

GALLUP BRANCHENMONITOR SCHUHHANDEL

Repräsentative Studie

Oktober 2016



GRUNDGESAMTHEIT

Österreichische Bevölkerung 14+ Jahre

STICHPROBE

1000 Fälle repräsentativ für die Grundgesamtheit

METHODE

Computer Assisted Telephone Interview (CATI)

BEFRAGUNGSZEITRAUM

September - Oktober 2016

	Basis	In Prozent
Total	1000	100
GESCHLECHT		
Männer	486	49
Frauen	514	51
ALTER		
Bis 30 Jahre	245	25
Bis 50 Jahre	347	35
Über 50 Jahre	408	41
BUNDESLAND		
Wien	206	21
NÖ, Bgld	226	23
Stmk, Ktn	212	21
OÖ, Sbg	229	23
Trl, Vbg	127	13
ORTSGRÖSSE		
Bis 10.000	557	56
Bis 50.000	125	13
Über 50.000	112	11
BERUFSTÄTIG		
Ja	527	53
Nein	473	47
SCHULBILDUNG		
Pflicht-, Berufs-, Fachschule	736	74
Matura, Universität	264	26
KINDER BIS 14 J. IM HAUSHALT		
Ja	240	24
Nein	760	76
EINKOMMEN		
Bis 2.000 Euro	244	24
Über 2.000 Euro	425	43
K.A.	330	33
KEINE WERBUNG AUFKLEBER		
Ja	275	28
Nein	725	73

SUMMARY

In der spontanen Bekanntheit liegt Humanic um 3 Prozentpunkte vor Deichmann, Deichmann liegt mit 41% wieder auf dem Niveau von 2014. Mit großem Abstand folgen Delka, Vögele und Salamander. Bei gestützter Bekanntheit zeigen sich keine auffallenden Veränderungen, Deichmann und Humanic teilen sich mit 95% den ersten Platz. Erstmals abgefragt wurden CCC (29%) und My Shoes (27%).

Bei spontanem Werberecall erzielt lediglich Deichmann mit 22% einen ansprechenden Wert (-3 PP zu 2015), Humanic folgt mit 7% an zweiter Stelle. Ein ähnliches Bild zeigt der gestützte Recall; hier liegt Deichmann mit 35% (Niveau von 2014) voran, gefolgt von Humanic mit 13% und Vögele mit 8%.

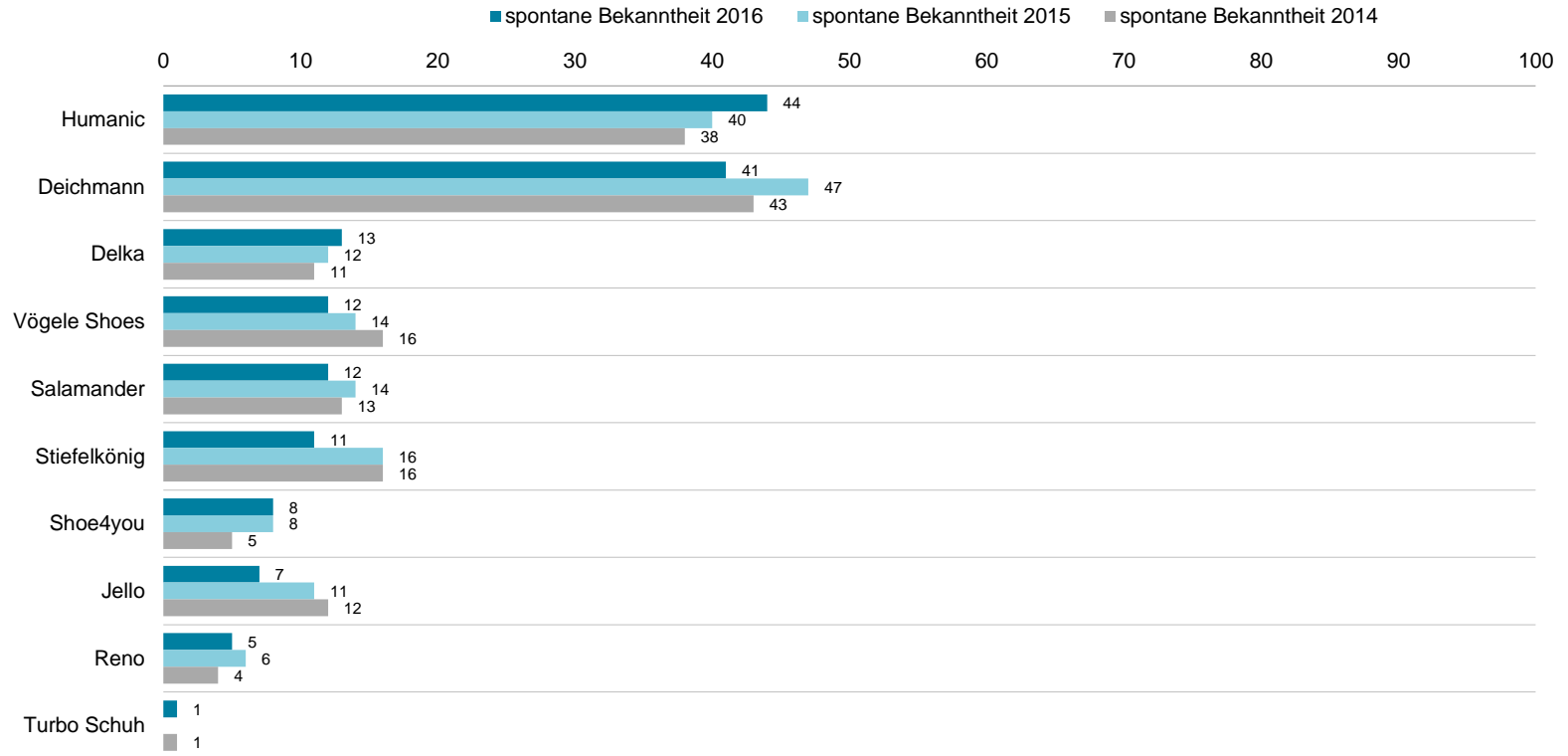
Im Relevant Set liegt Deichmann mit 47% klar vor Humanic, fällt jedoch auch hier auf das Niveau von 2014 zurück. Salamander folgt mit 23% an dritter Stelle vor Vögele mit 20%. Bei Käuferreichweite realisiert Deichmann mit 33% mehr als den doppelten Anteil von Humanic (15%). 22% votieren für Deichmann als Lieblingsmarke, 10% für Humanic.

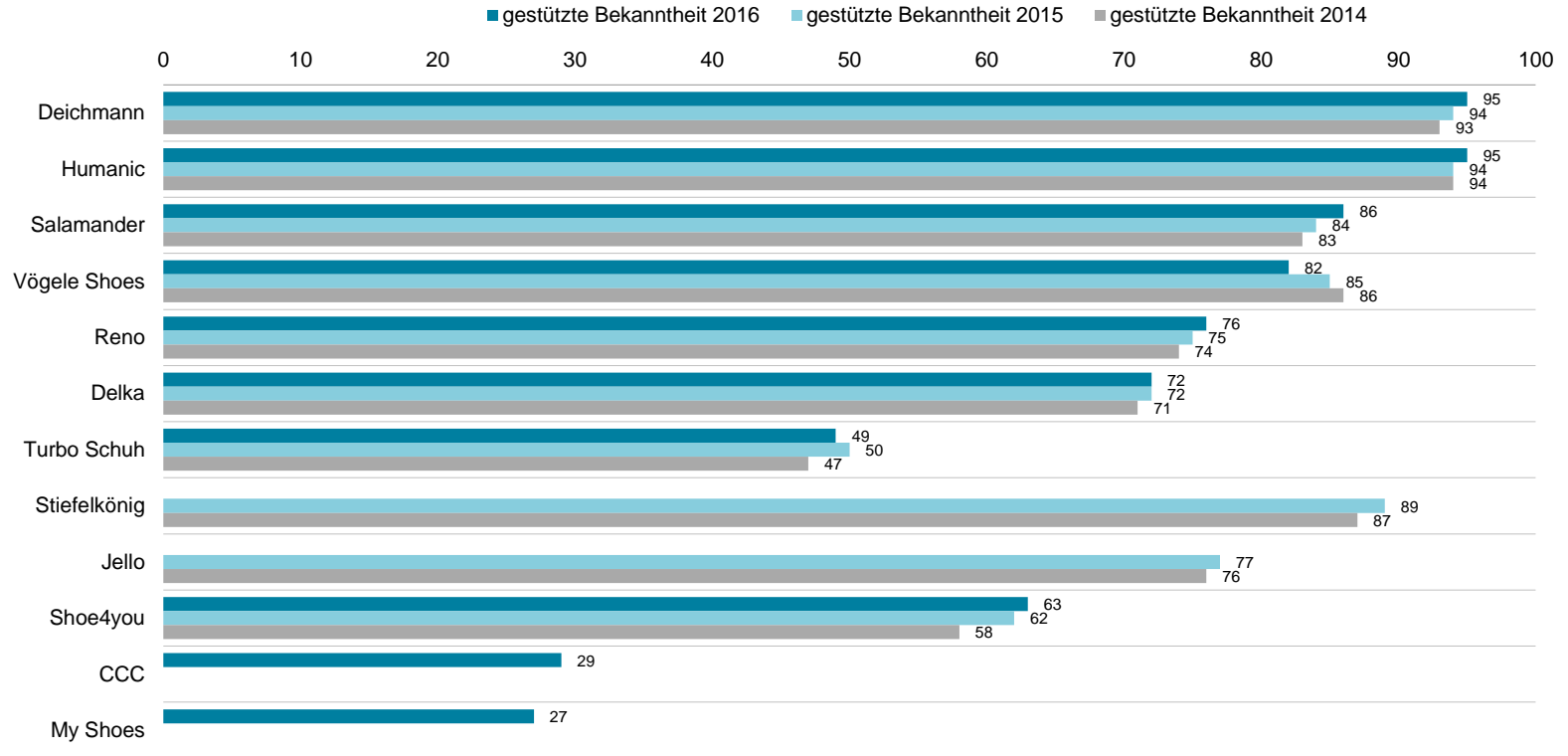
Das Flugblatt dominiert die Erinnerung an Werbemedien mit 61%, vor TV mit 25% und Tageszeitung mit 19%. Sowohl bei Verwendung zur Info, Kaufanregung und Sympathie liegt das Flugblatt mit Respektabstand vor Online und Katalogen.

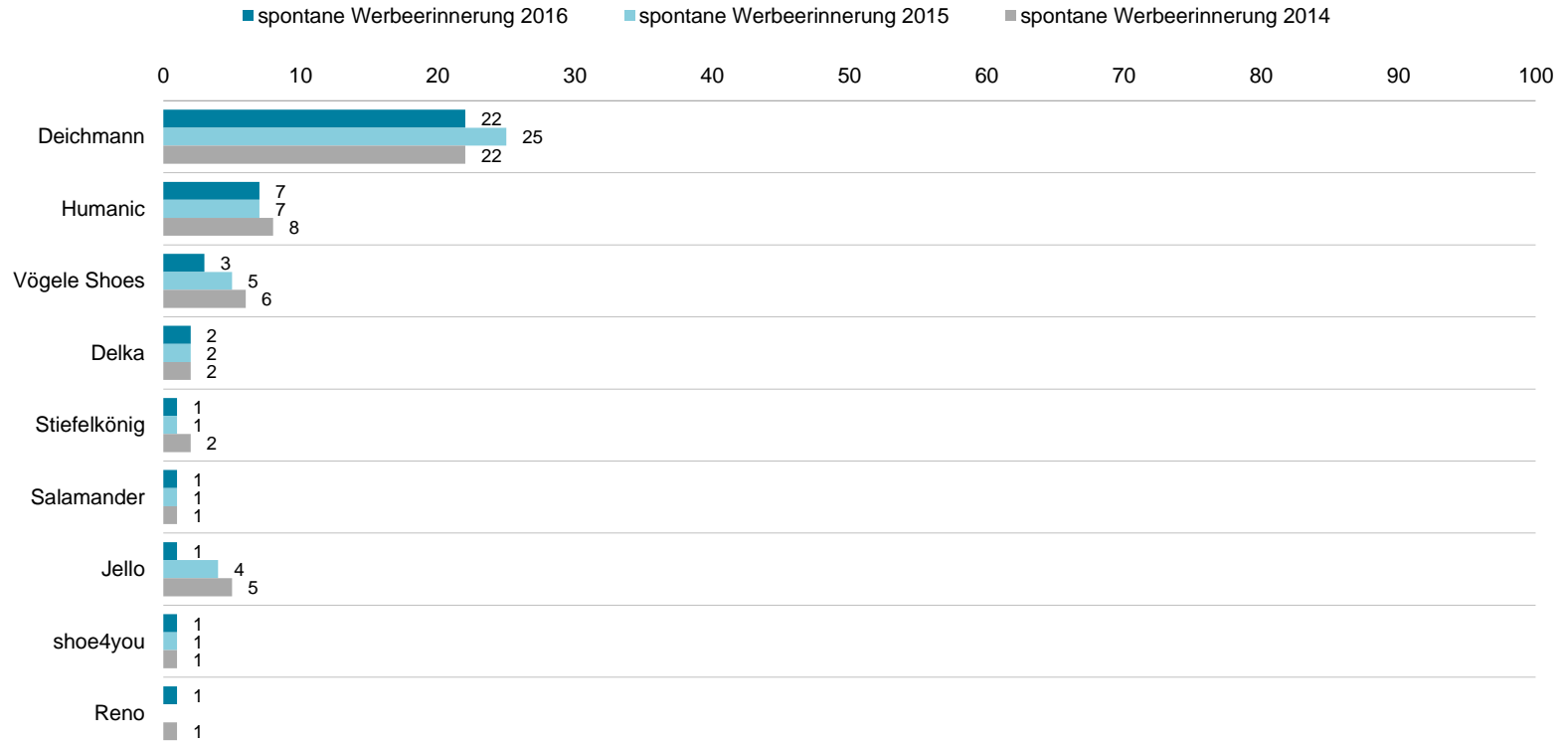
Der Anteil der Onlinekäufer von Schuhen steigt nicht signifikant von 9% auf 10%.

Der Bezug von Newslettern verändert sich zu 2015 nicht signifikant (von 10% auf 9%).

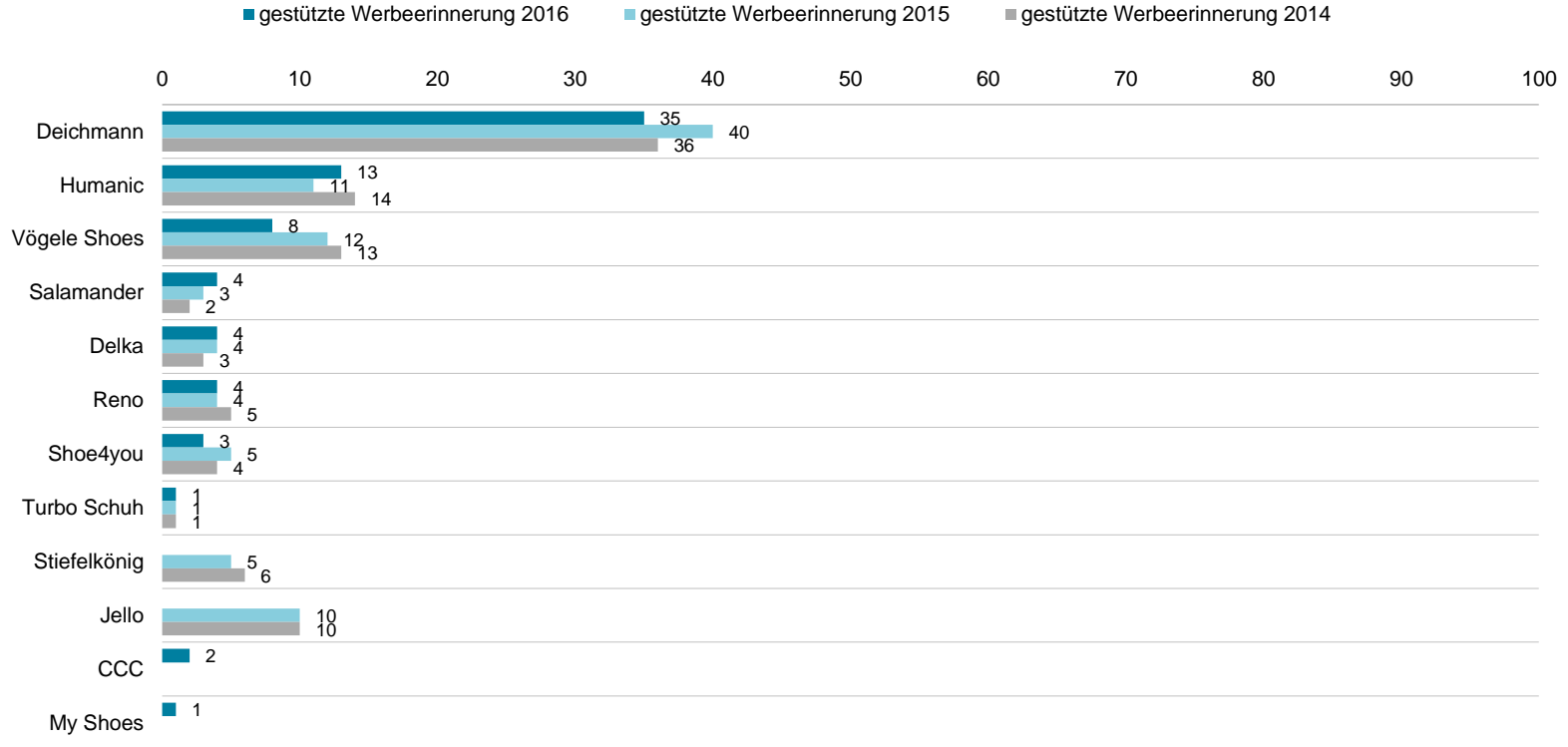
BEKANNTHEIT







WERBERECALL

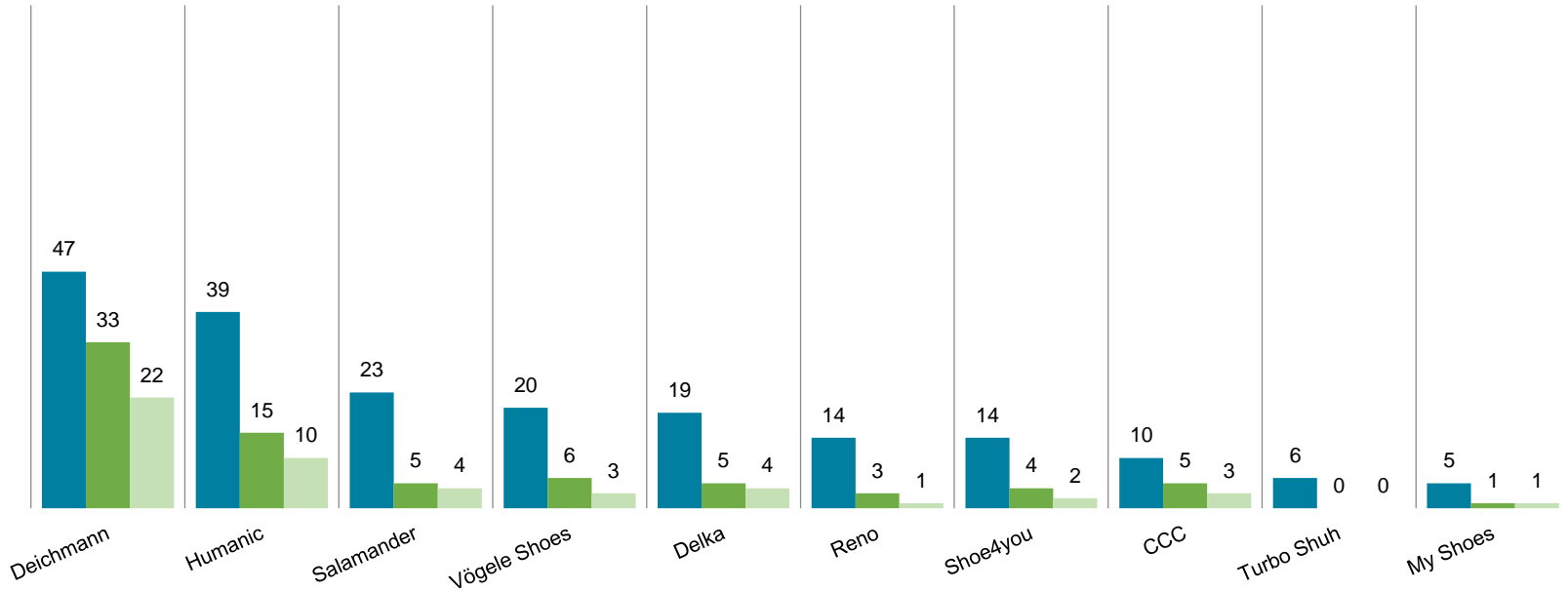


RELEVANT SET – KÄUFERREICHWEITE - LIEBLINGSMARKT

■ Relevant Set
Markt kommt für Kauf grundsätzlich in Frage

■ Käuferreichweite
haben in den letzten 12 Monaten eingekauft

■ Lieblingsmarkt



%-Werte

8a, b, d. Welche der folgenden Märkte kommen für Sie für einen Einkauf grundsätzlich in Frage? Bei wem haben Sie im letzten Jahr eingekauft? Welcher ist Ihr Lieblingsmarkt?

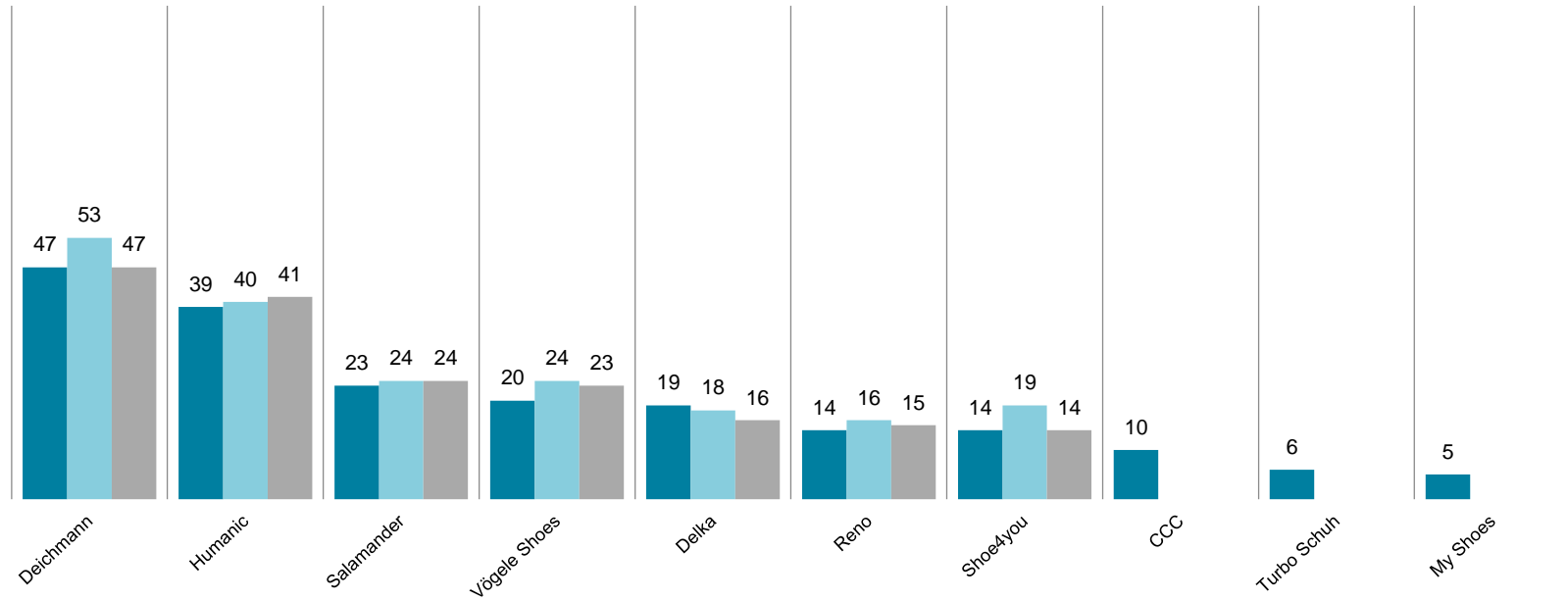
n=1000

RELEVANT SET – VERGLEICH

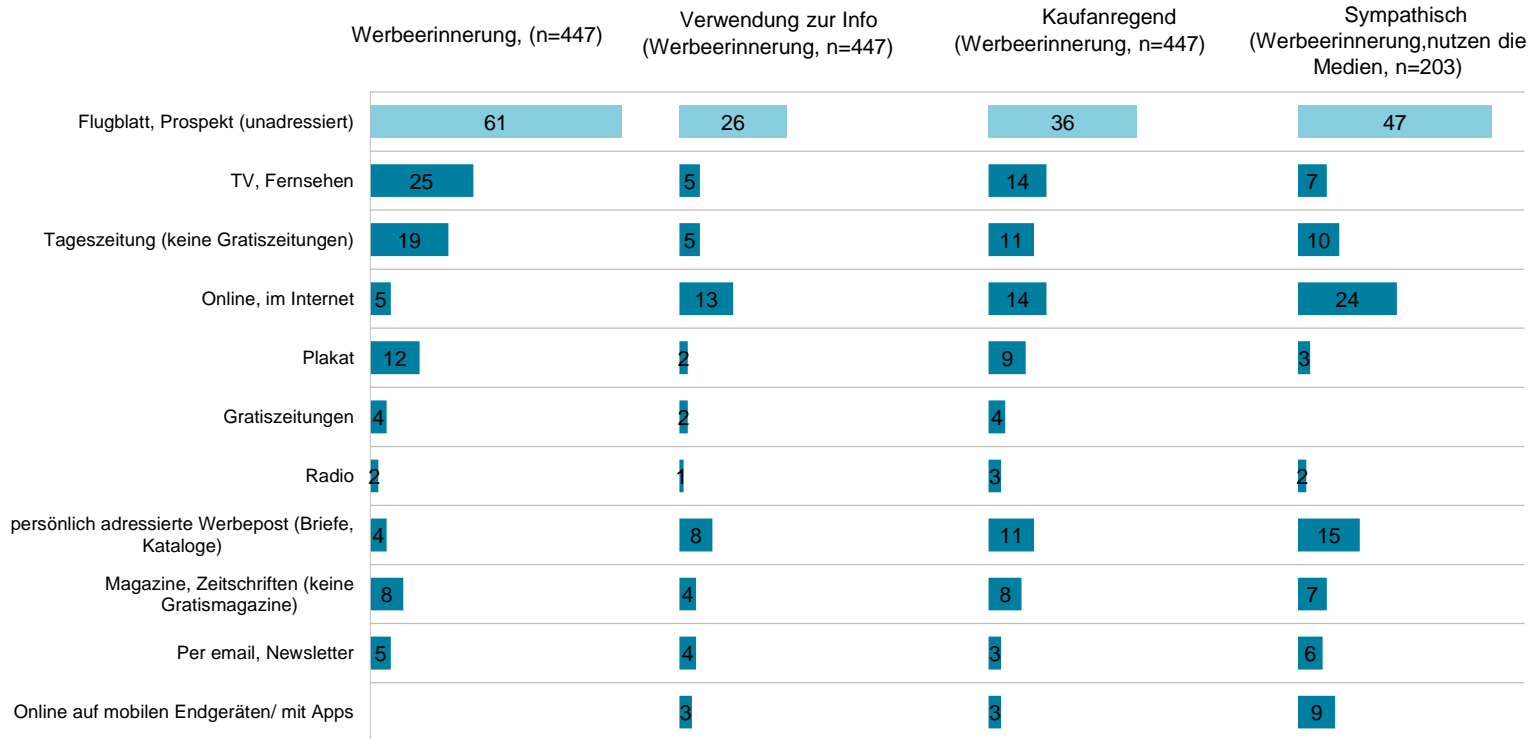
■ Relevant Set 2016
Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage

■ Relevant Set 2015
Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage

■ Relevant Set 2014
Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage



Mediennutzung

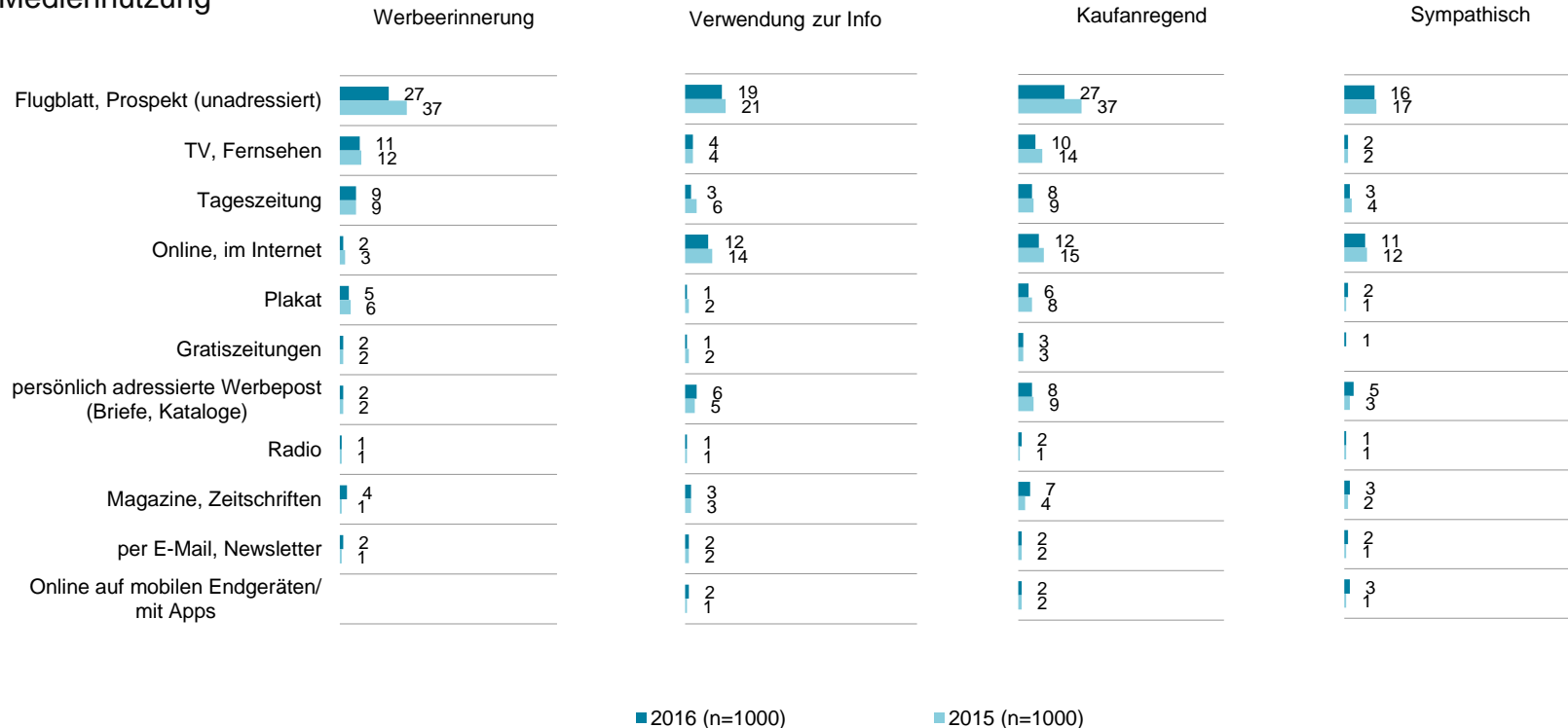


%-Werte

6,7a ,b, c. Welche Medien nutzen Sie für Informationen zur Entscheidung? Welche halten sie dabei persönlich am ehesten für kaufanregend? Welche nutzen Sie besonders gerne und häufig für Informationen vor einer Entscheidung?

ROLLE DES FLUGBLATTES

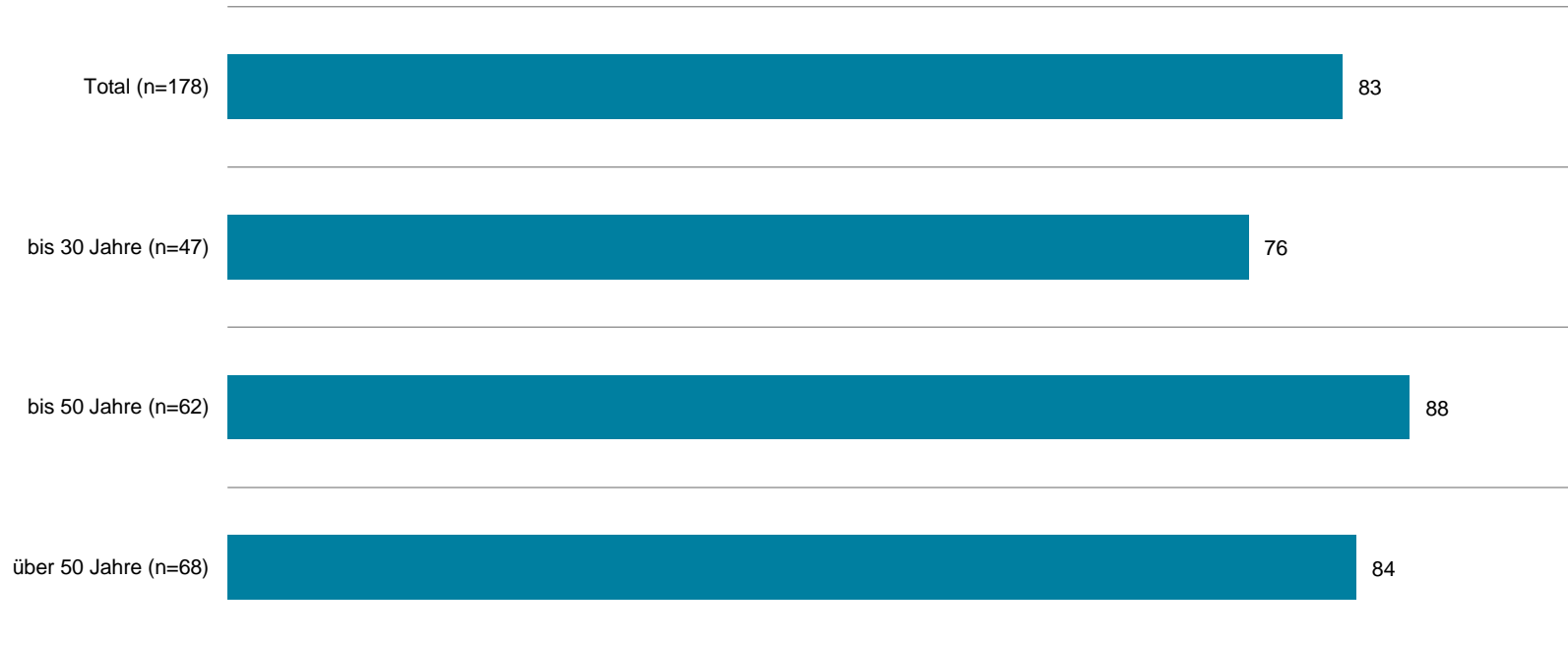
Mediennutzung



%-Werte

6,7a, b, c. Welche Medien nutzen Sie für Informationen zur Entscheidung? Welche halten sie dabei persönlich am ehesten für kaufanregend? Welche nutzen Sie besonders gerne und häufig für Informationen vor einer Entscheidung?

Ja, Kuvert ist aufgefallen



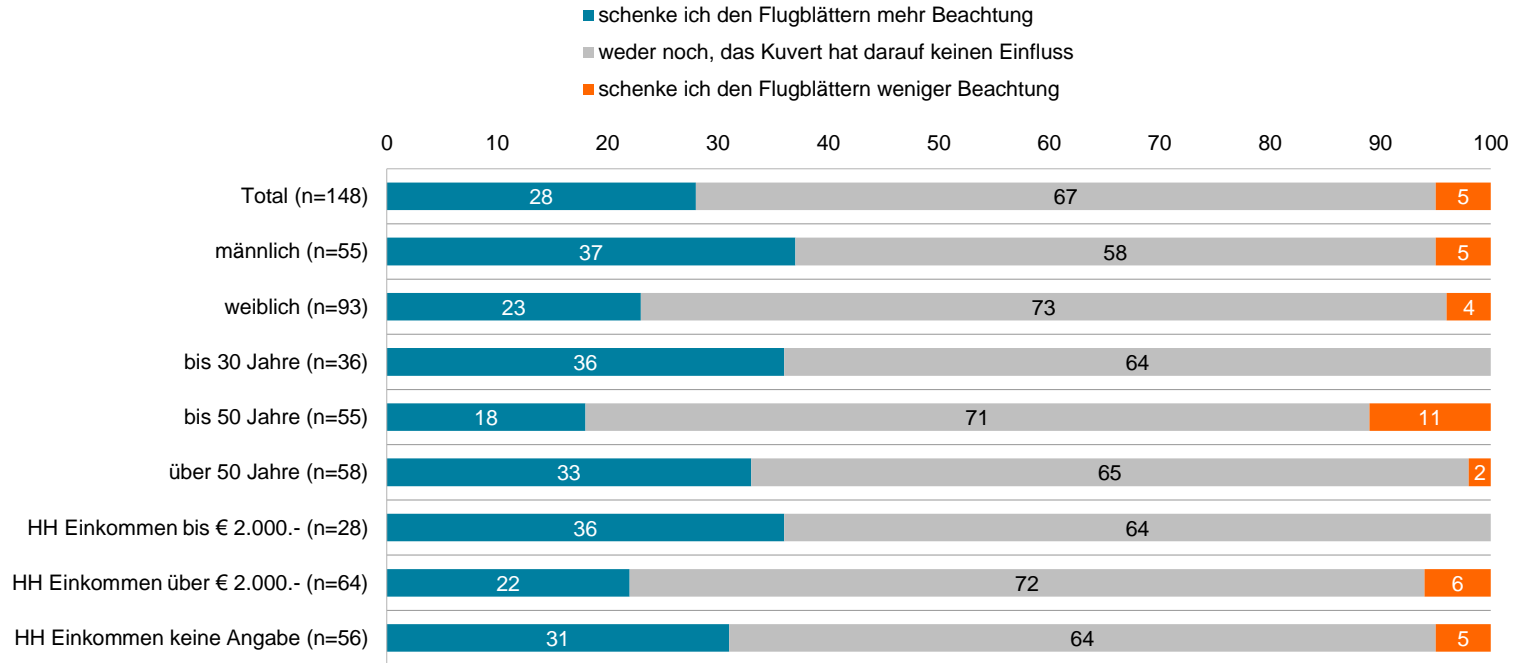
Basis: Nutzen Flugblätter, Prospekte, kein Aufkleber auf dem Postkasten

%-Werte

7e. Seit einiger Zeit werden Flugblätter im Postkasten im „Kuvert“ zugestellt. Dabei handelt es sich um einen Umschlag der Post, in dem sich mehrere Flugblätter befinden. Ist Ihnen dieses Kuvert bereits einmal aufgefallen?

ROLLE DES FLUGBLATTES

Seit Flugblätter im „Kuvert“ zugestellt werden...



Basis: Kuvert ist aufgefallen

%-Werte

7f. Seit Flugblätter im „Kuvert“ zugestellt werden, würden Sie sagen...?

ONLINE EINKAUF IN DEN LETZTEN 6 MONATEN

