



Insight Report

Für Produktname, Unternehmensname

Monat Jahr

BEISPIELFOLIEN
*Die folgende Insight-Studie dient lediglich zu
Präsentationszwecken. Alle Zahlen, Produkte und Inhalte sind
fiktiv.*

01	Methodik	02
02	Produkt-Bewertung Leser:innen- & Panelbefragung	05
	Dimensionsbewertung	07
	Kaufwahrscheinlichkeit & Weiterempfehlung	08
	Markenbekanntheit	09
03	Appendix	10

Einzigartige transparente Methodik: Im Mittelpunkt stehen die Erfahrungen unabhängiger Konsument:innen

Zusammenfassung

- Was ist für Kund:innen wirklich wichtig, wenn sie sich vor dem Kauf informieren? Wovon lassen sie sich bei seiner Kaufentscheidung leiten? – Von Erfahrungen anderer, unabhängiger Kund:innen! Genau das haben wir bei den Deutschland Favoriten in den Mittelpunkt gestellt.
- Für den Deutschland Favorit wurden XX Produkte aus den Kategorien Elektronik & Technik, Familie & Kind, Gesundheit & Wohlbefinden, Haus & Garten, Mobilität und Sport & Hobby im Bewertungsverfahren berücksichtigt.
- Im Anschluss wurden die Leser:innen der Süddeutschen Zeitung Digital sowie Print aufgerufen, diese in einem Online-Fragebogen nach den Kriterien Nutzen, USP, Qualität, Funktionalität, Design, Preis-Leistungs-Verhältnis, Nachhaltigkeit sowie bzgl. der Weiterempfehlungsbereitschaft und der Kaufabsicht auf einer Skala von 1 bis 5 zu bewerten. Zusätzliche Bewertungen wurden über ein Konsument:innen-Panel generiert.
- Dann wurde pro Produkt ein Score für die Leser:innen- und Panelbewertung errechnet. Dabei wurden die Urteile der Personen, die das Produkt besitzen und nutzen höher gewichtet als die Urteile von potenziellen Neukund:innen, die das Produkt aber kennen.
- Final wird der Gesamtscore gebildet. Ausgezeichnet wurden nur Produkte, deren Gesamtscore zu den besten XX% aller Produkte gehört.

Von XX.XXXX bis XX.XXXX haben Konsument:innen und Leser:innen der SZ die Produkte bewertet

Zeitablauf

Bis **XX.XX.XXXX**. Dann
Prüfung durch **Statista**

Anmeldung

Bewertung der angemeldeten und
zusätzlichen, von Expert:innen
empfohlenen Produkte primär
durch Leser:innen der
Süddeutschen Zeitung Print und
Digital. Insgesamt haben X.XXX
Personen abgestimmt. (**XX.XXXX**)

Leser:innen- &
Panelbefragung



Bekanntgabe der ausgezeichneten
Produkte zum **XX.XX.XXXX**.

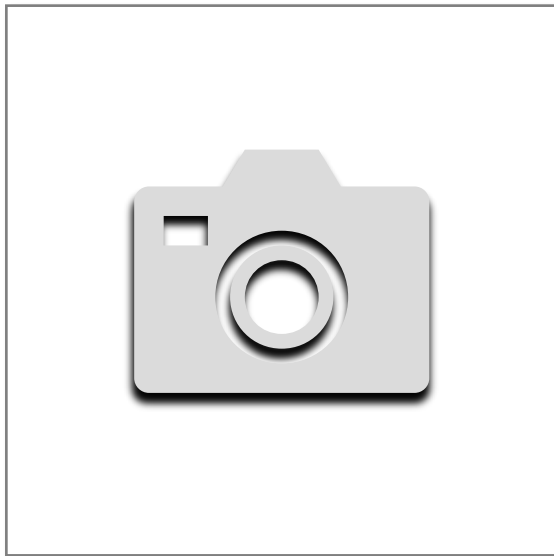
Zum **XX.XX.XXXX** Bekanntgabe der
ausgezeichneten Produkte in den
reichweitenstarken Kanälen der
Süddeutschen Zeitung sowie auf
www.deutschland-favorit.de

Auszeichnung

01	Methodik	02
02	Produkt-Bewertung Leser:innen- & Panelbefragung	05
	Dimensionsbewertung	07
	Kaufwahrscheinlichkeit & Weiterempfehlung	08
	Markenbekanntheit	09
03	Appendix	10



Die Befragten haben über das Beispielprodukt abgestimmt. Die Ergebnisse sehen Sie auf den folgenden Folien.



(Produktbild)

Auszeichnung: XX/XXXX

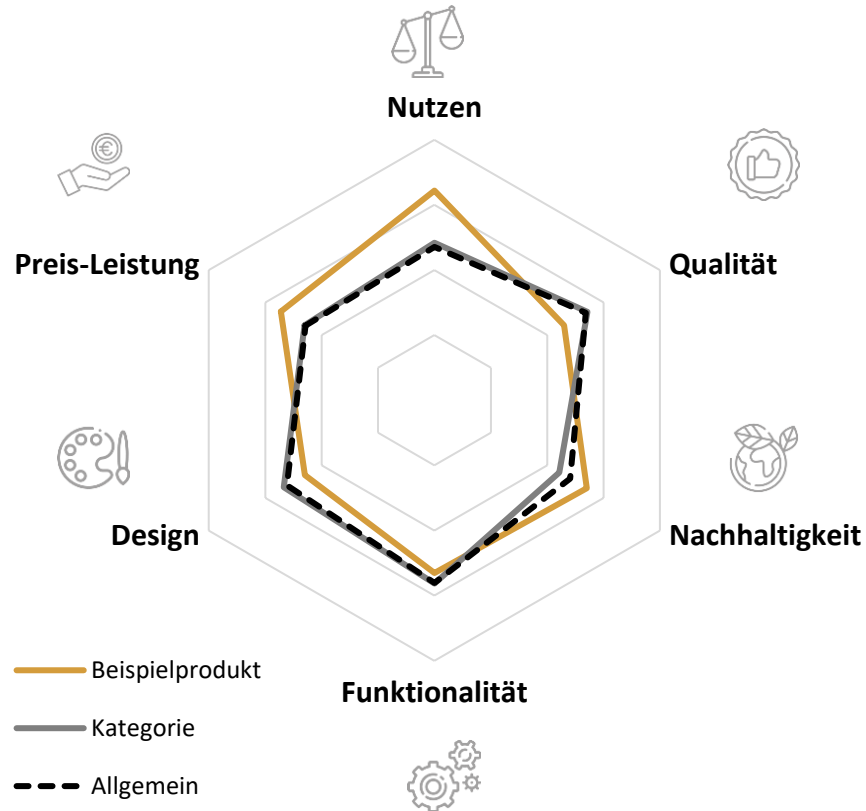
Kategorie: XXX

Gattung: XXX

Kurzbeschreibung:

Umfassender Beschreibungstext des Produkts

Das Beispielprodukt schneidet unter den Befragten am besten in der Dimension XXX ab.

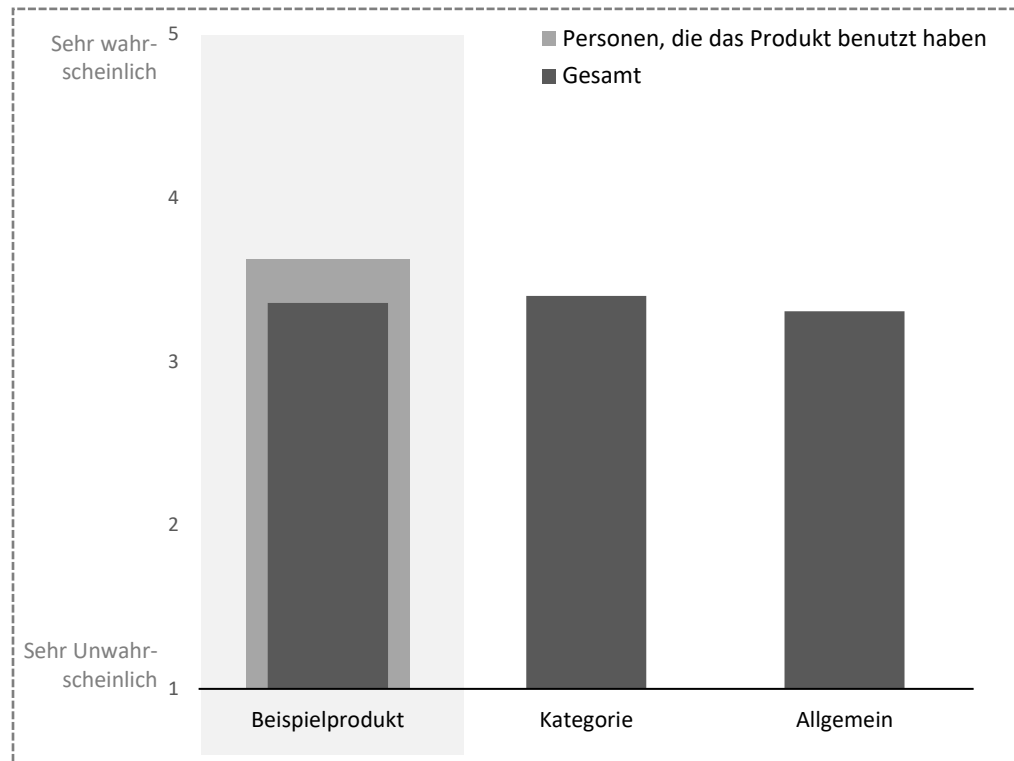


Produkteigenschaften	Beispielprodukt	Kategorie	Allgemein
Nutzen	4,XX	3,XX	4,XX
Qualität	2,XX	3,XX	...
Nachhaltigkeit	4,XX
Funktionalität
Design
Preis-Leistung

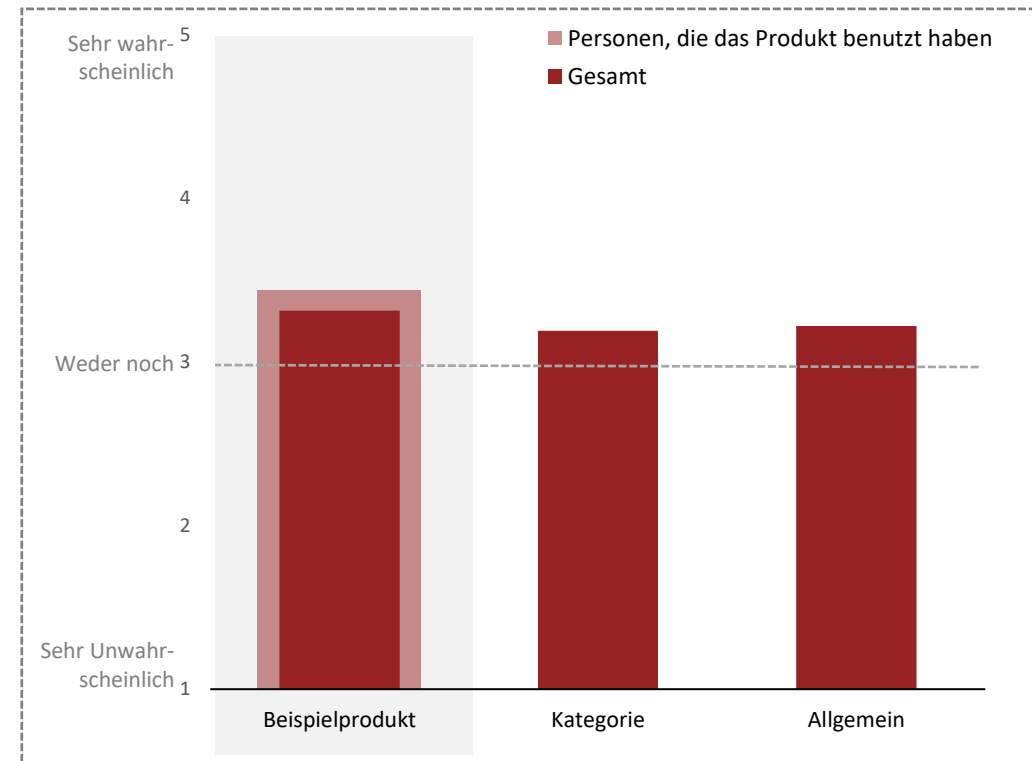
(1) Mittlere Zustimmung auf einer Likert-Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“
Frage 10: Nach allem, was Sie nun über das Produkt [Angabe] wissen, inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Basis: N=XXX

Auch die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kaufwahrscheinlichkeit des Beispielprodukts wurden von den Befragten bewertet.

Weiterempfehlungsbereitschaft [Mittelwert ¹]



Kaufwahrscheinlichkeit [Mittelwert ¹]



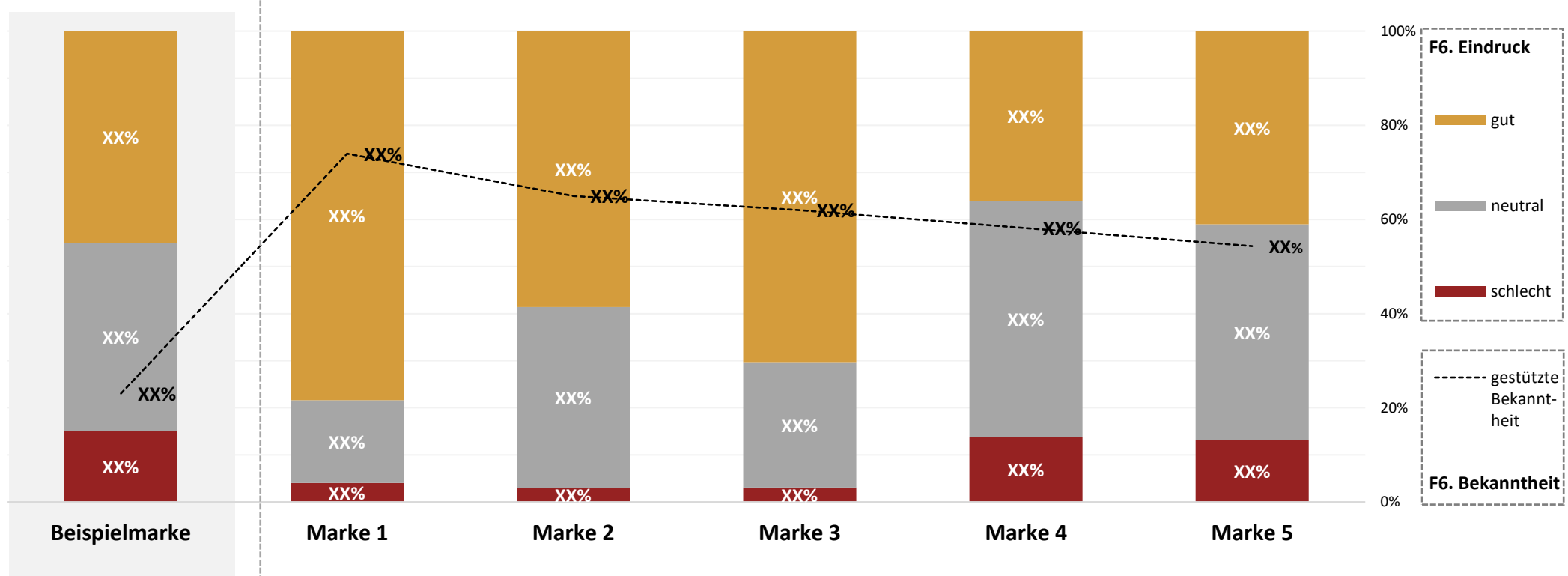
(1) Mittlere Zustimmung auf einer Likert-Skala von 1 = „sehr unwahrscheinlich“ bis 5 = „sehr wahrscheinlich“

Frage 8: Würden Sie das gesehene Produkt gegenüber Familie oder Freunden weiterempfehlen? Basis: N=XXX

Frage 9: Angenommen Sie möchten ein Produkt dieser Art kaufen, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich für das gerade gesehene Produkt entscheiden? Basis: N=XXX

Die Beispielmarke besitzt eine durchschnittliche Bekanntheit und erzielt unter Kenner:innen einen positiven Eindruck.

Eindruck von Beispielmarke und weiteren Marken aus der Kategorie „XXX“ [in %]



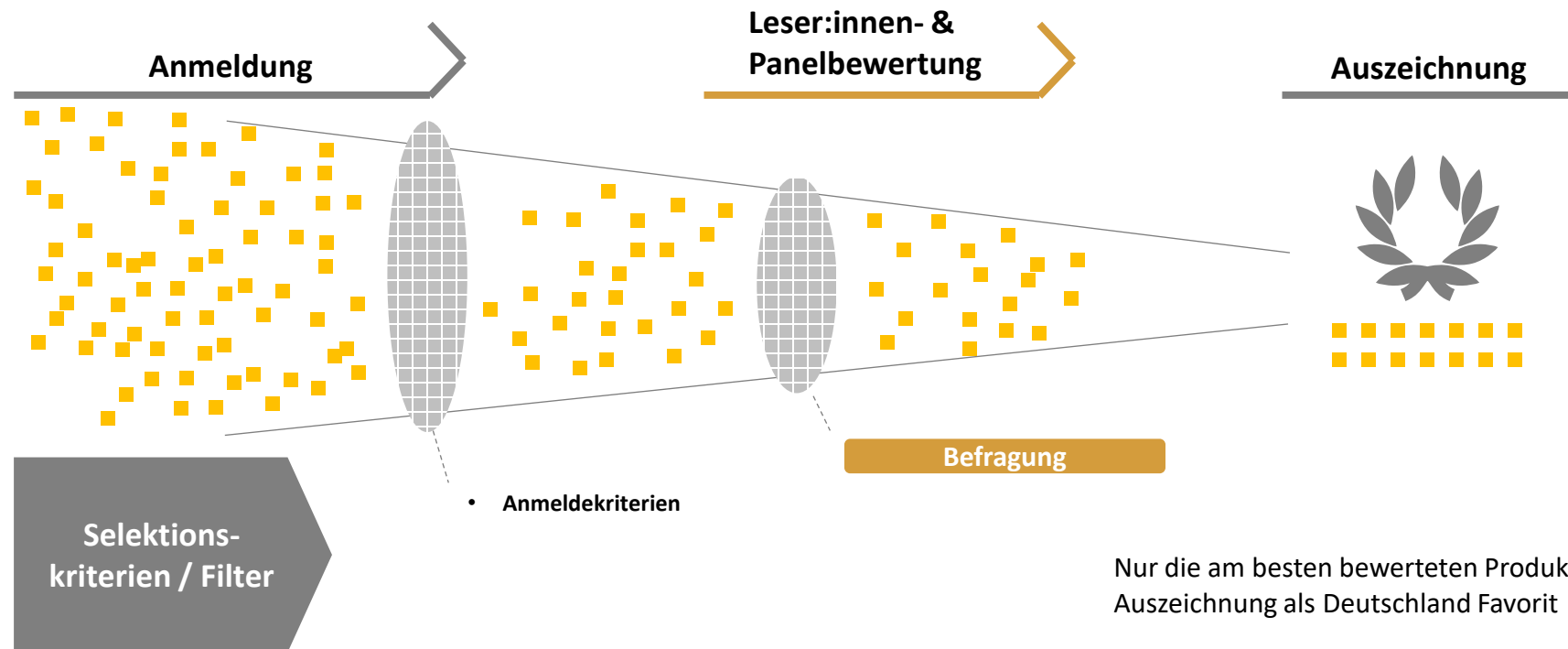
Basis: Markenkenner aus dem Online Access Panel für die Kategorie „XXX“ N=XXX

Frage 6: Welche Marken aus der Kategorie [Angabe] kennen Sie? Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus. Von welchen dieser Marken haben Sie einen positiven/ negativen Eindruck?

01	Methodik	02
02	Produkt-Bewertung Leser:innen- & Panelbefragung	05
	Dimensionsbewertung	07
	Kaufwahrscheinlichkeit & Weiterempfehlung	08
	Markenbekanntheit	09
03	Appendix	10

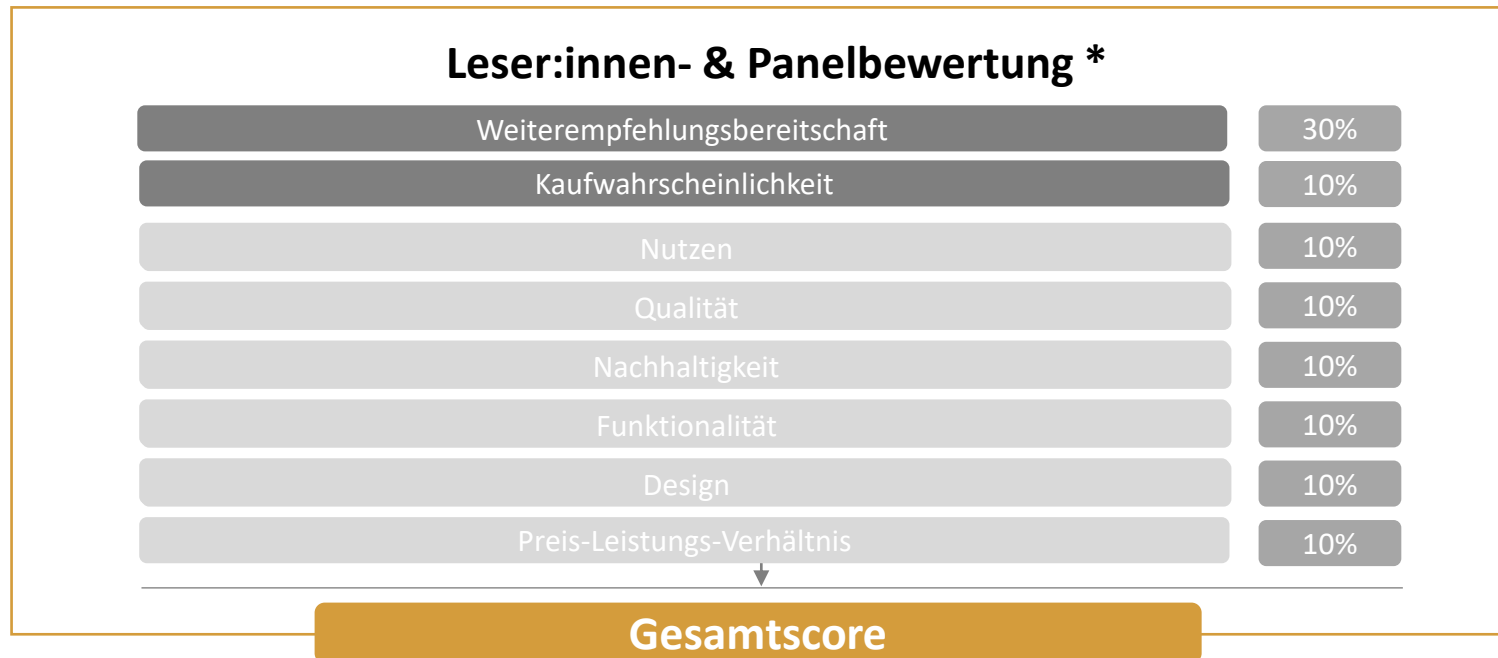
Das Scoring-Modell setzt Qualitätsstandards, die ein Produkt erfüllen muss, um ausgezeichnet zu werden

Scoring Modell



Die Berechnung des Gesamtscores erfolgt transparent und nachvollziehbar mit folgender Gewichtung

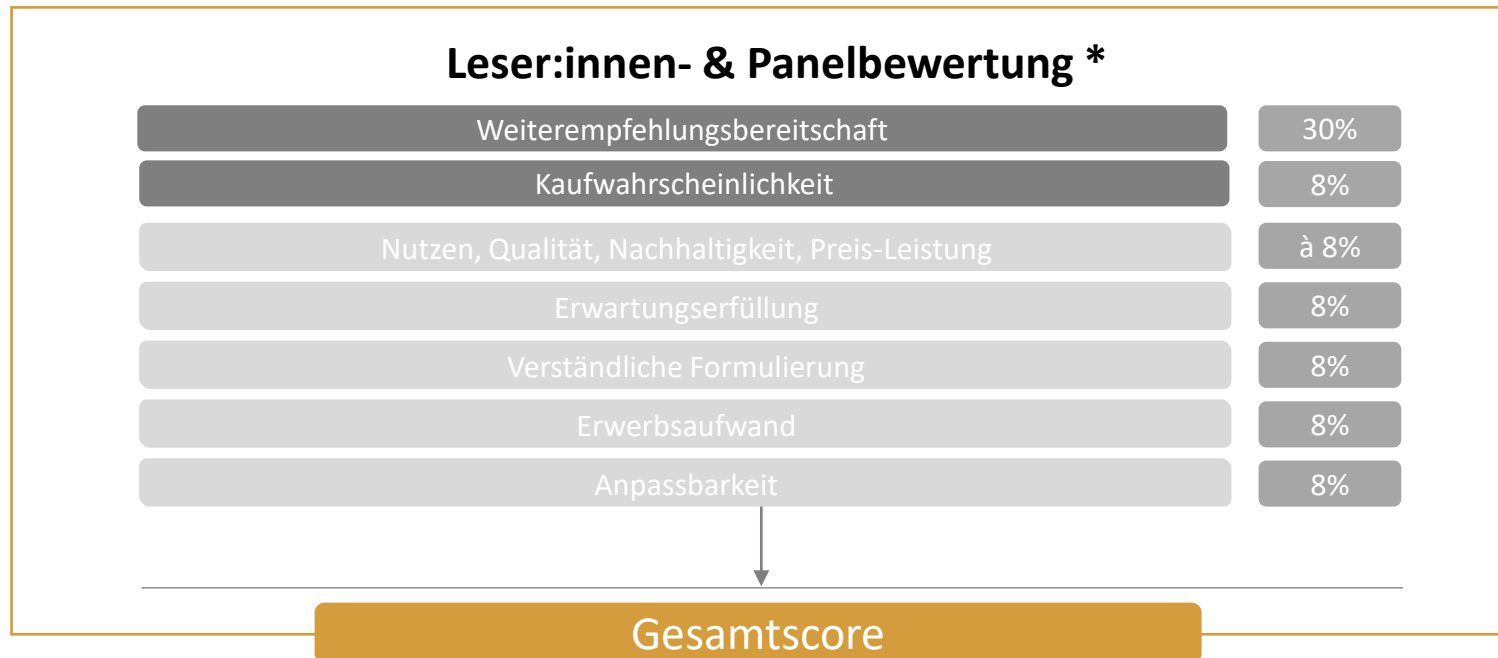
Gewichtung



* Likert Skala

Die speziellen Anforderungen für Services wurden in einer angepassten Berechnung berücksichtigt

Gewichtung



* Likert Skala, Prozentangaben gerundet

Kontakt Daten



Neal Bode

Key Account Manager

Telefon: +49 40 284 841 400

E-Mail: neal.bode@deutschland-favorit.com



Kathrin Müller

Head of Research & Innovation

Telefon: +49 89 21839922

E-Mail: kathrin.mueller@sz.de