



© Manner/Bernhard Noll

Manner mag man wirklich

Marketagent.com sucht nach den beliebtesten Marken in Österreich – an der Spitze steht heuer Manner.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Vor einem Jahr veröffentlichte Marketagent.com nach 900.000 abgegebenen Bewertungen die ersten Resultate in puncto Markensympathie.

Mittlerweile sind die Stimmen auf mehr als 6,3 Millionen angewachsen und Brand.Swipe erweist sich als zuverlässiger Gradmesser, wenn es um die sympathischsten Marken Österreichs geht.

Ein Wechsel an der Spitze

Seit Anbeginn hat Manner im Kampf um den Thron der beliebtesten Marken mitgemischt. Nun ist es der heimischen Traditionsmarke mit einem Index von 81,7 gelungen, an die Spitze vorzudringen und YouTube knapp auf den zweiten Rang zu verweisen (81,2).

Auch ein weiterer globaler Gigant, Google, muss sich um einen Platz geschlagen geben und teilt sich den dritten

Platz ex aequo mit Wikipedia (80,7).

Nur knapp dahinter wartet bereits Vöslauer (80,6) in Lauerposition, um sich den verlorenen



© Marketagent.com

Marketagent.com-Geschäftsführer Thomas Schwabl & die Top-Marken.

vierten Platz wieder zurückzuerobern. Dabei darf die Marke allen voran auf die Unterstützung von Frauen setzen.

dm rutscht deutlich nach vorn Grund zur Freude hat die Drogeriemarktkette dm, der es mit einem Index von 79,4 gelang, sich von Platz neun auf den sechsten Rang vorzukämpfen. Dies haben sie wenig überraschend vor allem den Damen unseres Landes zu verdanken, die dm deutlich mehr Sympathie entgegenbringen, als Männer.

Es gibt aber auch einen Newcomer unter den zehn beliebtesten Brands. So hat die Marke Rauch zwei Indexpunkte dazugewonnen und damit den Einzug in die Top Ten geschafft (78,9). Tempo bleibt mit 78,6 unverändert auf Rang acht, dem österreichischen Roten Kreuz hingegen ist es gelungen, mit Hofer gleichzuziehen und sich Platz neun mit dem Discounter zu teilen (78,4).

„Alles in allem zeigen die Top Ten, dass die Österreicher vorwiegend heimischen Marken den Vorzug geben, aber auch solchen, die sie tagtäglich begleiten“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com.

Die Auf- und Absteiger

Ein auffällig großer Sprung nach vorn gelingt dem Lebensmittelhändler Spar vom vormals 47. Rang auf Platz 18 der sympathischsten Marken (75,8). Ebenso freuen dürfen sich Jolly, Ja! Natürlich, Ikea, Adidas und Bepanthen, die ebenso einige Plätze dazugewonnen haben.

Eine weniger gute Bilanz ziehen hingegen Disney, Sony, Nivea oder Nike, die im Vergleich zur Auswertung im Vorjahr ein paar Index-Punkte verloren haben und als Konsequenz jeweils mehr als zehn Ränge einbüßen müssen. *marketagent.com*

So funktioniert's

Brand.Swipe

ist ein Tool der mobilen Marktforschung, das eine intuitive Bewertung von Marken via Smartphone App ermöglicht. Die Untersuchungsmethode ist jener der App Tinder ähnlich – durch das Verschieben von Markenlogos nach rechts oder links (positive oder negative Assoziation) wird spontan die Sympathie von knapp 1.050 Marken aus den unterschiedlichsten Branchen erhoben. „Es vereint ‚Gamification‘, also die spielerische Abbildung eines Fragebogens am Smartphone, mit großen Fallzahlen. Mit anderen Worten, über die Tinder-Mechanik können wir mehrere Tausend intuitive Markenbewertungen innerhalb kürzester Zeit erheben und so Trendverläufe und Entwicklungen engmaschig reporten“, so Thomas Schwabl. Seit Start im Jänner 2017 wurden bereits mehr als 6,3 Millionen Bewertungen abgegeben. Das Ergebnis ist ein Index, der aus dem Quotienten aus „Likes“ und „Dislikes“ errechnet wird und auf Wochenbasis Aufschluss über die Markensympathie gibt, nicht jedoch über dahinterliegende Beweggründe