

**POST  
BRANCHENMONITOR  
ELEKROFACHHANDEL  
- KURZVERSION**  
Repräsentative Studie

Mai 2017



## METHODE

- Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
- 

## ZIELGRUPPE

- Österreichische Bevölkerung 14+ Jahre
- 

## UNTERSUCHUNGS- ZEITRAUM

- Mai 2017

# STRUKTUR DER BEFRAGTEN

	Basis	In Prozent
Total	1000	100
<b>GESCHLECHT</b>		
Männer	486	49
Frauen	514	51
<b>ALTER</b>		
Bis 30 Jahre	245	25
Bis 50 Jahre	347	35
Über 50 Jahre	408	41
<b>BUNDESLAND</b>		
Wien	206	21
NÖ, Bgld	226	23
Stmk, Ktn	212	21
OÖ, Sbg	229	23
Trl, Vbg	127	13
<b>ORTSGRÖSSE</b>		
Bis 10.000	557	56
Bis 50.000	125	13
Über 50.000	112	11
<b>BERUFSTÄTIG</b>		
Ja	527	53
Nein	473	47
<b>SCHULBILDUNG</b>		
Pflicht-, Berufs-, Fachschule	736	74
Matura, Universität	264	26
<b>KINDER BIS 14 JAHRE IM HH</b>		
Ja	240	24
Nein	684	68
<b>KEINE WERBUNG AUFKLEBER</b>		
Ja	316	32
Nein	684	68

## AWARENESS

- Media Markt kann 2017 seinen 2016 gestiegenen Wert bei spontaner Bekanntheit auf diesem Niveau halten und liegt klar mit 63% vor Saturn mit 50% (2016: 48%). Hartlauer kann von 8% spontaner Awareness auf 10% zulegen.
- Bei gestützter Bekanntheit liegt Media Markt mit 96% (ident zu 2016) knapp vor Saturn und Hartlauer mit jeweils 93%; electronic4you kann von 19% auf 23% zulegen, Cyberport von 11% auf 15%. ElectronicPartner, erstmals abgefragt, erzielt 22% gestützte Awareness.

## WERBERECALL

- Mediamarkt liegt bei spontanem Recall mit 28% unverändert zu 2016 voran, Saturn kann mit 21% jedoch um 3 Prozentpunkte zum Vorjahr zulegen. Hartlauer kann nach 3% spontaner Werbeerinnerung 2016 nunmehr 5% verbuchen.
- Ähnlich bei gestützter Werbe-Erinnerung: Media Markt liegt mit 43% um 9 PP vor Saturn, für Saturn bedeuten diese 34% ein Plus von 3 PP. An dritter Stelle liegt unverändert zu 2016 Hartlauer mit 19% Recall. Conrad verliert zum Vorjahr 4 PP.

## RELEVANT SET UND KÄUFERREICHWEITE

- Im Relevant Set kann Media Markt trotz eines Rückgang von 3 PP seine Spitzenposition klar vor Saturn mit 50% behaupten. Saturn kann damit seinen 2016 gestiegenen Wert bestätigen. Hartlauer kommt für 30% in Frage, Conrad und Amazon jeweils für 23%.
- Bei Käuferreichweite liegt Media Markt mit 37% ebenfalls deutlich vor Saturn mit 24%. Den dritthöchsten Wert kann Amazon mit (im Vergleich zum Relevant Set) hohen 16% erzielen, vor Hartlauer mit 14%.
- Für 26% ist Media Markt der bevorzugte Anbieter, für 13% Saturn; auch hier folgt Amazon mit 10% an dritter Stelle vor Hartlauer mit 7%.



## MEDIENNUTZUNG/FLUGBLATT

- Das Flugblatt ist mit 60% Anteil an der Werbe-Erinnerung das dominante Medium, gefolgt von TV und Tageszeitung.
- 46% verwenden dieses Medium zur Informationssuche, Internet gaben 42% und damit ähnlich viele an.
- Eine kaufanregende Wirkung in der Elektro(nik)branche attestieren dem Flugblatt ebenfalls 46%, dem Internet nur zu 33%.
- Bei Sympathie liegen diese beiden Medien statistisch gleich auf (Flugblatt 44%, Internet 42%).

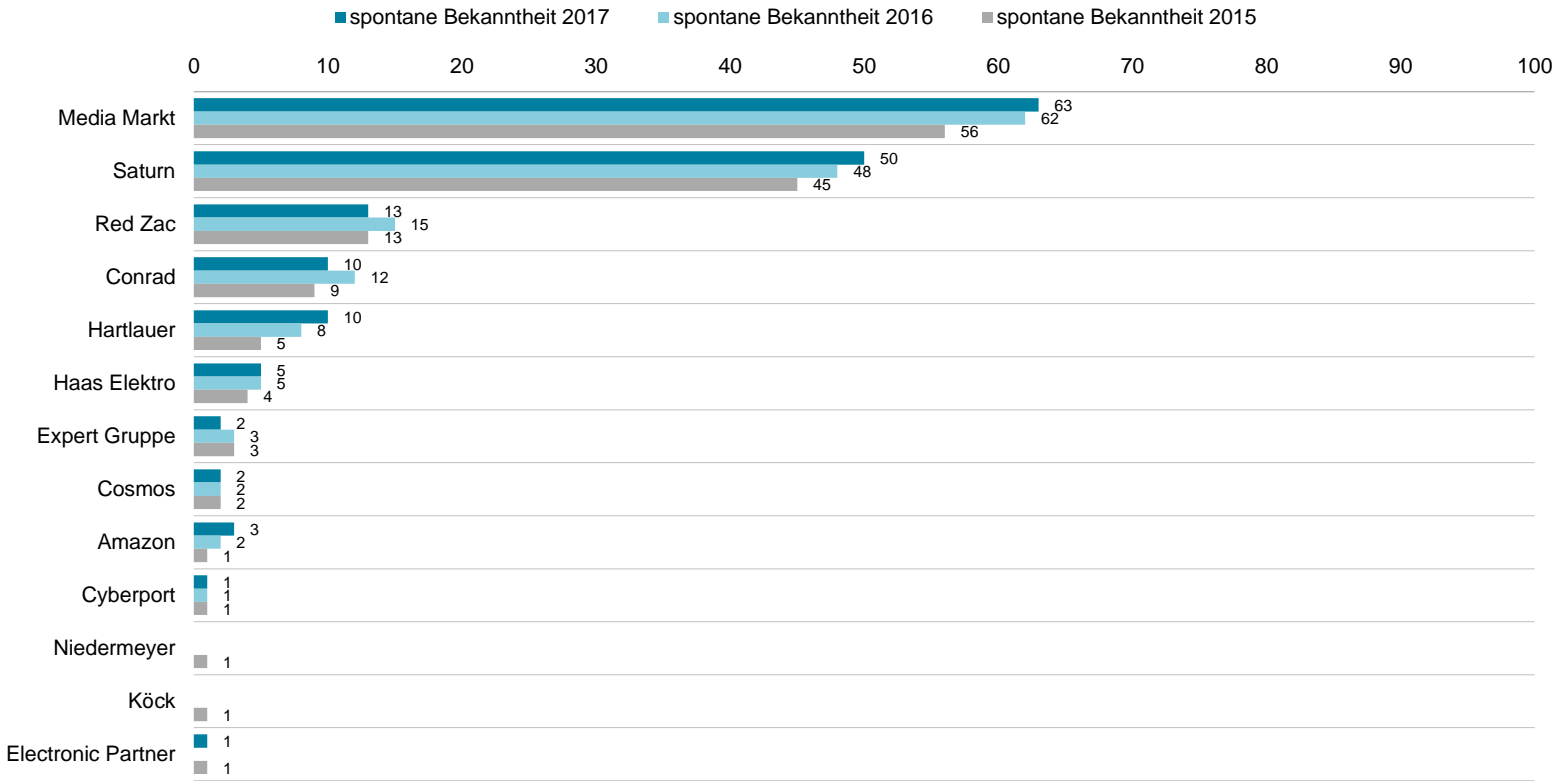
## ONLINE-EINKAUF

- Der Onlineeinkauf von Elektro/nik-Produkten steigt sehr deutlich von 18% in 2016 auf nunmehr 25%.
- Der Anstieg verteilt sich gleichmäßig nach Geschlecht, beim Alter forcieren die bis 50jährigen stärker den Onlineeinkauf von Elektro/nik-Produkten als ältere Konsumenten.

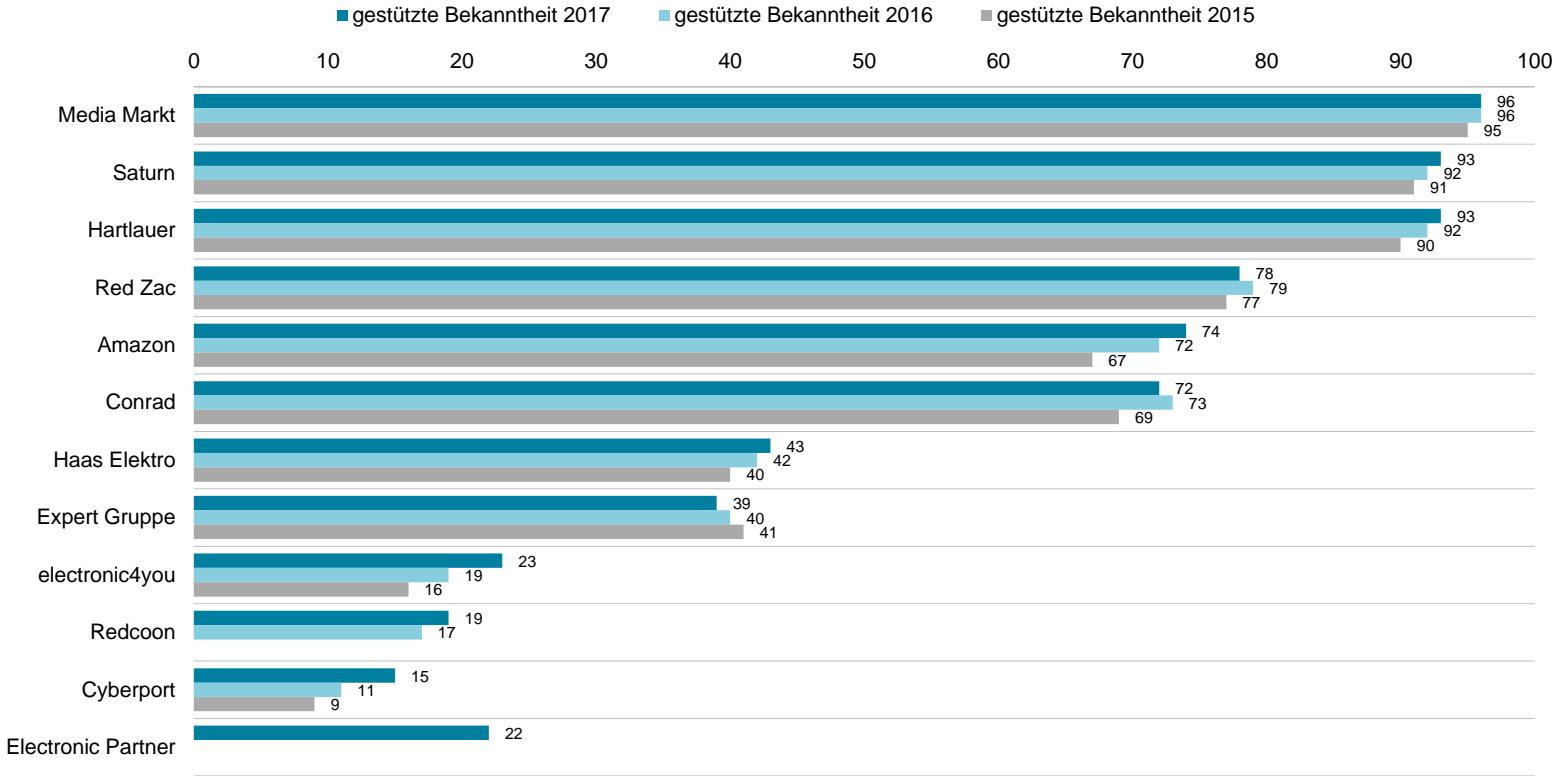
## NEWSLETTER

- Der Anteil in der Bevölkerung, der Newsletter aus dieser Branche erhält, ist mit 12% 2017 identisch zum Vorjahr.

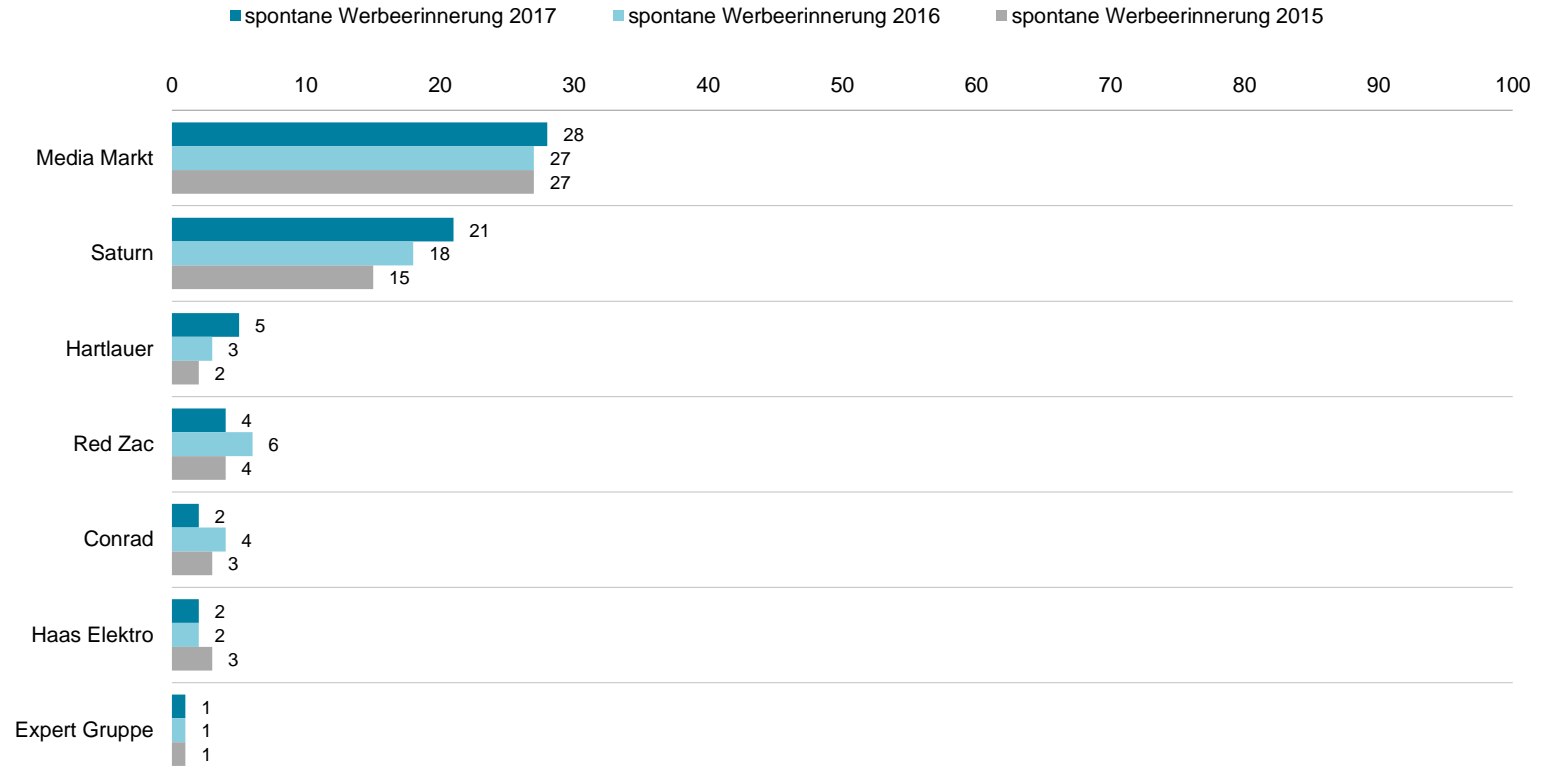
# BEKANNTHEIT



1. Spontane Bekanntheit.  
%Werte, n=1000

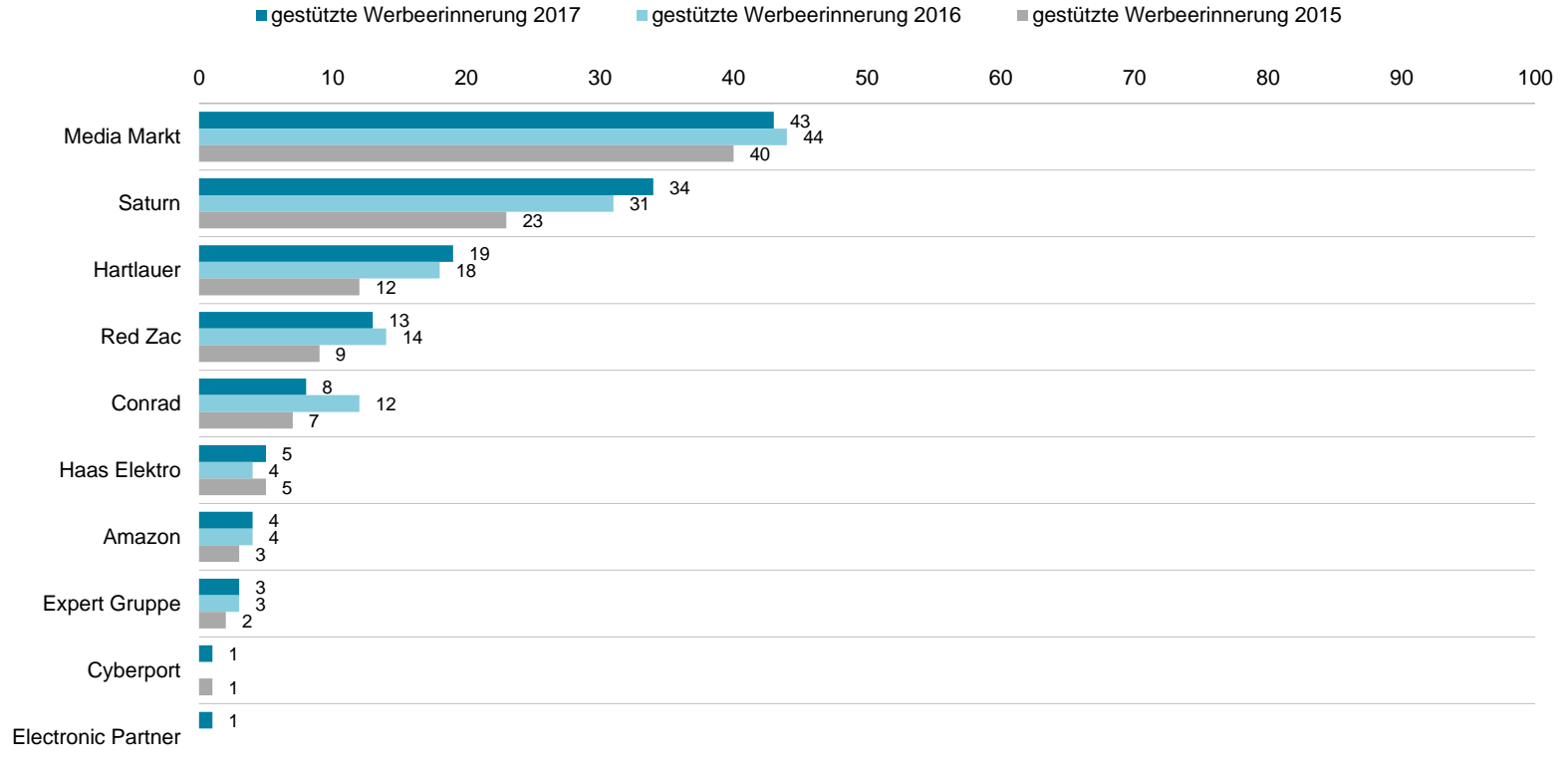


3. Gestützte Bekanntheit.  
%Werte, n=1000



2. Spontane Werbeerinnerung.  
%Werte, n=1000





4. Gestützte Werbeerinnerung.

%Werte, n=1000

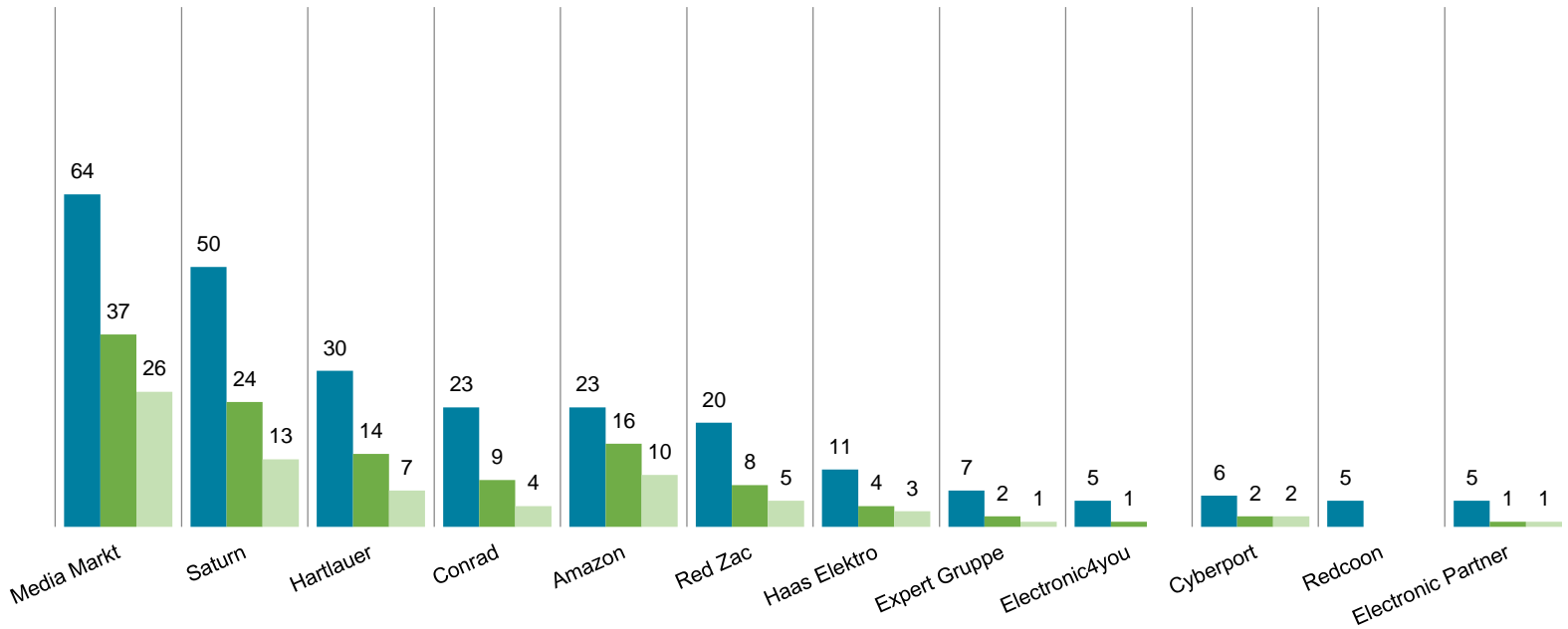
# RELEVANT SET – KÄUFERREICHWEITE - LIEBLINGSMARKT



■ Relevant Set  
 Markt kommt für Kauf grundsätzlich in Frage

■ Käuferreichweite  
 haben in den letzten 12 Monaten eingekauft

■ Lieblingsmarkt

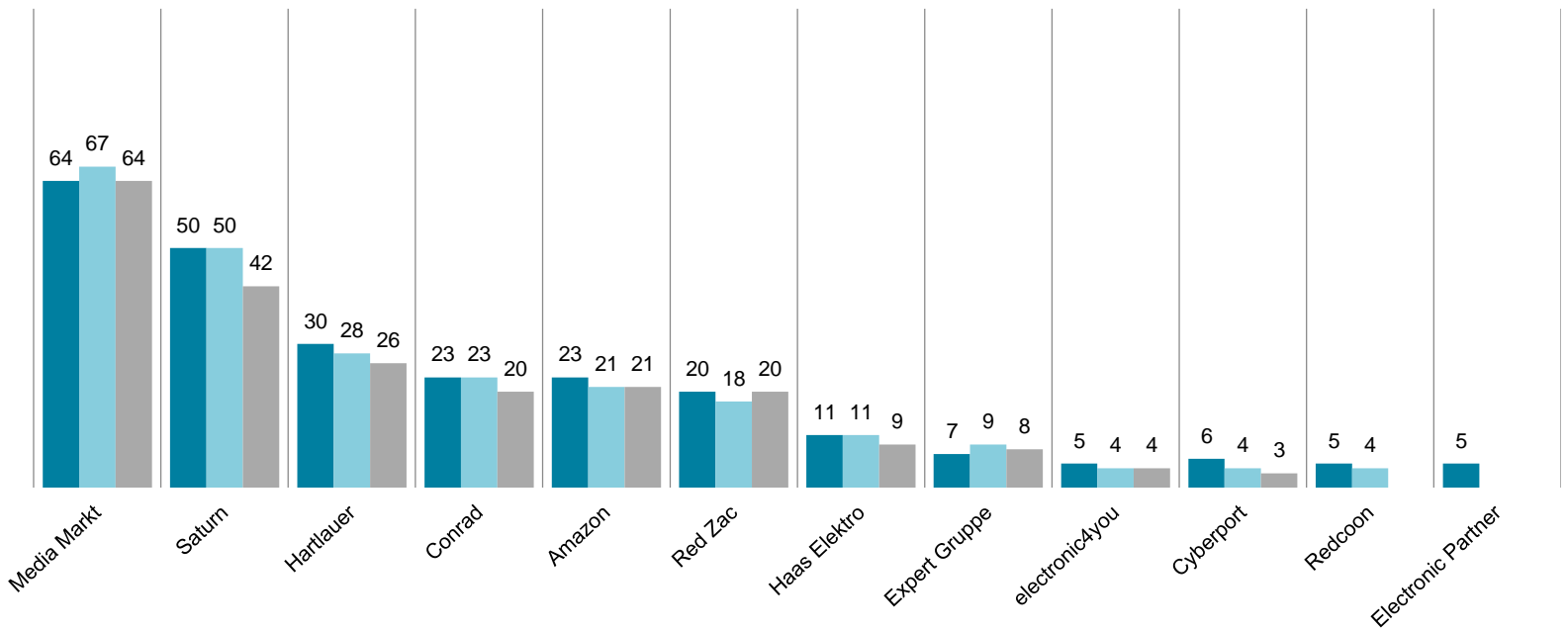


8. Welche der folgenden Märkte kommen für Sie grundsätzlich in Frage? Bei wem haben Sie in den letzten 12 Monaten eingekauft?  
 Welcher ist Ihr Lieblingsmarkt?  
 %Werte, n=1000

# RELEVANT SET - VERGLEICH

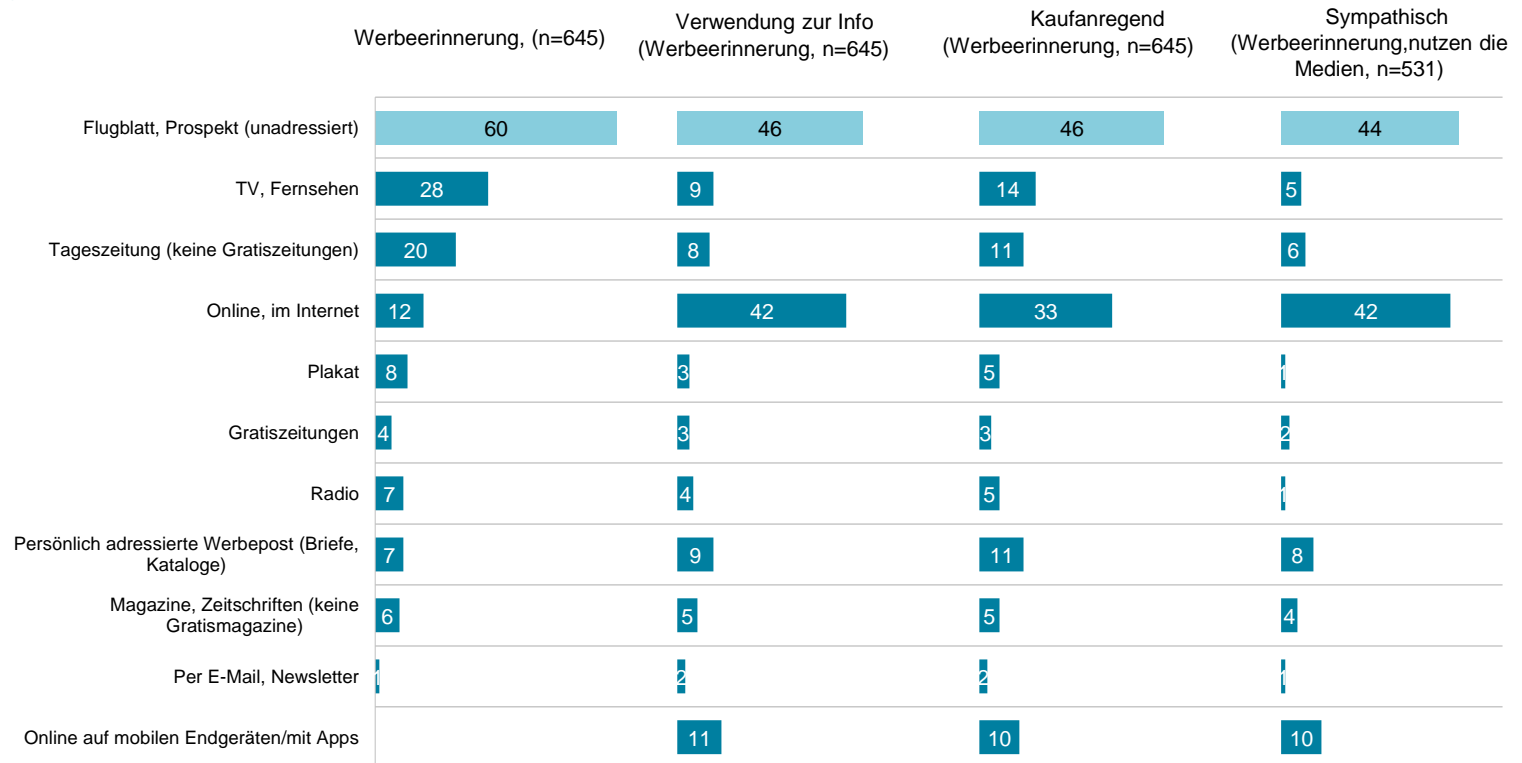


■ Relevant Set 2017   
 ■ Relevant Set 2016   
 ■ Relevant Set 2015  
 Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage   
 Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage   
 Markt kommt für einen Einkauf grundsätzlich in Frage



8a. Welche der folgenden Märkte kommen für Sie grundsätzlich in Frage?  
 %Werte, n=1000

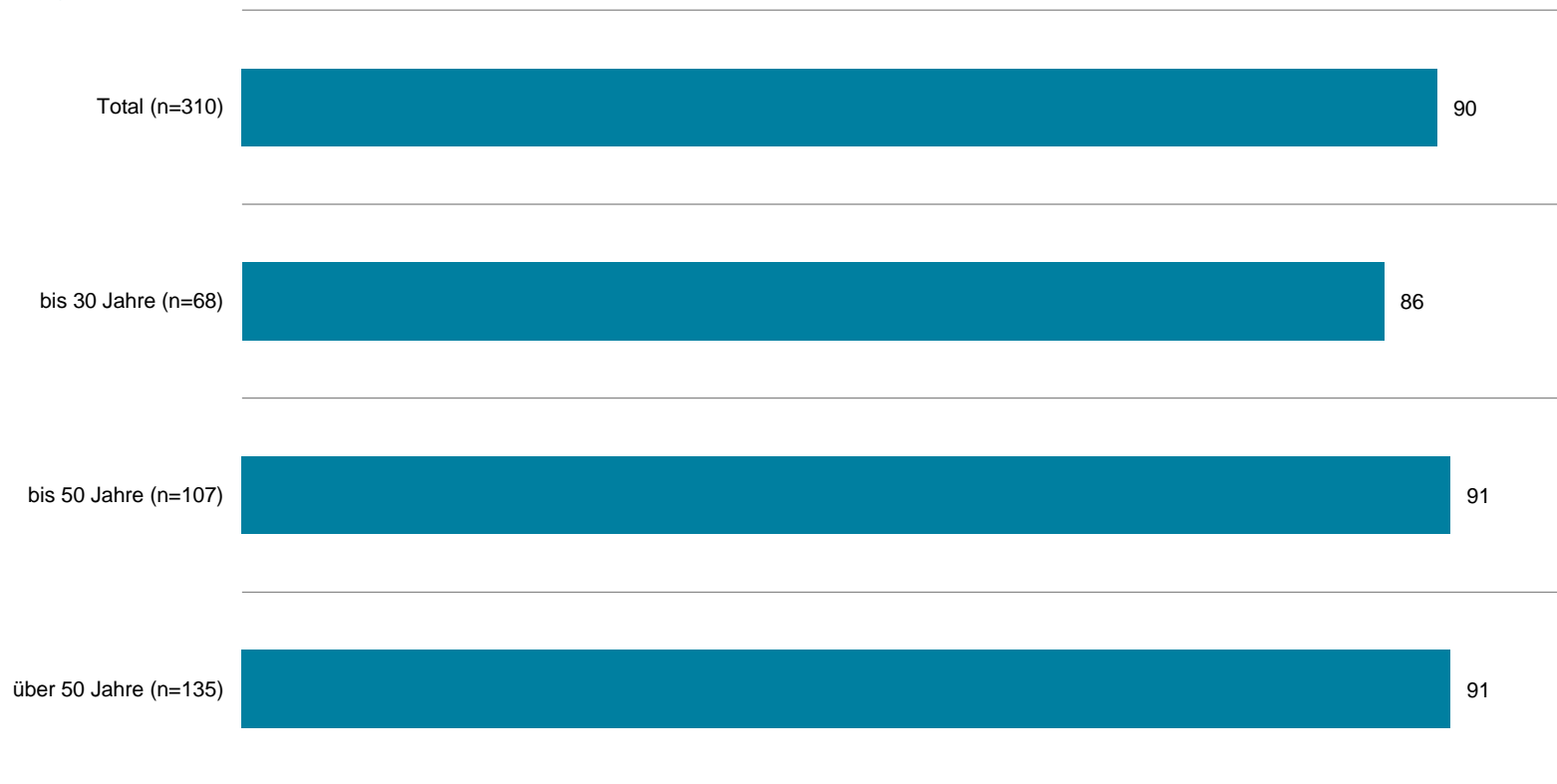
## Mediennutzung



6,7a,b,c. Sie können sich an Werbung für den Elektrofachhandel erinnern, wo haben Sie Werbung dafür bemerkt? Welche Medien nutzen Sie für Informationen zur Entscheidung? Welche halten Sie dabei persönlich am ehesten für kaufanregend? Und welche davon nutzen Sie besonders gerne und häufig, welche sind Ihnen besonders sympathisch?  
%Werte



## Ja Kuvert ist aufgefallen

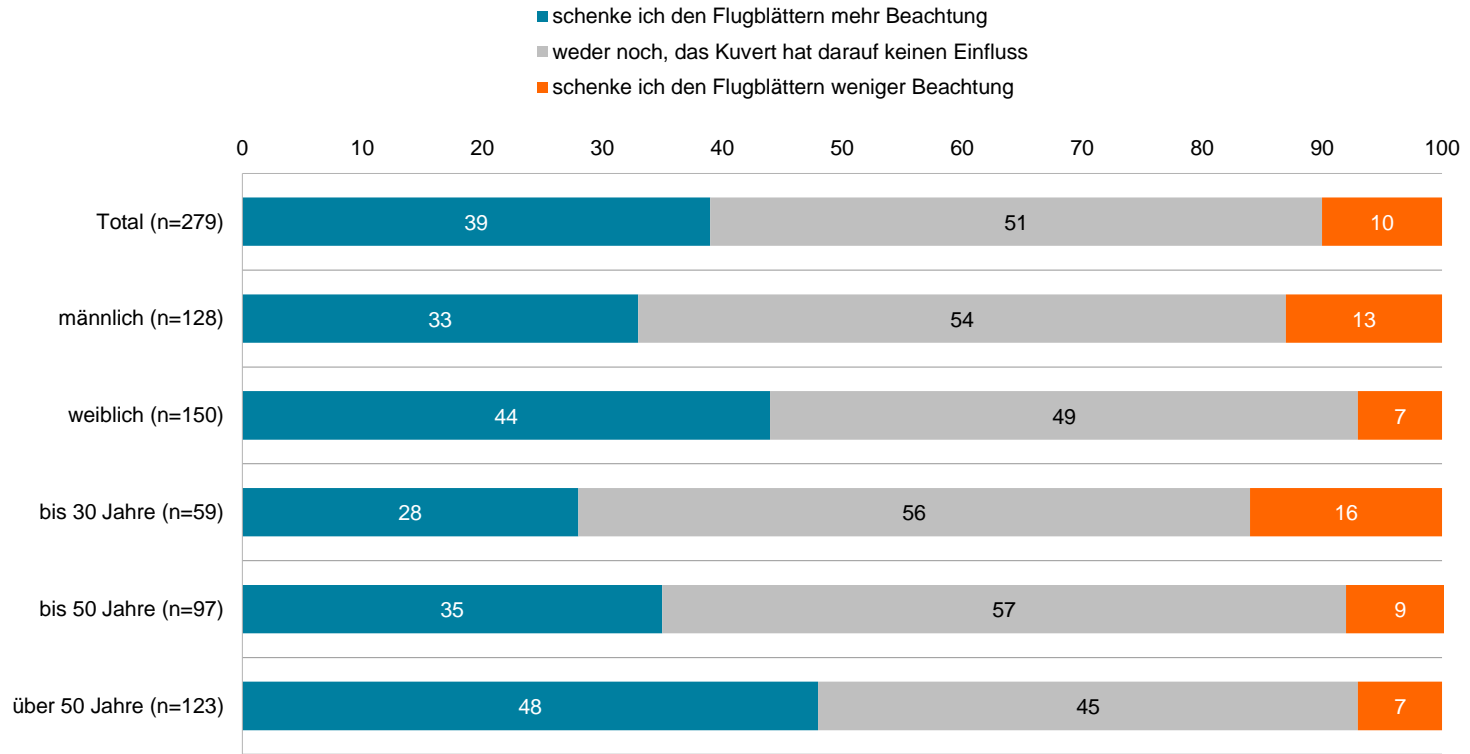


7e. Seit einiger Zeit werden Flugblätter im Postkasten im „Kuvert“ zugestellt. Dabei handelt es sich um einen Umschlag der Post, in dem sich mehrere Flugblätter befinden. Ist Ihnen dieses Kuvert bereits einmal aufgefallen?

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

# ROLLE DES FLUGBLATTES

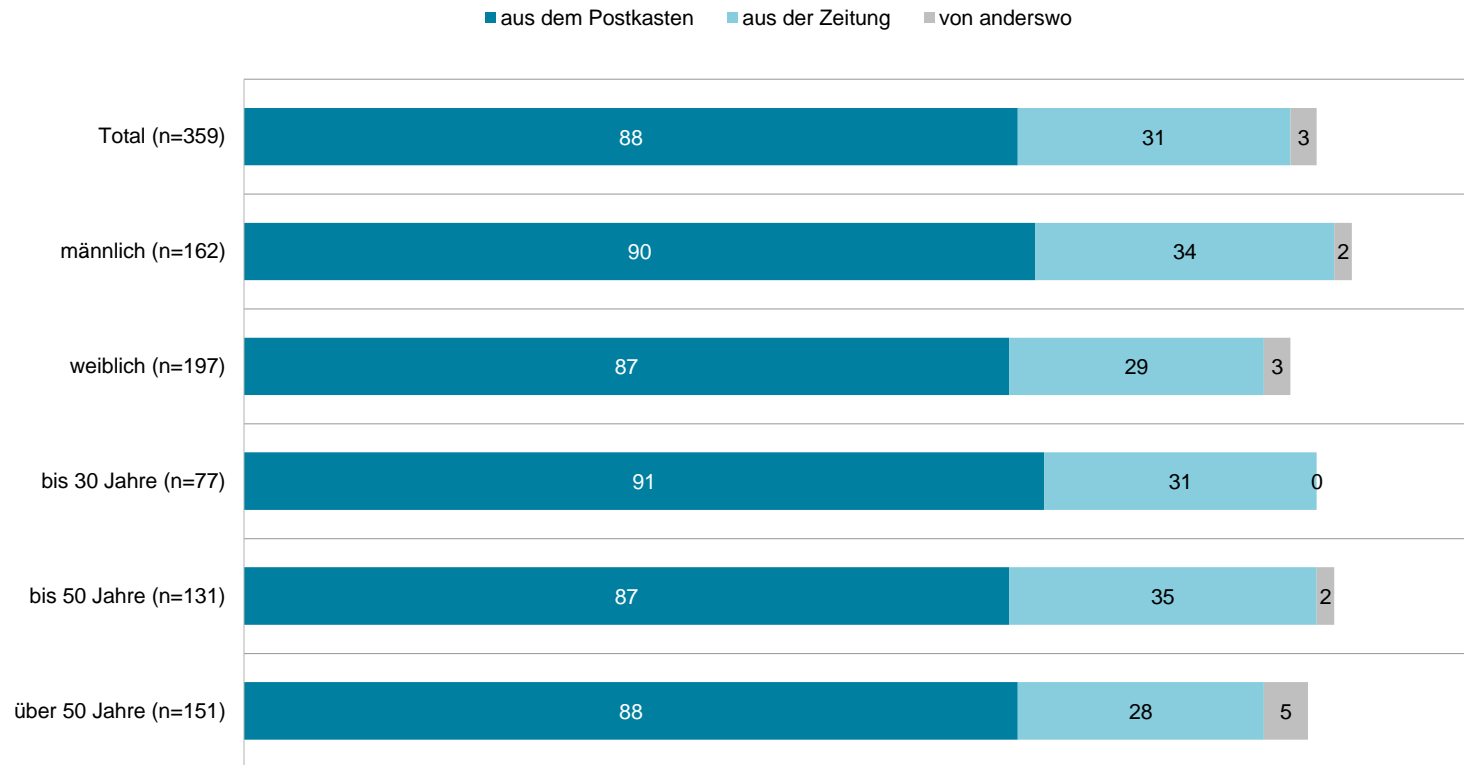
Seit Flugblätter im „Kuvert“ zugestellt werden



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

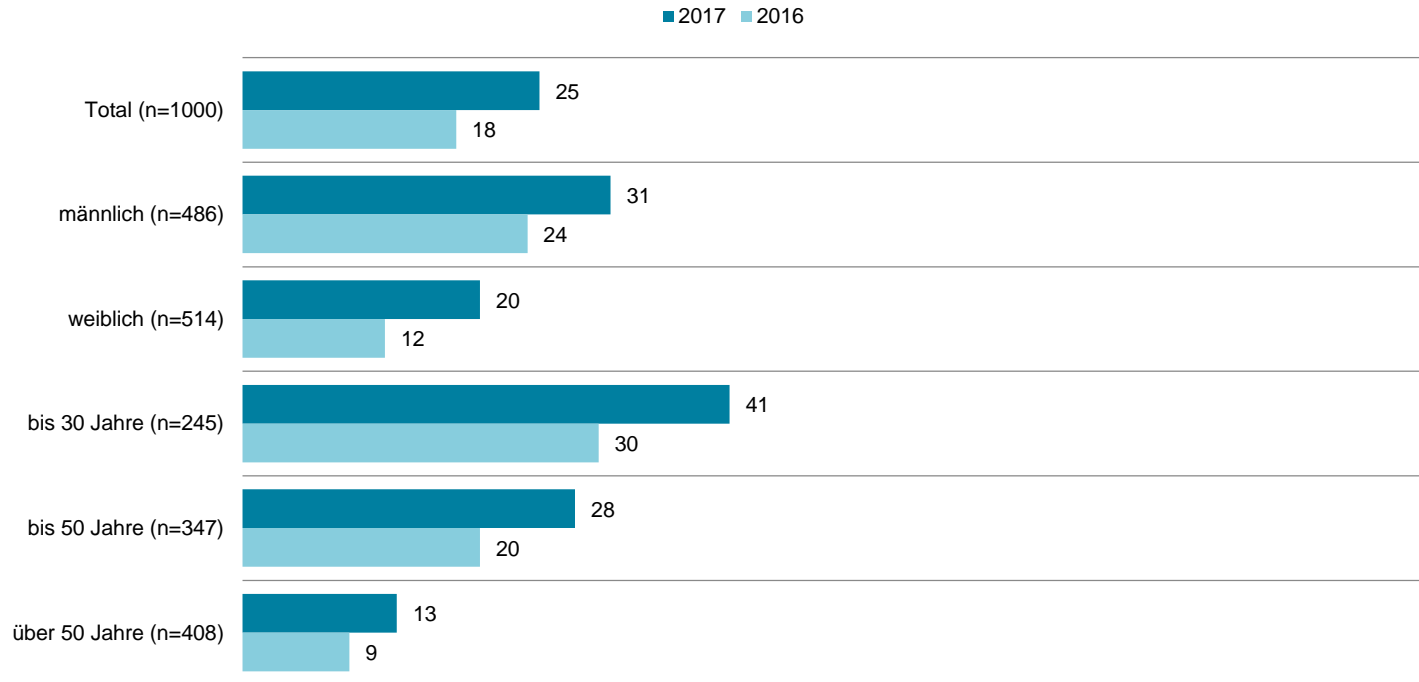
%Werte, Basis: Kuvert ist aufgefallen

## Herkunft Flugblätter



7h. Sie nutzen auch Flugblätter/Prospekte zur Information vor einem Einkauf. Woher stammen die Flugblätter?  
%Werte, Basis: Nutzen Flugblätter, Prospekte (unadressiert)

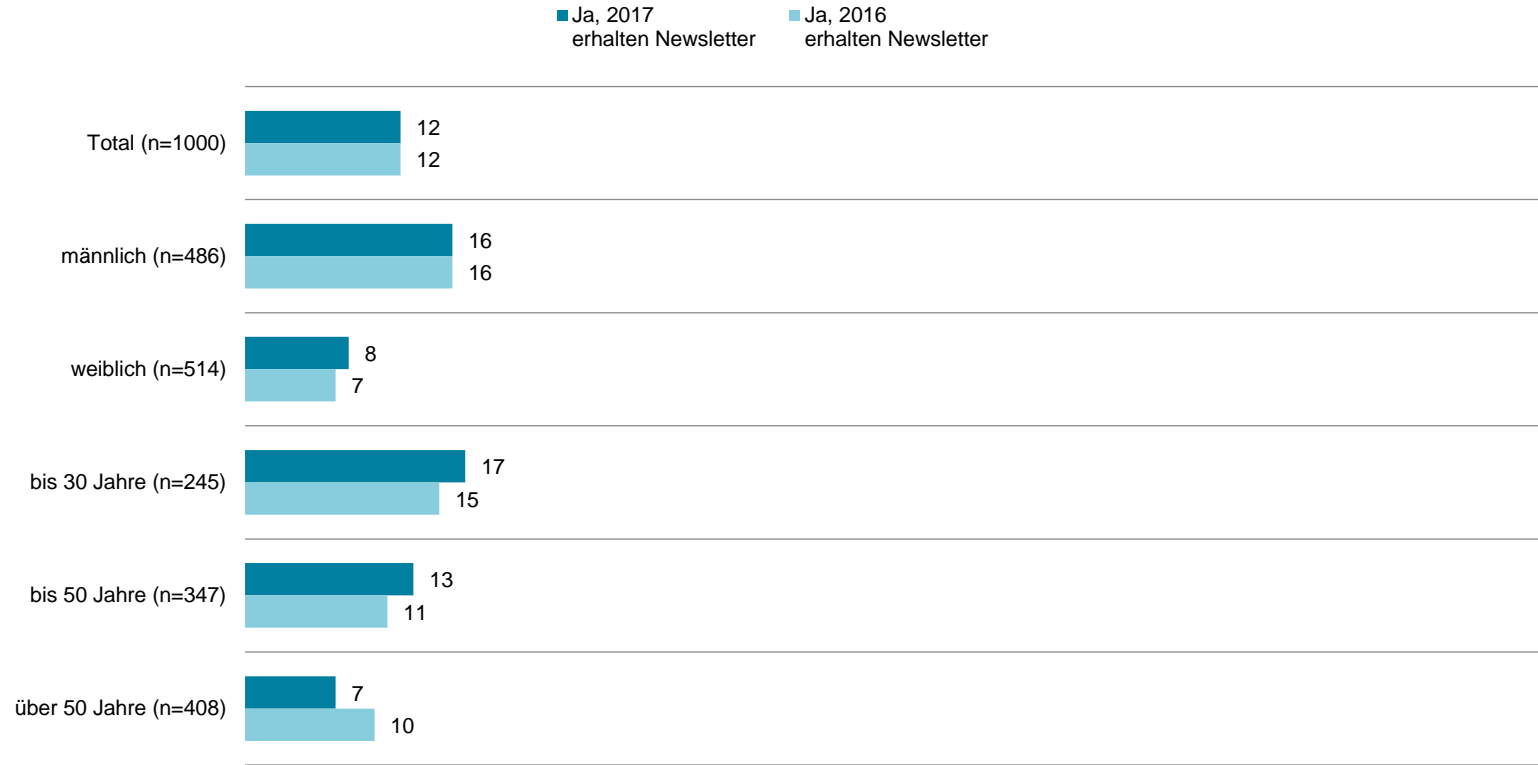
# ONLINE EINKAUF IN DEN LETZTEN 6 MONATEN



12a. Haben Sie in den letzten 6 Monaten Produkte aus dem Elektrofachhandel online/im Internet eingekauft/bestellt?

%Werte





. 13. Erhalten Sie Newsletter von Elektrofachhändler?

%Werte

## Die Vollversion / Gallup Branchenmonitor Elektrofachhandel enthält insgesamt 31 Charts:

- Basisdaten / Internetnutzung / Frequenz online Einkauf
- spontane / gestützte Bekanntheit von Einkaufswebseiten
- Eigenschaftsprofil
- Anteile der Branchen am Onlineeinkauf
- Informationsquellen beim Onlineshopping
- Seitenbesuche, Einkäufe, Lieblingswebsites pro Branche
- Kundenkarten
- Newsletter

**Weitere Gallup Branchenmonitor Studien** liegen zu folgenden Branchen vor:

**Schuhe / Lebensmittelhandel / Sporthandel / Textilhandel / Zubehör / eCommerce / Drogeriefachhandel / Baumärkte-Gartencenter / Möbelhandel**

Die **Vollversion der Studien** ist über Gallup oder die Österreichische Post AG zu beziehen (wenden Sie sich bitte an Ihren Post Kundenbetreuer).

näheres auch unter [www.post.at/branchenmonitor](http://www.post.at/branchenmonitor)