidung richtig „in“? (offene Fragen)

5

Wieder Ähnlichkeiten AT und DE :

Österreich: Esprit (5%) Puma und H&M (je 4%),
DG und Tommy Hilfiger (je 3%)

Deutschland: Esprit (8%), Puma und H&M (je 4%),
Adidas, DG, Levis, New Yorker, Only, S.Oliver und Nike (je 2%)

H&M am meisten Spontannennungen über aller Länder (außer GB):

Schweden: Cheap Monday (5%), H&M (4%), Acne und Gina Tricot (3%), Diesel, Levis, Lee
und J Lindberg (je 2%)

Polen: Nike (9%), H&M (8%), Crop (Town) (6%),
House und Reserved (je 5%)

IN GB Nike am ehesten Gemeinsamkeit mit anderen Ländern:

Großbritannien: Kate Moss und Top Shop (je 7%), Nike (5%), Bench (4%)

Häufigste Spontane Nennung in allen Ländern: „da fällt mir keine Marke ein“



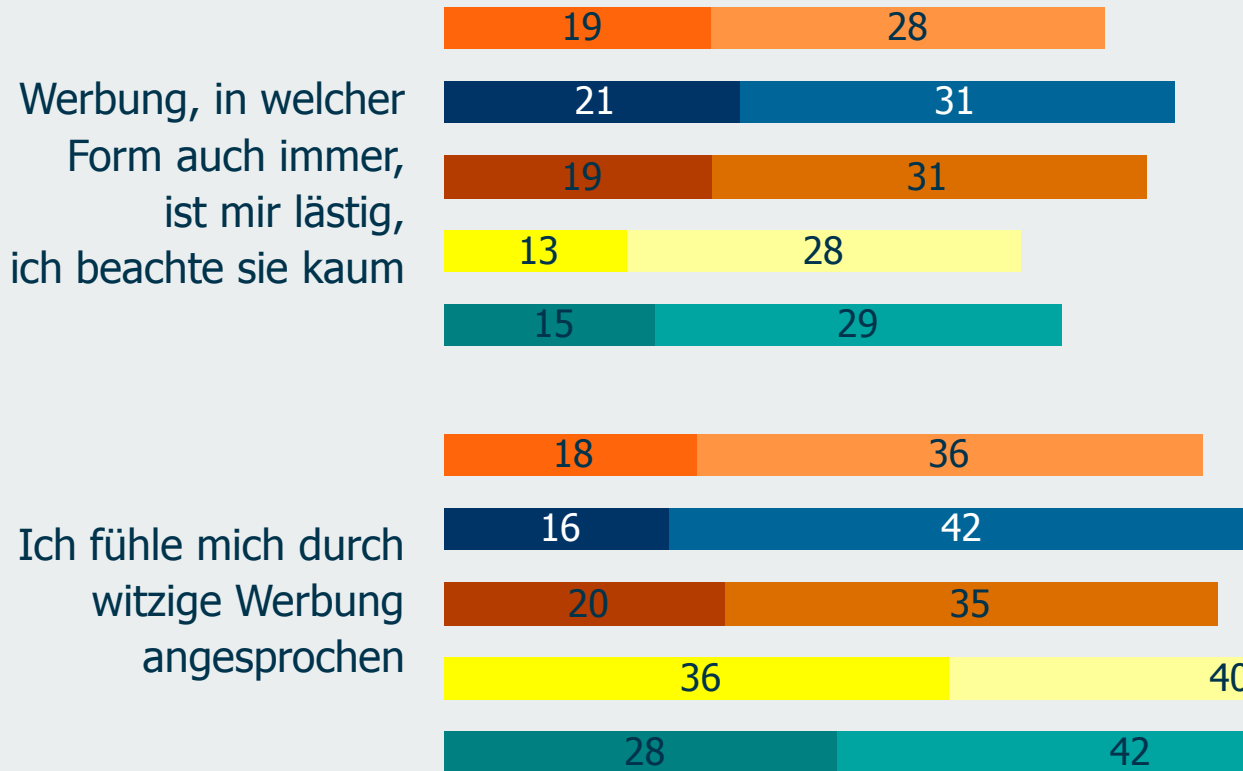
WERBUNG UND SPONSORING

GfK

Akzeptanz von Werbung: Humor hilft

Frage: Nachstehend finden Sie einige Aussagen zu unterschiedlichen Themenbereichen. Bitte kreuzen Sie jeweils an, inwieweit Sie dieser zustimmen.

Skala von 1=stimme sehr zu bis 4=stimme überhaupt nicht zu, hier genannt: 1 und 2 (Top Two Boxes)



SE und GB:
besonders hohe
Wertschätzung für
Witz in
der Werbung

AT
DE
PL
SE
GB

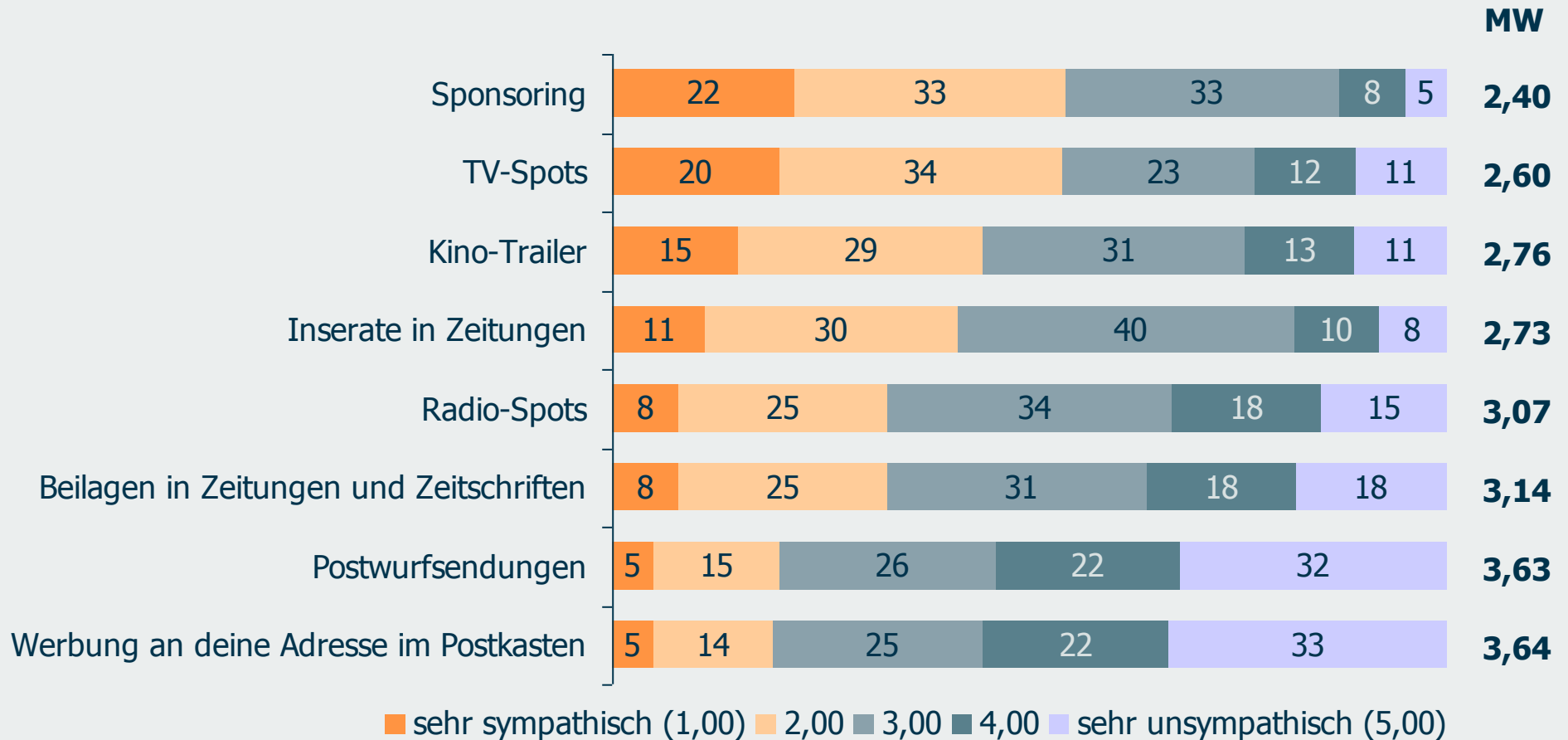
Angaben in Prozent

Quelle: GfK Austria Sozialforschung, Europäische Jugendstudie 07 (AT, DE, PL, SE, GB), n=5.000, Befragungszeitraum 07.05. - 18.05.2007

Sympathische Werbearten

8

Frage: Wie sympathisch findest du generell folgende Werbearten?

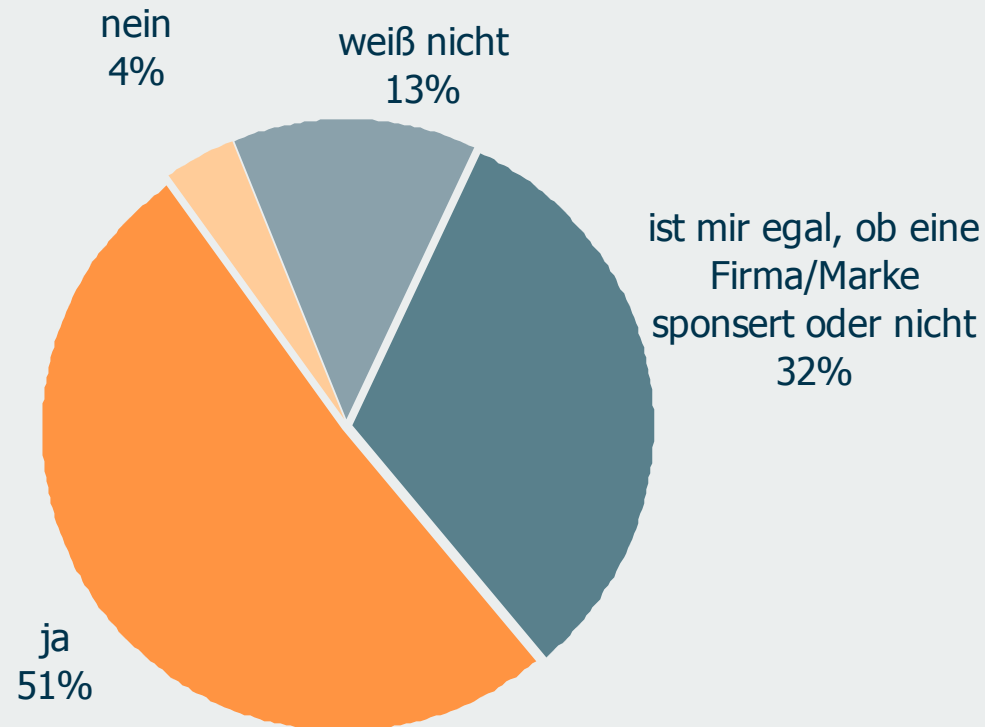


gereiht nach: sehr sympathisch/unsympathisch

Angaben in Prozent

Sympathie von Firma oder Marke

Frage: So ganz allgemein gesprochen, findest du eine Firma oder Marke, die sponsert, sympathisch?



Mediale Wahrnehmung von gesponserten Veranstaltungen

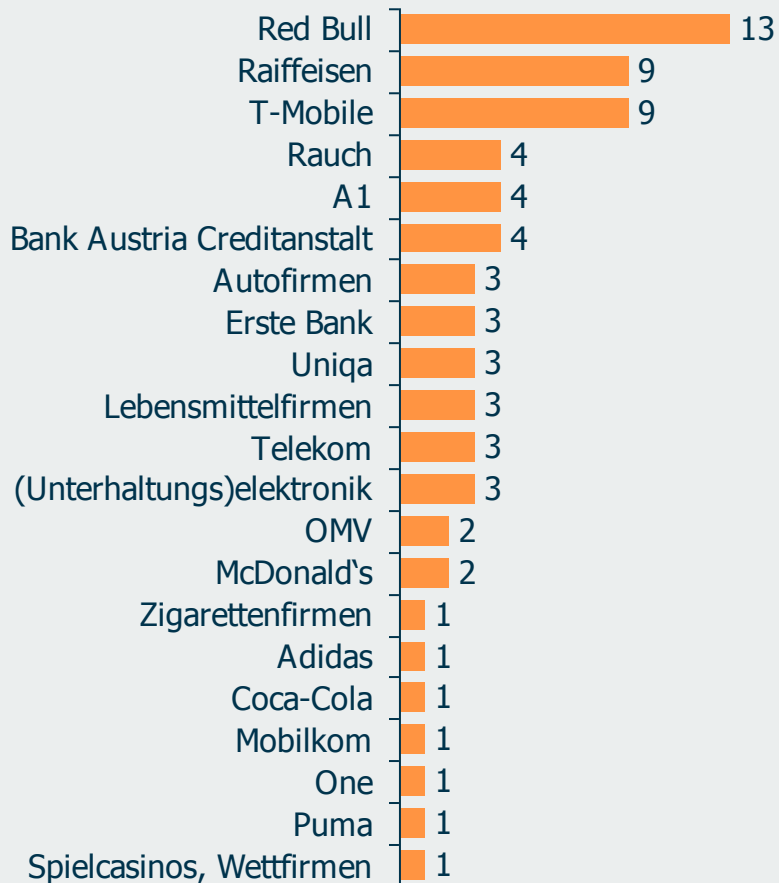
Sportveranstaltung

10

Frage: Wer war der Sponsor der Sportveranstaltung?

Angaben in %

Basis: Sponsoring bei Sportveranstaltung aufgefallen, N=634



WEITERE NENNUNGEN

Intersport	1
ORF/Ö3	1
Wien Energie	1
Kreditkartenunternehmen	1
(Sport)Vereine/ Verbände	1
AWD	1
Post	1
Teling	1
Wasser-/Stadtwerke	1
Zeitungen	1
sonstige Sportartikelhersteller	4
sonstige Getränkefirmen	3
sonstige Mineralölfirmen	2
sonstige Banken/Versicherungen	1
sonstige Angaben	6
weiß nicht/keine Angaben	11

GfK

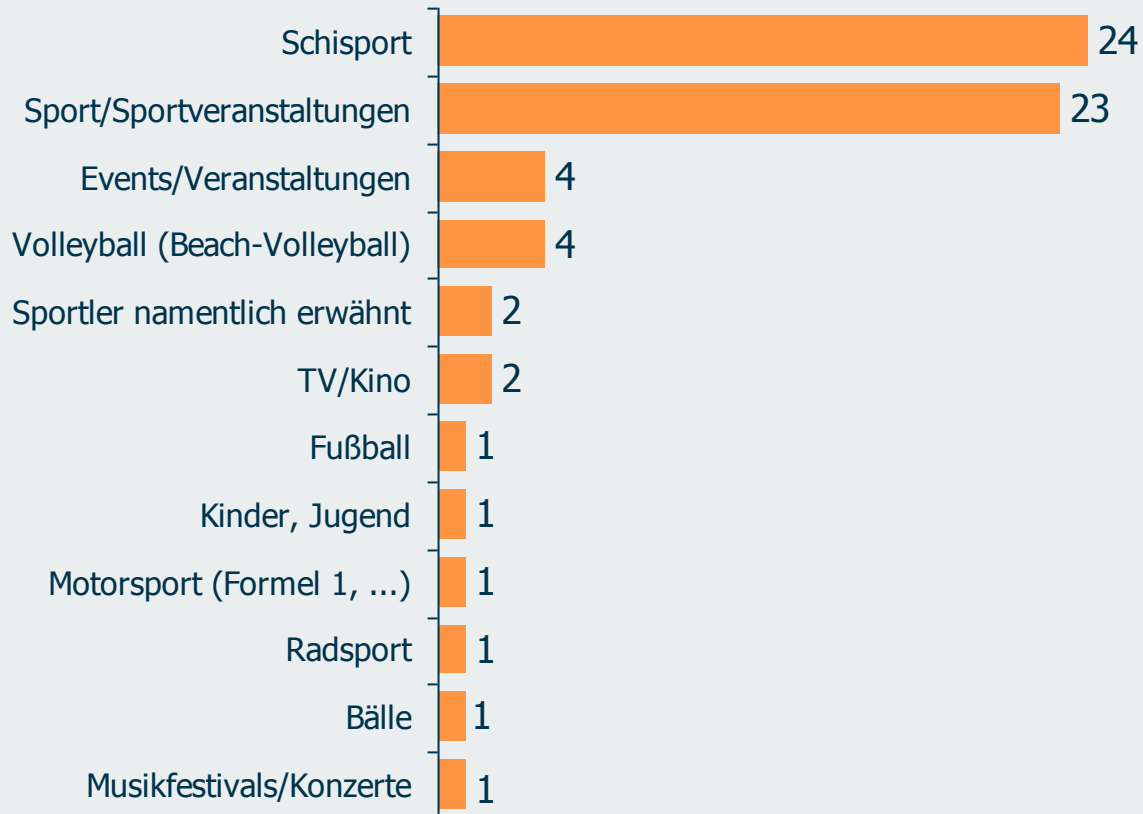
Sponsoring dieser Firmen/Marken gehört oder gelesen – Rauch Fruchtsäfte

Frage: Du hast angegeben, dass du schon von Sponsoring dieser Firmen/Marken gehört oder gelesen hast. Nenne bitte wenn möglich den jeweiligen Bereich dazu.

11

Angaben in %

Basis: von Sponsoring von Rauch Fruchtsäfte gehört/gelesen, N=399



WEITERE NENNUNGEN

Geschäfte/Firmen	1
Kunst/Kultur	1
Sportvereine (Austria Rapid)	1
Tennis	1
weiß nicht/keine Angabe	33
andere Angaben	3

Martina Jesch



*Account
Manager*

Tel.: + 43-1-71710-154

martina.jesch@gfk.com

Vera Grasl



*Account
Manager*

Tel.: +43-1-71710-108

vera.grasl@gfk.com

Denise Giselbrecht



*Account
Manager*

Tel.: +43-1-71710-155

denise.giselbrecht@gfk.com

Markus Noppinger



*Key Account
Manager*

Tel.: +43-1-71710-132

markus.noppinger@gfk.com

Gerhard Ortner-Pitzl



*Deputy head of Division
Custom Research*

Tel.: +43-1-71710-313

gerhard.ortner-pitzl@gfk.com



Mag. Gerhard Ortner-Pitzl

GfK Custom Research

Deputy head of Division Custom Research

Tel.: +43 1 71710-313

Fax: +43 1 71710-189

gerhard.ortner-pitzl@gfk.com

www.gfk.at



DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!