



Studiensteckbrief

Studie Haushaltsgeräte-Zielgruppe Junge Erwachsene 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Haushaltsgeräte-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe ‚Junge Erwachsene‘ wird repräsentiert von Personen im Alter zwischen 18 und 24 Jahren. 15 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Altersgruppe, deren Verhalten beim Kauf der letzten bis zu fünf Haushaltsgerätekäufe analysiert wurde.
- Fast ein Drittel der befragten jungen Erwachsenen arbeitet angestellt in Vollzeit, knapp ein Viertel lebt in einem 1-Personen-Haushalt.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung hat die Zielgruppe den letzten Haushaltsgerätekauf häufiger nach längerer Planung oder aufgrund eines konkreten Bedarfs vorgenommen. Zugleich sind Spontankäufe für die Zielgruppe von höherer Bedeutung als für die Gesamtbevölkerung.
- Junge Erwachsene haben beim Kauf von Haushaltsgeräten mehr Bedenken. Lebensdauer und Qualität des Haushaltsgeräts sind hier das große Thema.
- Unter den zuletzt gekauften Haushaltsprodukten liegen die Anteile der Produktgruppen ‚elektronische Geräte im Bad‘ und ‚Küchenmaschine & Multifunktionsgeräte‘ höher als in der Gesamtbevölkerung.
- Nachrichtenseiten, die in der Gesamtbevölkerung zu den beliebtesten Websitearten gehören, spielen für die Zielgruppe eine eher untergeordnete Rolle. Junge Erwachsene empfinden Outdoorwerbung und Anzeigenblätter glaubwürdiger als die Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe ‚Junge Erwachsene‘**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Käufe in **13 Produktkategorien**, von **15 Herstellern** und **12 Händlern**

alle Information auf **72 PowerPoint-Seiten**

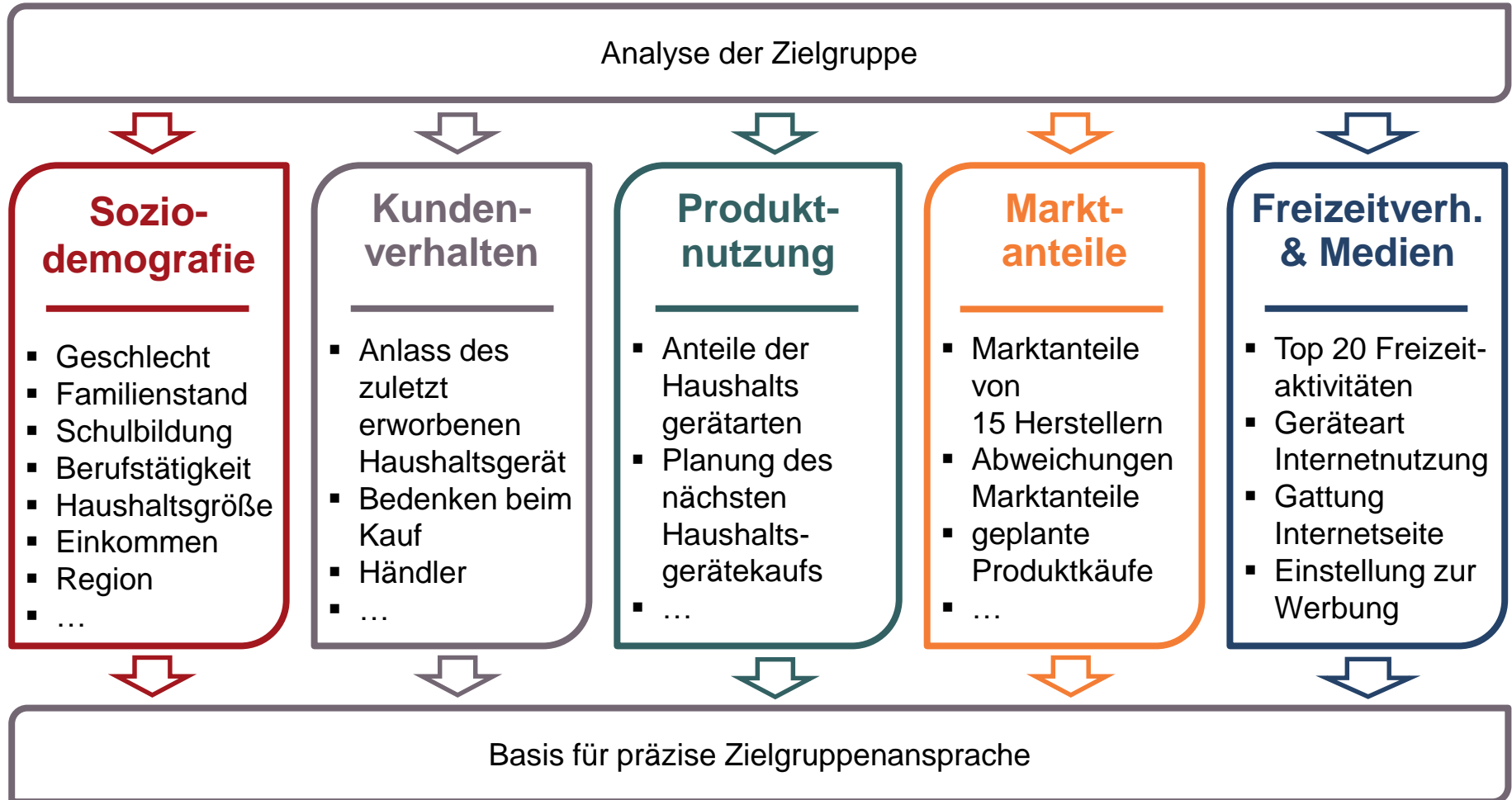
als **pdf- und ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für adäquate Marketingmaßnahmen in der Branche

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche soziodemografischen Besonderheiten zeigt die Zielgruppe?
- welche Bedenken deuten sich beim Produktkauf an?
- welche Hersteller und Händler sind in der Zielgruppe beliebt?
- bei welchen Herstellermarken besteht eine Kaufplanung?
- welche Produktkategorien erfreuen sich überdurchschnittlicher Beliebtheit?
- welche Geschlechterverteilung zeigt sich bei den Produktkäufen?
- welche Gattungen von Internetseiten besucht die Zielgruppe häufiger?
- welche Einstellung ist charakteristisch für die Zielgruppe bezüglich der unterschiedlichen Werbemedien?

Die Studie in **Zahlen:**

- 2.000 Online-Interviews, davon 15 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe
- 13 Gerätearten
- 15 Hersteller
- 12 Gerätehändler
- Bewertung von 11 Werbemediengattungen
- 14 Marketing-Kennzahlen im Markenvergleich

Forschungsdesign:

2.000 Interviews wurden online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 15 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „Junge Erwachsene“, deren Verhalten beim Kauf der letzten bis zu fünf Haushaltsgerätekäufe analysiert wurde. Die Ergebnisse wurden von den Marketing-analysten gesichtet, sortiert und visualisiert und mit denen der Online-Bevölkerung kontrastiert. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im März 2019 erschienen.

Preis der Studie: Die 72 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

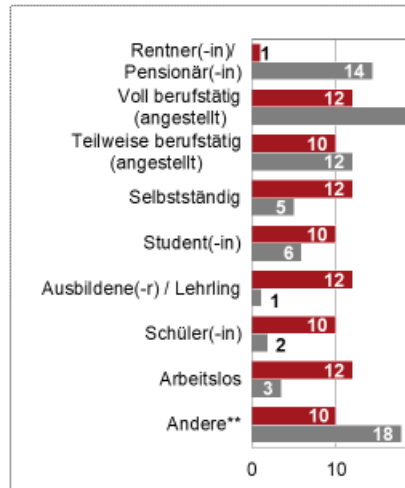
➤	Management Summary	3
➤	Forschungsdesign	7
➤	Soziodemografie	11
	Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤	Kundenverhalten	23
	Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt erworbenen Haushaltsgeräts, Bedenken beim Kauf, treue Kunden und Brandhopper, Kaufart des zuletzt erworbenen Haushaltsgeräts, Frequenz der Haushaltsgerätekäufe	
➤	Produktkategorien	32
	Letzte fünf gekaufte Haushaltsgeräte, voraussichtlich nächstes gekauftes Haushaltsgerät, aktuell genutzte Haushaltsgeräte	
➤	Haushaltsgerätemarken	38
	Marktanteile der Hersteller, Abweichungen Marktanteile, Marktanteile Kaufplan	
➤	Haushaltsgerätehändler	48
	Marktanteile der Händler, Abweichungen Marktanteile, Marktanteile Kaufplan	
➤	Freizeitverhalten und Mediennutzung	58
	Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤	Kontakt	71

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Berufstätigkeit (Angaben in %)



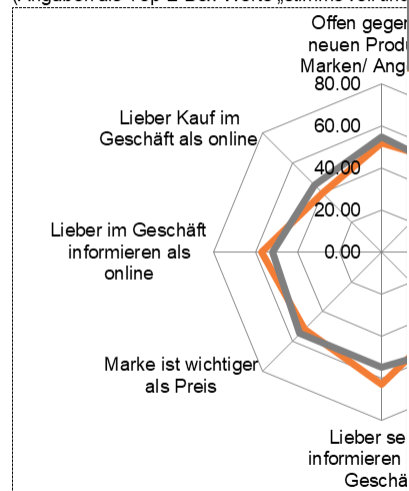
Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung*, Hausfrau



Studie H
Jur

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Jungen Erwachsenen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

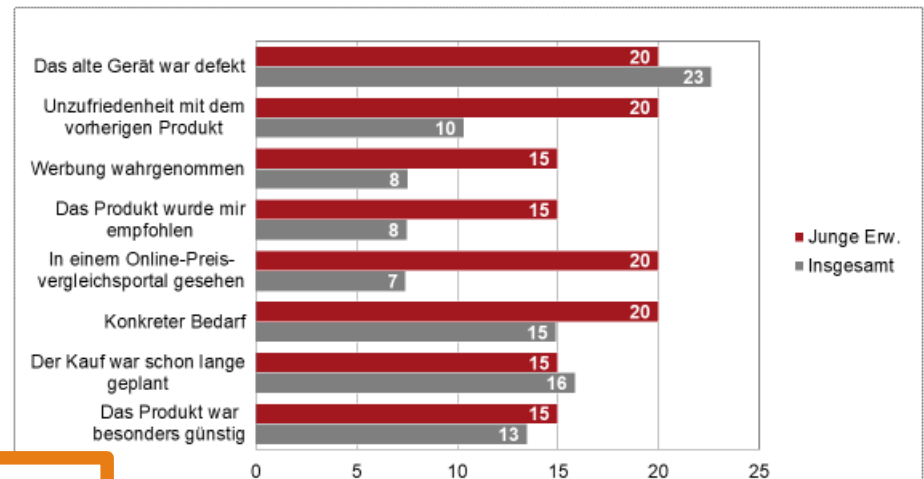


Studie Ju

Was war der konkrete Anlass für den letzten Haushaltsgerätekauf?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt erworbenen Haushaltsgeräts (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt gekaufte Haushaltsgerät erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Haushaltsgeräte-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2019

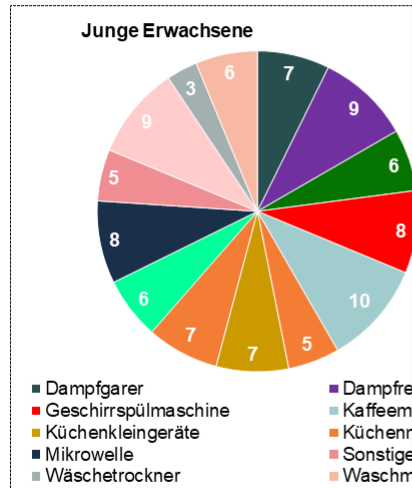
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Haushaltsgeräte

Anteil der Produktgruppen an allen Produktkäufen* (Angaben in %)



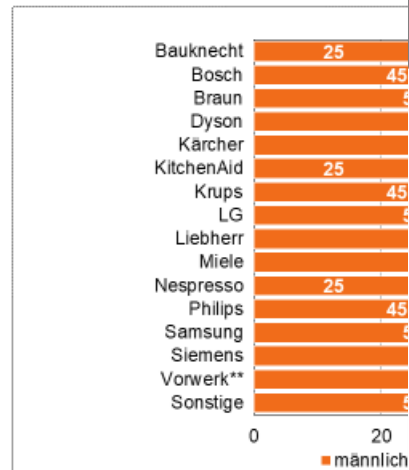
* Basis: letzte 5 Produktkäufe;



Studie I
Jun

Hersteller

Anteile der Geschlechter nach Herstellern in der Zielgruppe Junge Erwachsene* (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchen Herstellern Sie die oben genannten Haushaltsgeräte gekauft haben. * Basis: letzte 5 Produktkäufe; ** geringe Datenbasis – vorsichtig interpretieren

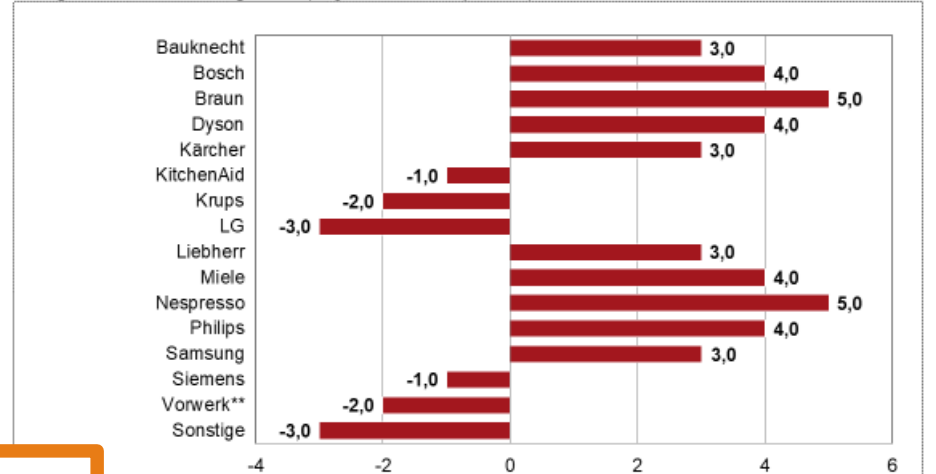


Studie I
Ju

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Herstellern?

Hersteller

Abweichungen der Marktanteile* der Haushaltsgerätehersteller – Marktanteil bei Jungen Erwachsenen abzüglich Marktanteil Insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)



Geben Sie nun an, von welchen Herstellern Sie die oben genannten Haushaltsgeräte gekauft haben. * Basis: letzte 5 Produktkäufe; ** geringe Datenbasis – vorsichtig interpretieren



Studie Haushaltsgeräte-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2019

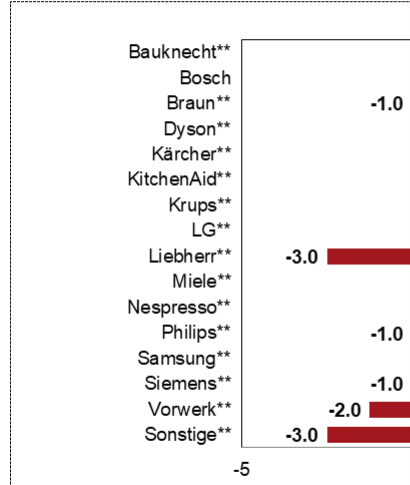
Welche Produktgruppen werden von jungen Erwachsenen verstärkt gekauft?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Hersteller

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Abschluss abzüglich letzte Abschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)

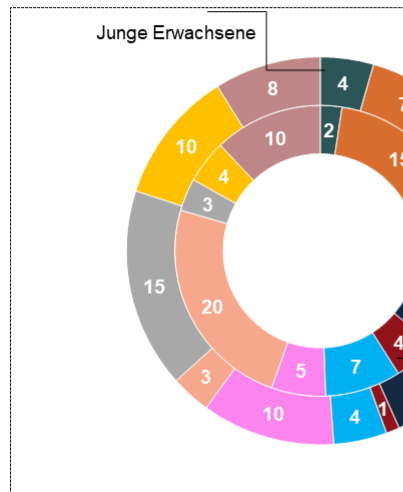


Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Hersteller Sie die... (Hersteller); **geringe Datenbasis – vorsichtig interpretieren



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



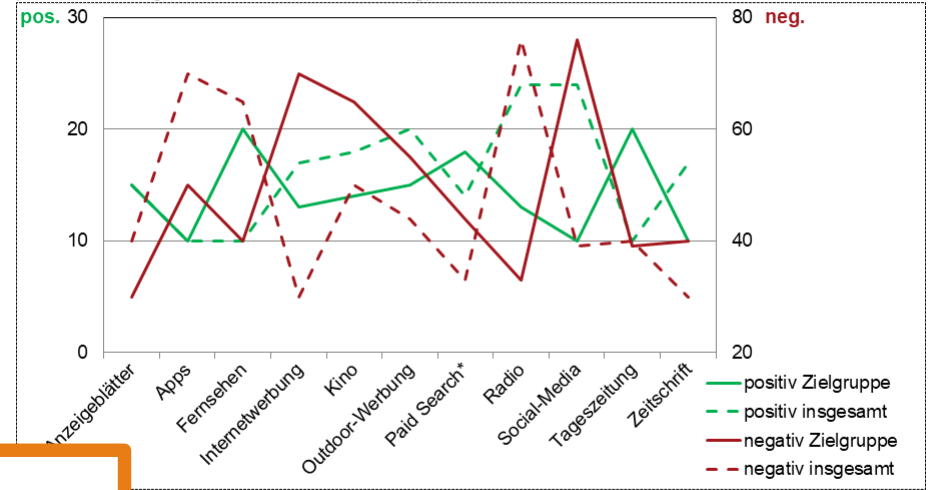
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt...



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Welche Hersteller gewinnen bzw. verlieren Marktanteile in der Zielgruppe?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.100 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Haushaltsgeräte-Zielgruppe Junge Erwachsene 2019.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Haushaltsgerätebranche erschienen:

- Studie eVisibility Kaffee und Kaffeemaschinen 2018
- Studie eVisibility Haushaltskleingeräte 2018
- Werbemarktanalyse Bodenreinigungsgeräte 2017
- Studie eVisibility Haushaltsgroßgeräte 2017
- Studie eVisibility Küchen und Küchengeräte 2017
- Werbemarktanalyse Haushaltsgroßgeräte 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2016 sind zehn Studien zur Haushaltsgerätebranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

