



INTEGRAL ■■■ MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG
Partner von SINUS Heidelberg ■ Berlin ■ Zürich



INTEGRAL - IAB Trendmonitor

Couponsing

Studie Nr. 4714; 4. Quartal 2013

Powered by  AIMTM
Consumer

INTEGRAL & der Austrian Internet Monitor

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL verfügt über eine 15jährige Kompetenz in der Internet-Marktforschung, die im Austrian Internet Monitor ihren Niederschlag findet. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich INTEGRAL intensiv in der Sinus-Milieu® Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Seit 18 Jahren gibt es den **AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM™)**: Ende 1996 wurden durch INTEGRAL erstmals die wichtigsten Eckdaten des Zugangs zum und die Nutzung des Internets erhoben. Der AIM™ hat die dynamische Entwicklung des Mediums Internet von Beginn an als **DIE österreichische INTERNET-Grundlagenstudie** beobachtet und beschrieben.

Der AIM™ liefert repräsentative Basisdaten, welche telefonisch erhoben werden, ergänzt um vertiefende Interviews aus dem INTEGRAL-eigenen Austrian Online Pool.

Die vorliegenden Ergebnisse des IAB Trendmonitors wurden als Exklusivfragen für den IAB im Rahmen der Online-Stichproben erhoben.

Methode

Zielgruppe

Internetnutzer ab 14 Jahren

Erhebungsmethode

Onlinebefragung

Stichprobe

n=2.000 Interviews

Projektzeitraum:

4. Quartal 2013

Schwerpunkt

Couponing

Inhalte

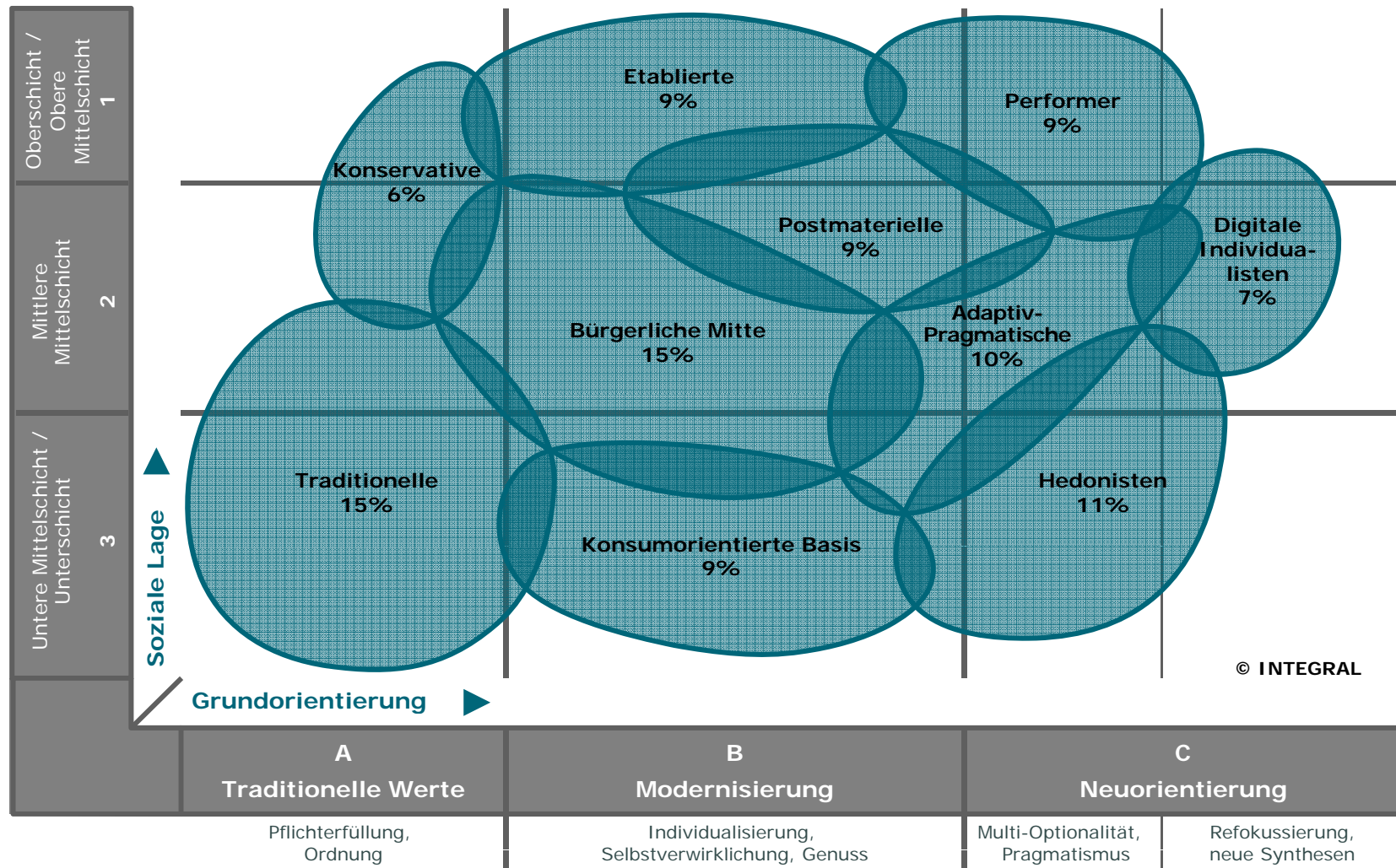
- Bekanntheit
- Potenzielle Nutzung nach Betrag und Branche

Analyse

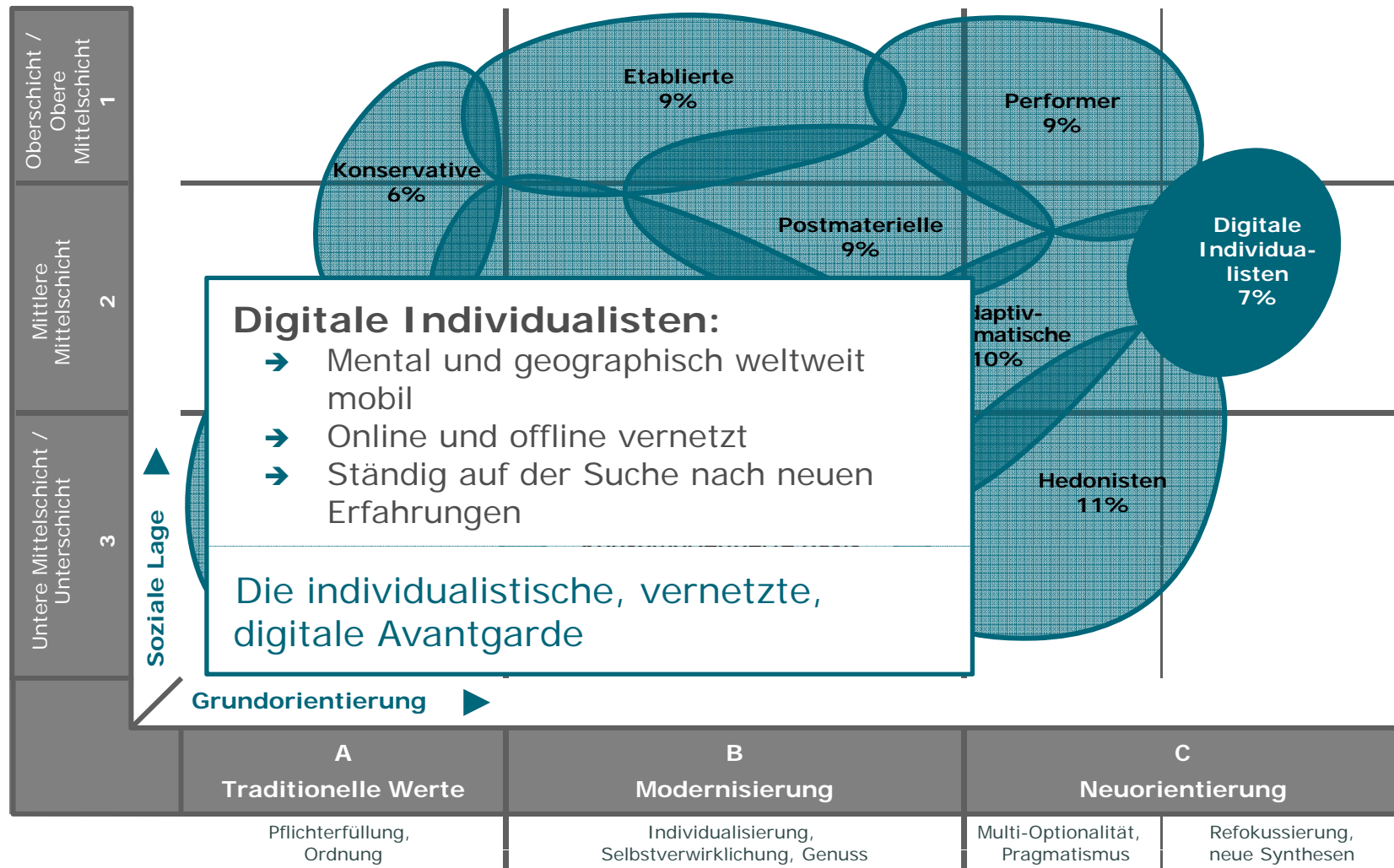
Nach Sinus-Milieus® und nach Demografie

Die Sinus-Milieus® in Österreich

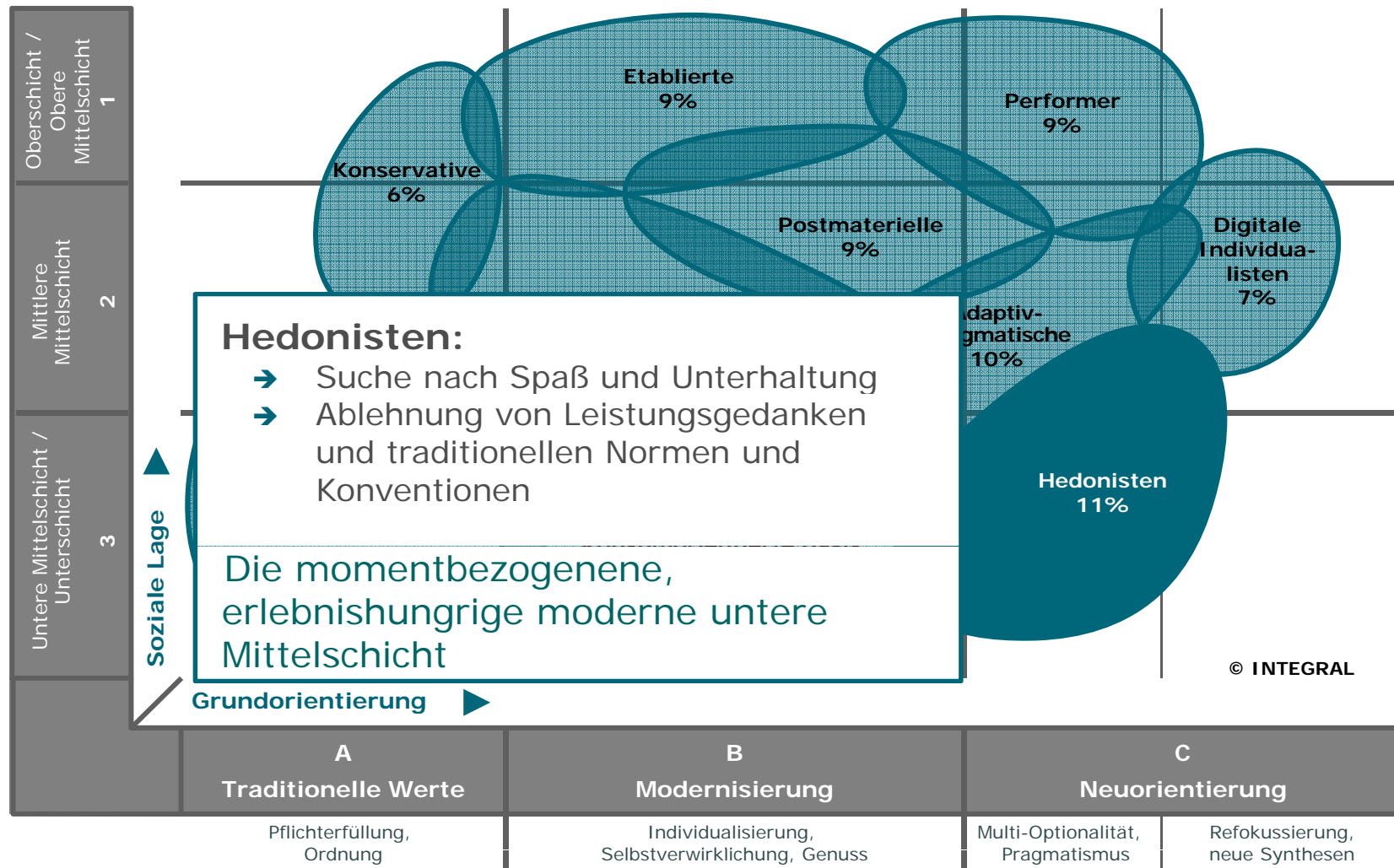
Österreichische Wohnbevölkerung (ab 14 Jahre)



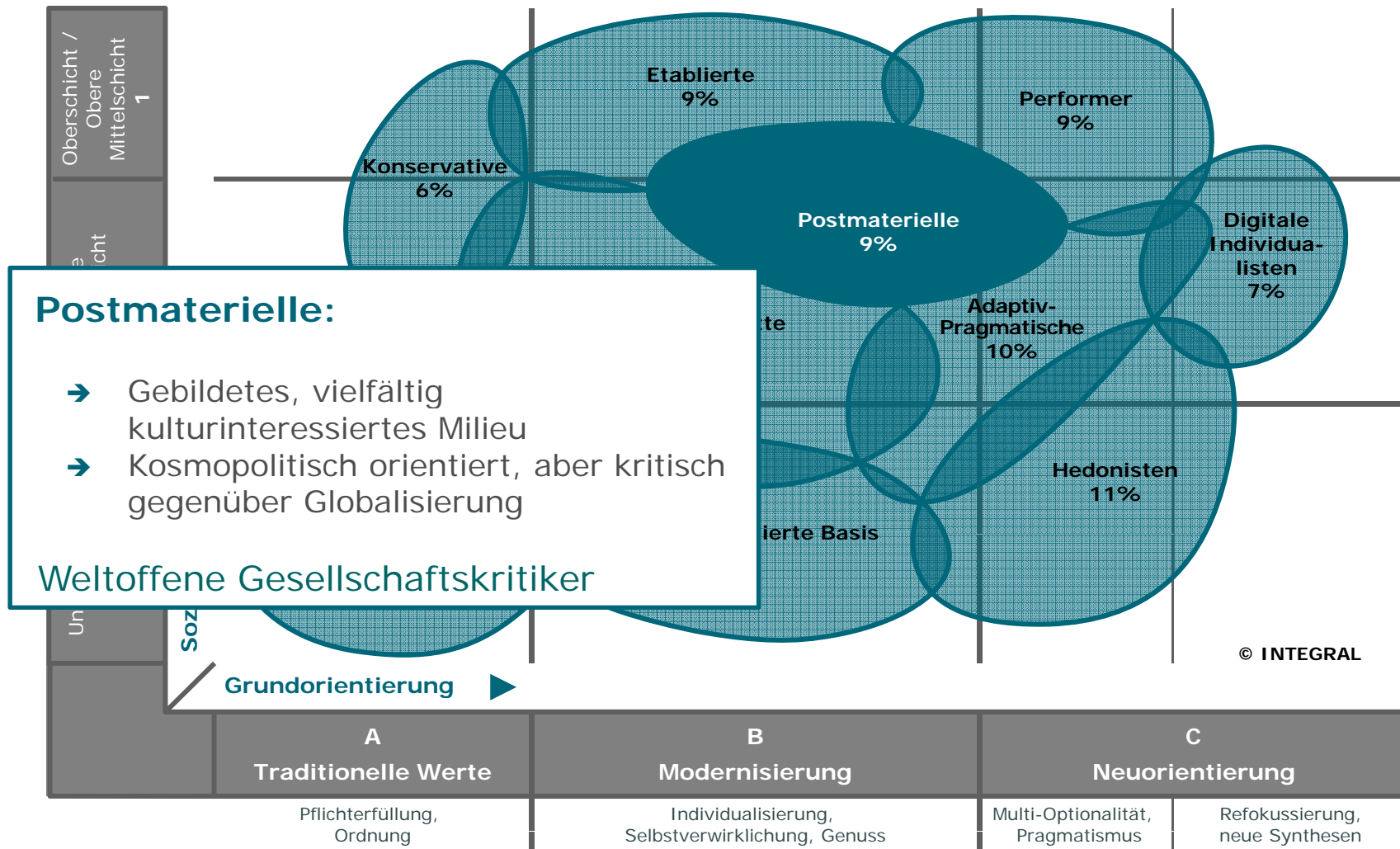
Die jungen Milieus



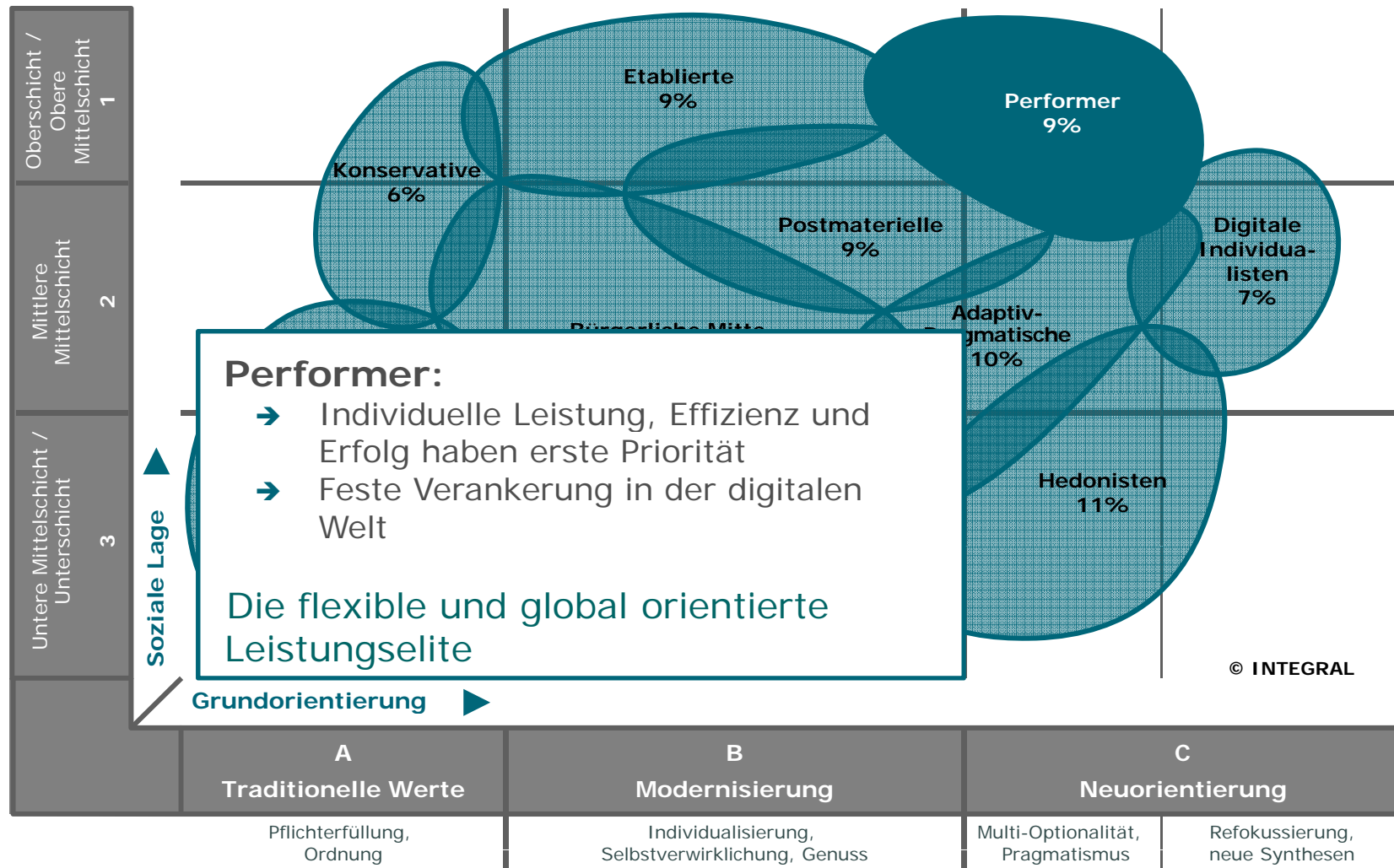
Die jungen Milieus



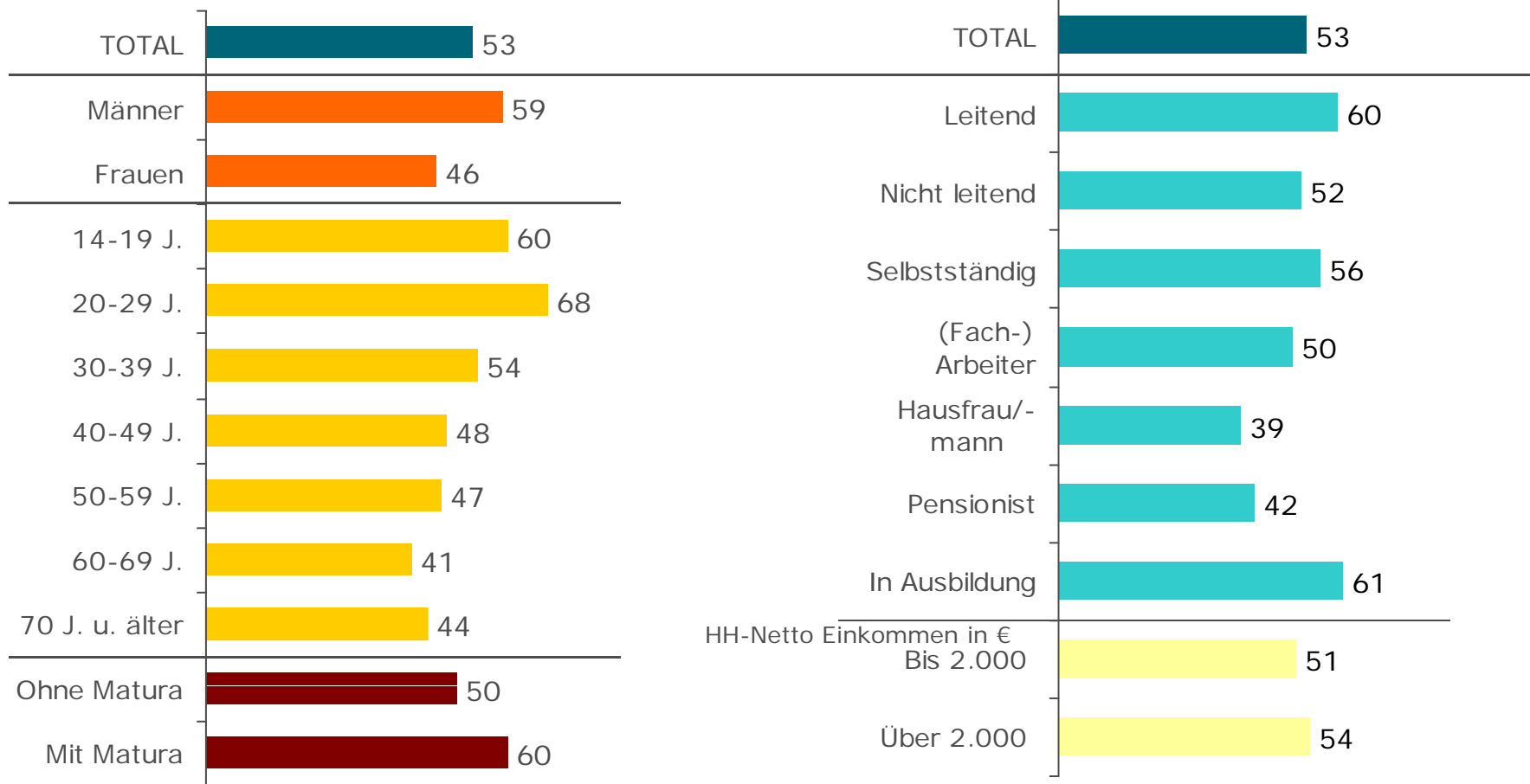
Gehobene Milieus



Gehobene Milieus



Coupons - Bekanntheit

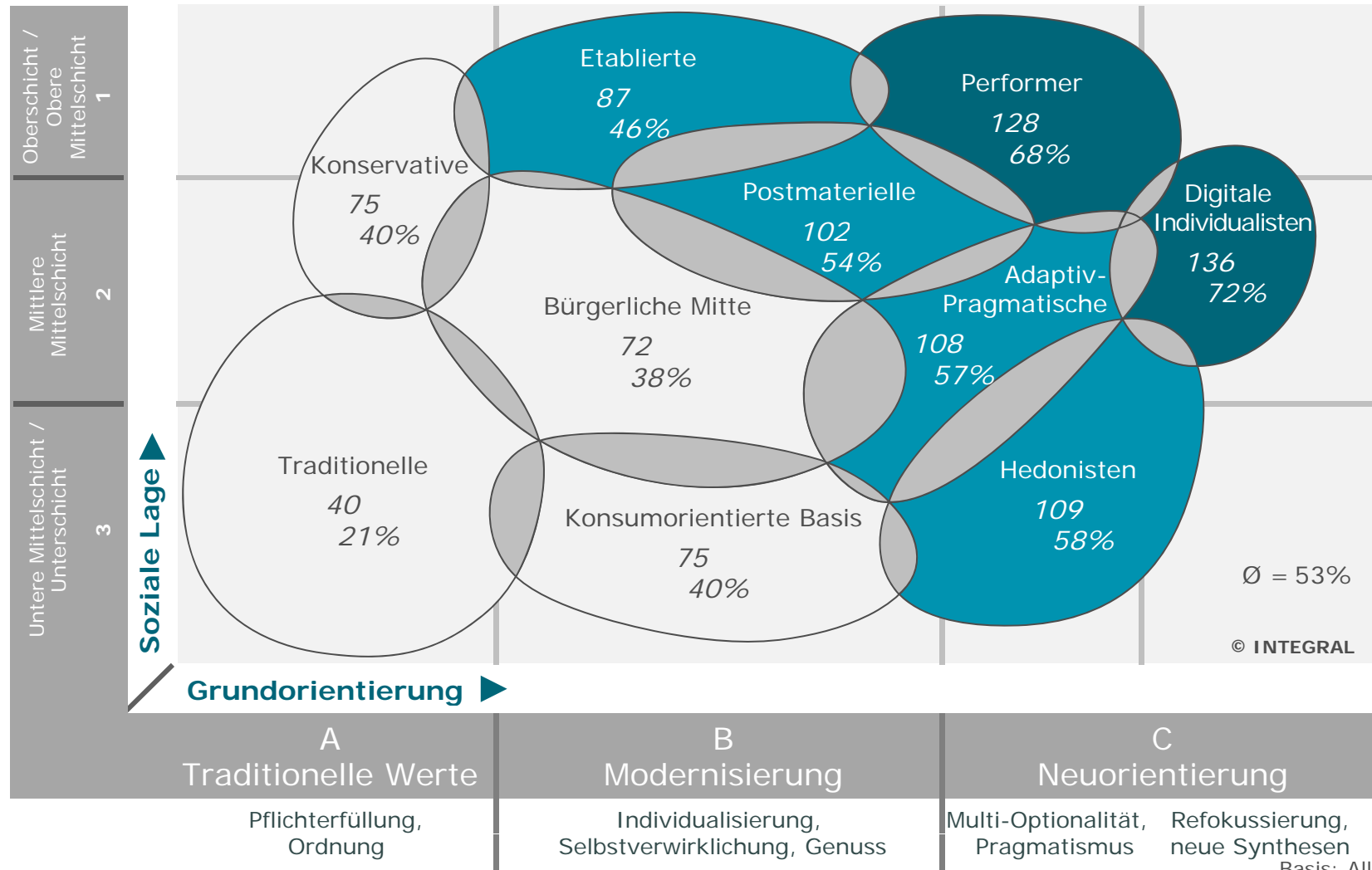


Fr. 1: Manche Anbieter bieten so genannte Coupons, als Gutscheine über Kleinbeträge, an. Beim Kauf von Produkten oder Dienstleistungen können diese Gutscheine eingelöst werden, sodass man in den Genuss von Rabatten kommt. Haben Sie davon schon gehört?

Basis: Alle Befragten

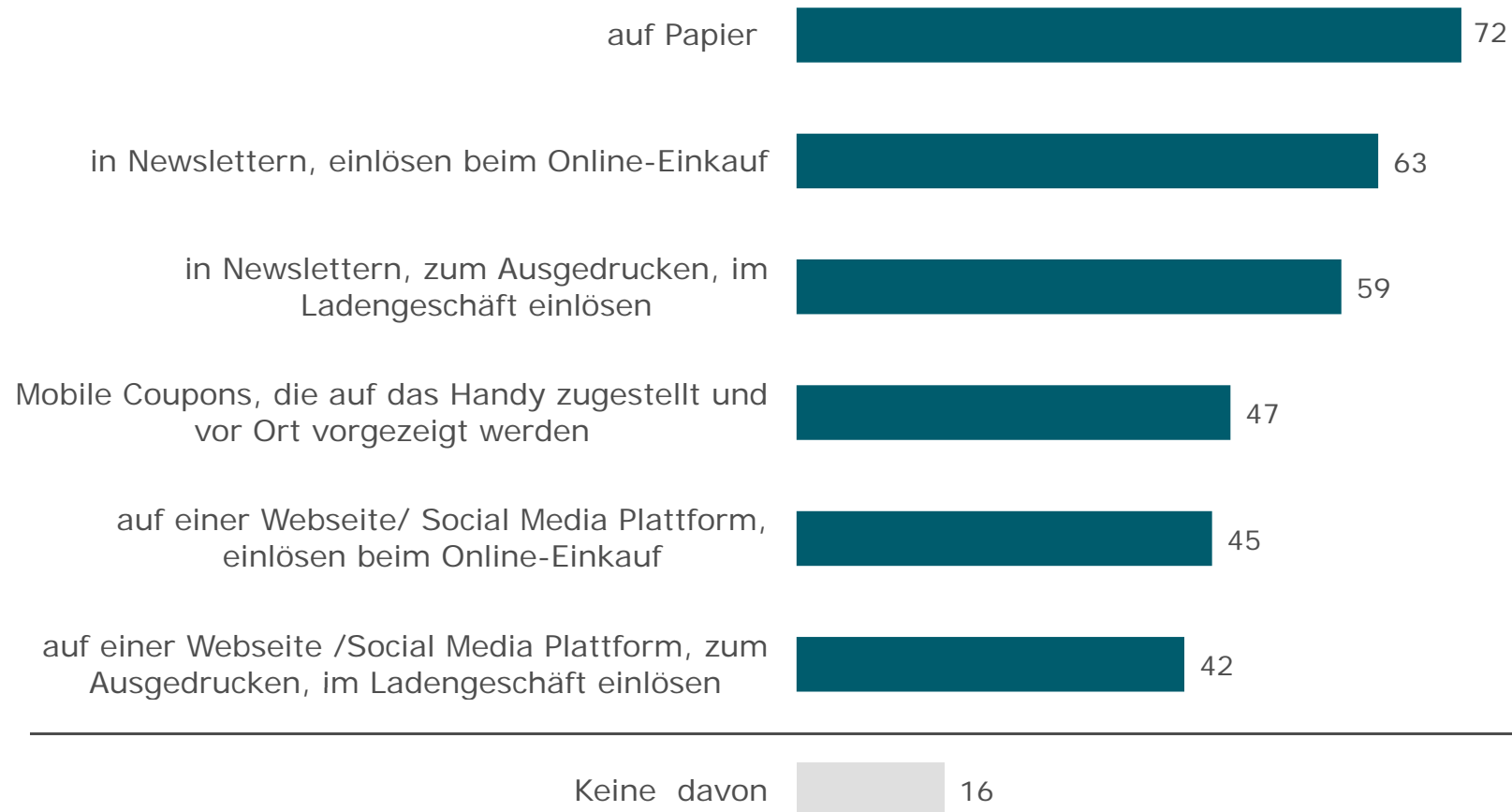
Coupons - Bekanntheit

= überrepräsentiert
 = durchschnittlich
 = unterrepräsentiert



Basis: Alle Befragten

Coupons – Welche würde man nutzen?

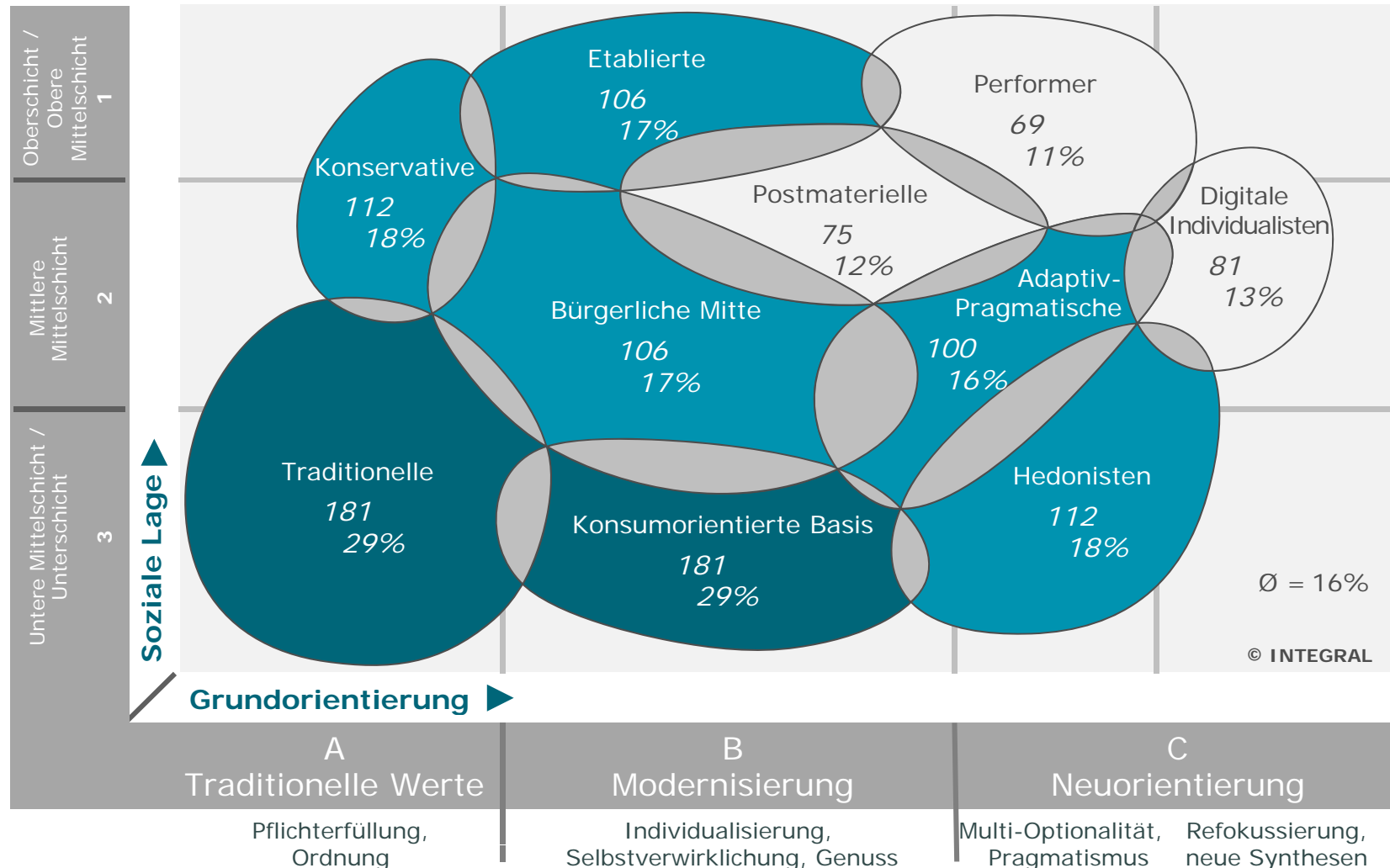


Fr. 2: Wenn Sie an die folgenden Arten von Coupons denken, welche davon können Sie sich vorstellen zu nutzen?

Basis: Alle Befragten

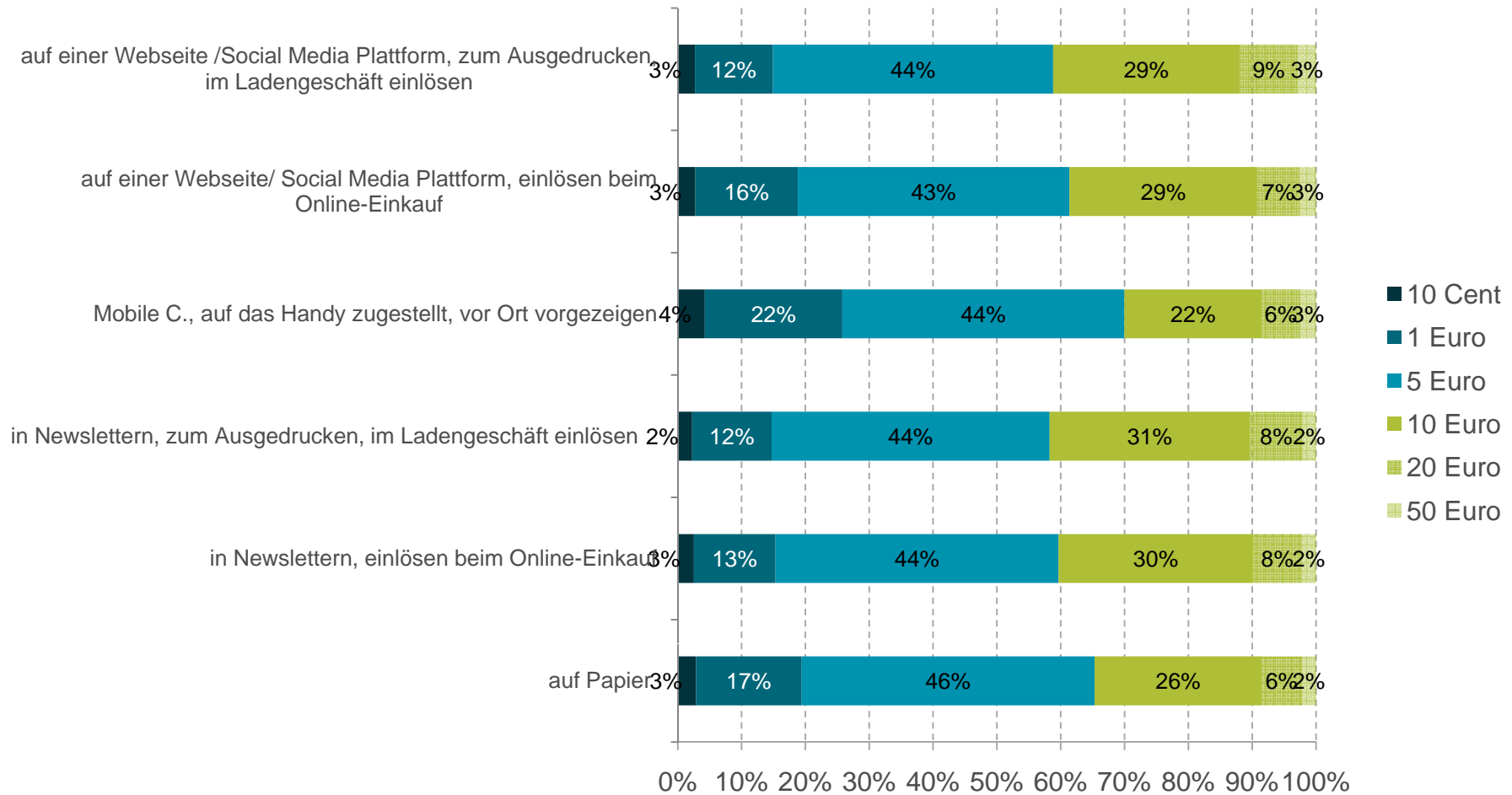
Couponsing nicht vorstellbar

■ = überrepräsentiert ■ = durchschnittlich □ = unterrepräsentiert



Fr. 2: Wenn Sie an die folgenden Arten von Coupons denken, welche davon können Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: Alle Befragten

Coupons – Ab welcher Höhe würde man sie einlösen?

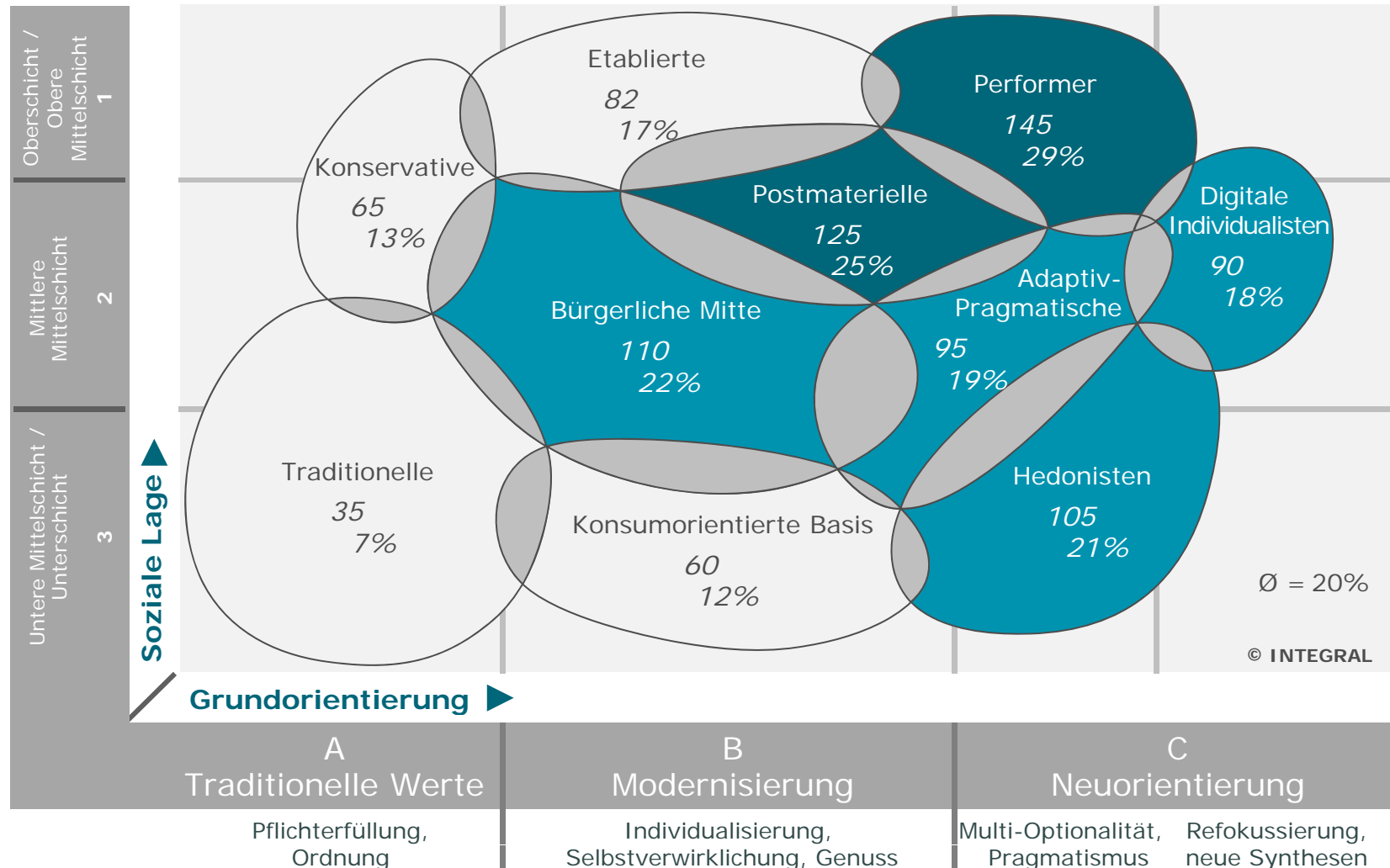


Fr. 3: Wie hoch müsste der Rabatt mindestens sein, damit Sie die folgenden Arten von Coupons einlösen würden?

Basis: jeweiliges Couponing würde man grundsätzl. nutzen

Würden Coupons auf dem Handy ab 5 Euro nutzen

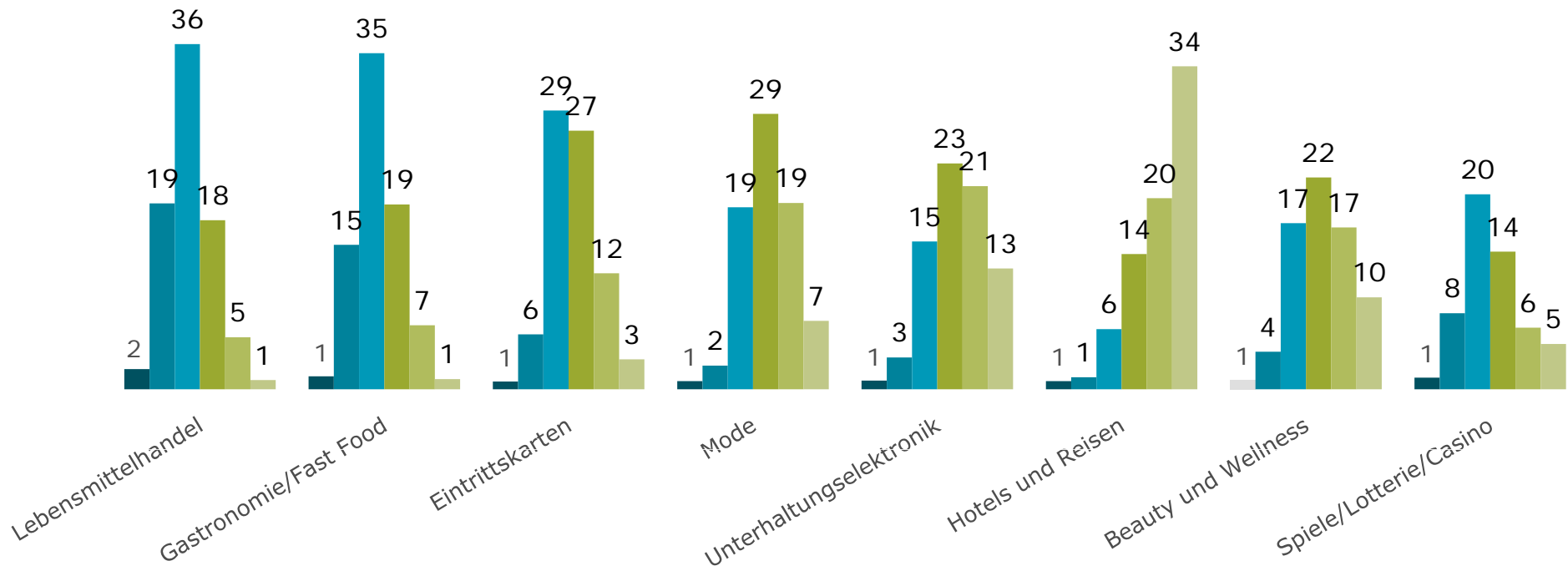
■ = überrepräsentiert ■ = durchschnittlich □ = unterrepräsentiert



Fr. 3: Wie hoch müsste der Rabatt mindestens sein, damit Sie die folgenden Arten von Coupons einlösen würden? Basis: Alle Befragten

Coupons – Ab welcher Höhe würde man sie in welcher Branche einlösen?

■ 10 Cent ■ 1 Euro ■ 5 Euro ■ 10 Euro ■ 20 Euro ■ 50 Euro

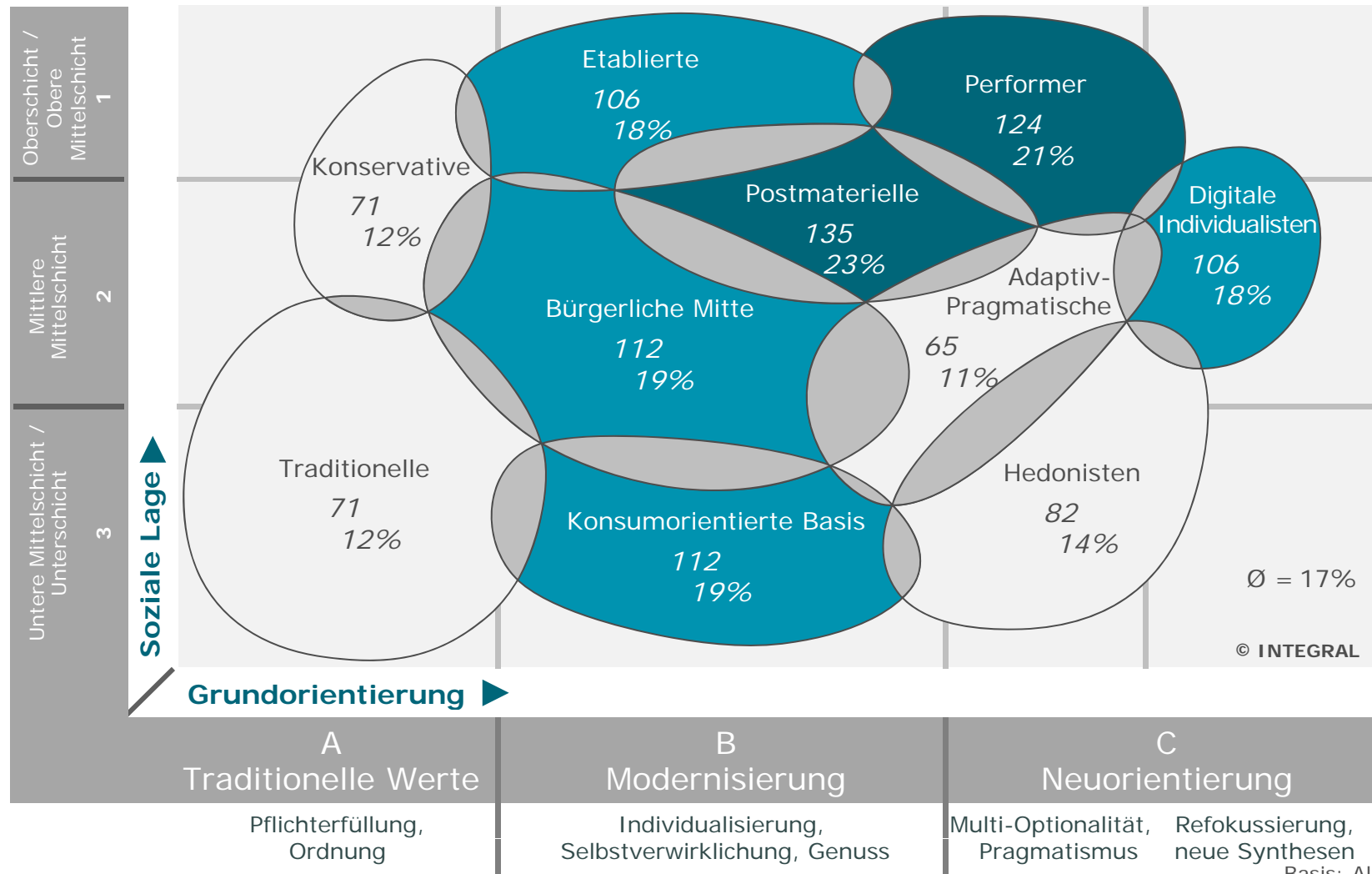


Fr. 4: Anbieter von Coupons gehören unterschiedlichen Branchen an. Wenn Sie an die folgenden Branchen denken, wie hoch müsste der Rabatt mindestens sein, damit Sie so einen Coupon einlösen würden?

Basis: Alle Befragten

Würden Coupons ab 5 Euro für Wellness und Beauty nutzen

= überrepräsentiert
 = durchschnittlich
 = unterrepräsentiert



Basis: Alle Befragten

Wir beantworten gerne Ihre Fragen

Ihre Ansprechpartner

Integral Markt- und Meinungsforschung
Mohsgasse 1
1030 Wien

Tel + 43 1 79 91 994-0
Fax + 43 1 79 91 994-18
www.integral.co.at



Mag. Sandra Cerny
sandra.cerny@integral.co.at



Dr. Bertram Barth
bertram.barth@integral.co.at

Haben Sie Interesse an Detailergebnissen?

Der Bericht bietet Einblicke in...

- Bekanntheit von Coupons
- Rabattgrenzen unterschiedlicher Coupons
- Nutzungswahrscheinlichkeiten nach Branchen

Die Ergebnisse werden nach Sinus-Milieus® und Demografischen Subgruppen für alle Inhalte dargestellt und liefern damit wertvolle Einblicke in die strategischen Zielgruppen der Nutzer.

Normalpreis: Euro 500,-
Spezialpreis für IAB-Mitglieder: Euro 375,-

Preise excl. MwSt.