

IFQM EthnoBus ,Die neuen Österreicher 2011‘

Eine Omnibus-Studie des
Instituts für qualitative Marktforschung
in Kooperation mit
Brainworker - Community Marketing

Ausgangslage

- Migration & Integration ist ein wesentliches gesellschaftliches und immer mehr auch ein wichtiges wirtschaftliches Thema
- Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft sowie Medien haben kaum aktuellen Daten über die migrantische Bevölkerung
- Vergangene Studien haben Migrantinnen und Migranten wenig Aufmerksamkeit geschenkt

Ihre Zielgruppe 2011

Statistische Daten liefert die Statistik Austria
(Studie ‚Migration und Integration 2010‘),

Informationen über die Kaufkraft stellt die Studie
‚Migranten in Österreich‘ von RegioData Research bereit.
Ihr Fazit:

„Eine stärkere Zielgruppensegmentierung auch im Hinblick auf Migranten kann dem Einzelhandel nur zu Gute kommen. Dabei sind eine spezifischere Ansprache der Konsumenten mit Migrationshintergrund insbesondere in Regionen mit einem starken Einwandereranteil sowie eine stärkere Produkt- und Leistungsvielfalt von Bedeutung.“

...und Ihr Unternehmen? Betreiben Sie Ethno-Marketing?

Ethno-Marktforschung hilft Ihnen...

- wenn Sie wichtige Insights über die Zielgruppe generieren wollen,
- wenn Sie vor der Entscheidung stehen, MigrantInnen als Zielgruppe stärker in den Fokus zu rücken und Ihre Vorgehensweise mit Marktforschung absichern möchten,
- wenn Sie bereits Ethno-Marketing betreiben und Feedback von Ihrer Zielgruppe einholen möchten.

Der IFQM EthnoBus

- 500 persönliche Interviews / 635 Interviews abgeschlossen
- Mehrthemen-Umfrage, Omnibus
- RespondentInnen in Wien
- Quotiert nach Alter (14-19, 20-29, 30-49, 50+),
Geschlecht (50/50),
Migrationshintergrund (50 % türkisch, ~16,6 % bosnisch/serbisch/kroatisch)
- Feldzeit: Februar – April 2011

Brainworker – Community Marketing

Brainworker – Community Marketing, ist Österreichs erste Diversity-Marketing-Agentur. Die spezielle Ausrichtung liegt auf den Bereichen Ethnomarketing und Interkulturelle Kompetenz sowie Gender und sexuelle Orientierung.

Durch spezifisches Know-how um Zielgruppenmarketing abseits des Mainstreams sowie durch hervorragende Beziehungen in die relevanten Communities bieten die Ethnomarketing-Pioniere von Brainworker – Community Marketing einen Full-Service bei der zielgruppenadäquaten Ansprache.

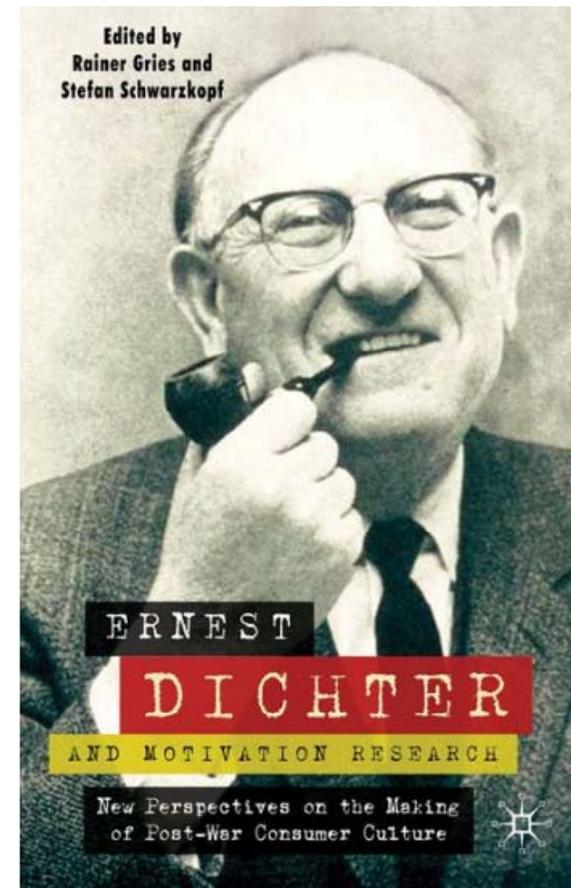
Ethnomarketing

Was wir für Sie tun können...

- Aufbereitung von Ergebnissen für Ihre strategische Arbeit im Bereich Werbung, Marketing & PR
- Entwicklung & Umsetzung von Ethno-Kampagnen
- Workshops und Seminare zum Thema Interkulturelle Kompetenz
- Coaching & Sensibilisierung

IFQM . Dichter am Kunden.

- > Gründung 2010 von Christian Führer
- > 8 Projektmitarbeiter (freiberuflich/selbstständig)
- > Kunden (Auszug): Wiener Städtische, UNIQA
Raiffeisen, Unicredit Bank Austria, BAWAG PSK
- > Mission: Fortsetzung der Motivforschung
nach Ernest Dichter
- > Mitgliedschaften: VMÖ, WKO, WdF, PWM
- > Forscht gemäß des
ESOMAR Code on Market and Social Practice



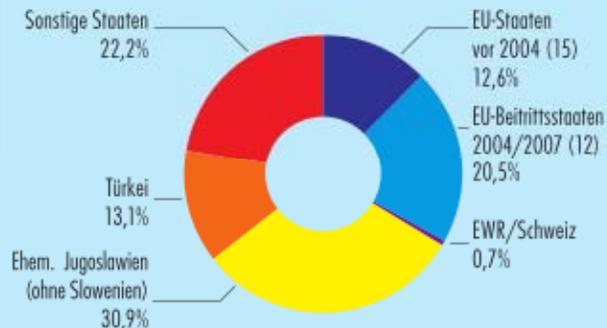
Grundgesamtheit

Entwicklung des Ausländeranteils seit 1961

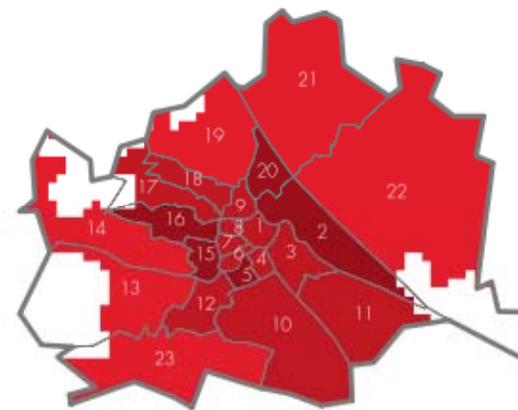


Q.: STATISTIK AUSTRIA, Bevölkerungsforschung, Statistik des Bevölkerungsstandes.

Bevölkerung ausländischer Herkunft am 1.1.2010



Bevölkerung mit ausländischer Staatsangehörigkeit am 1.1.2010



Anteil der Bevölkerung mit ausländischer Staatsangehörigkeit an der Gesamtbevölkerung

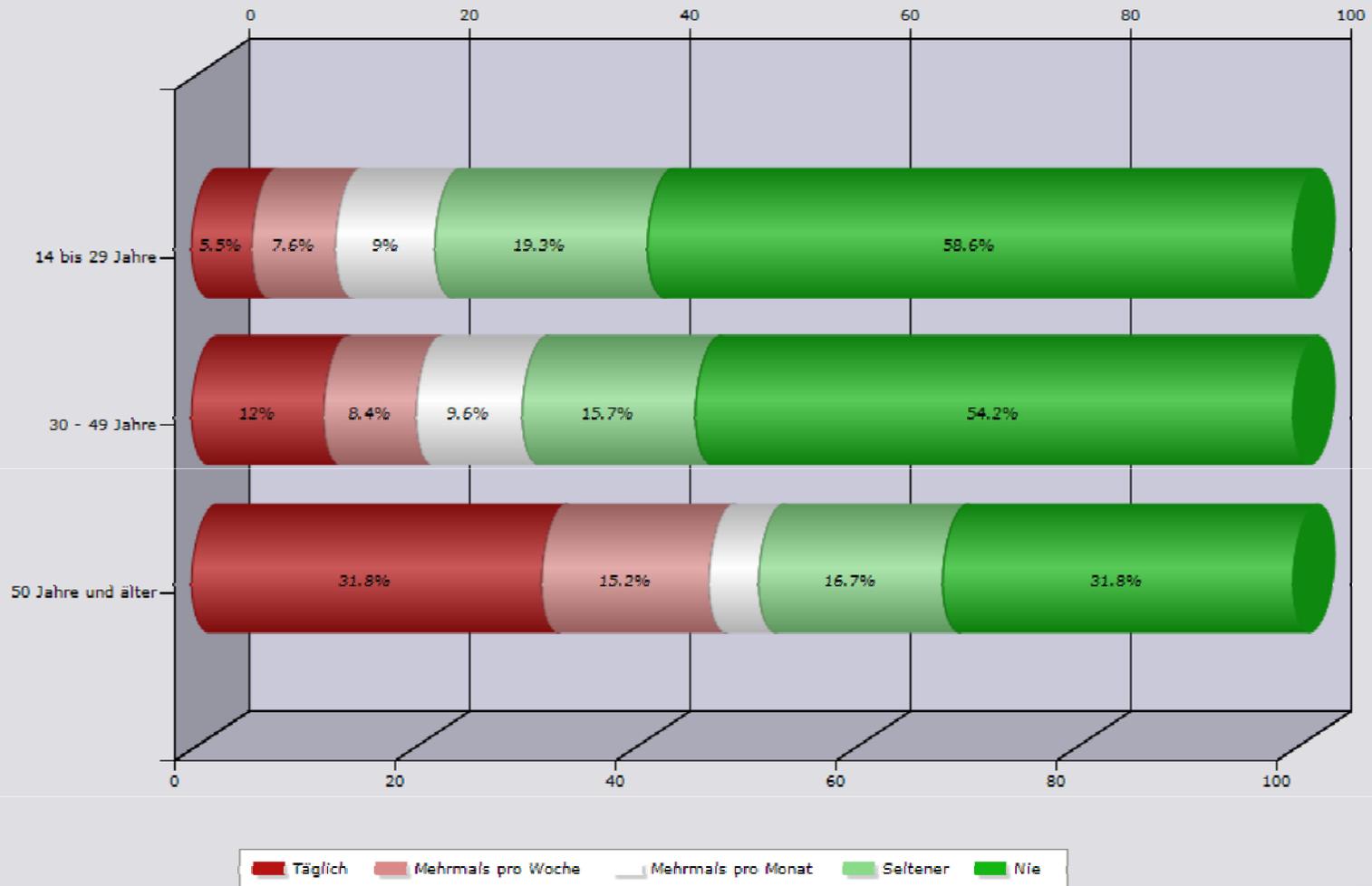
- 20,6 – 29,9%
- 30,0 – 39,9%
- 40,0% und mehr

0 10 km

- Grenzen der Politischen Bezirke
- Grenzen der Gemeinden
- Wald, Almen und Ödland

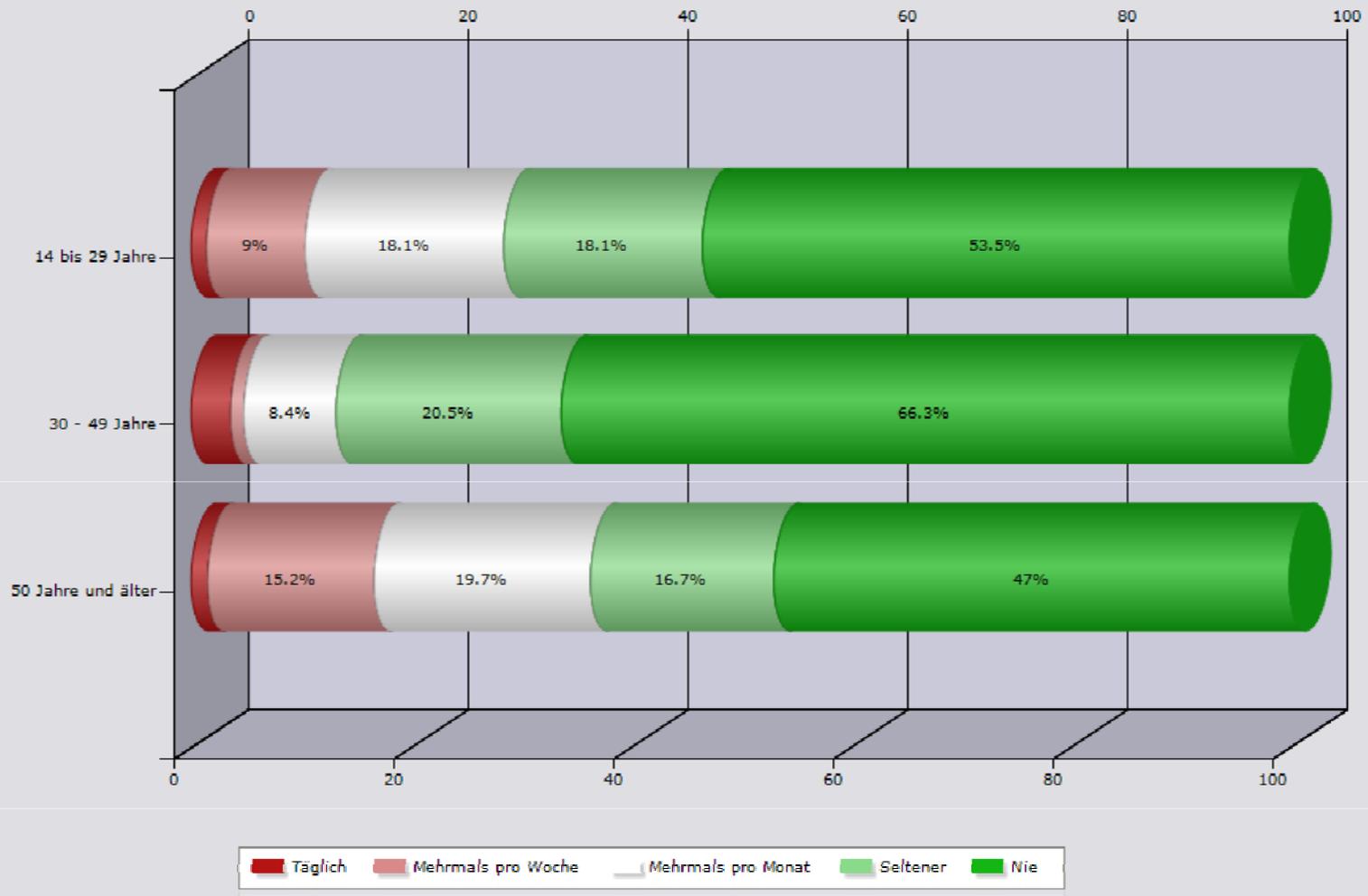
Vesti

BKS: Vesti



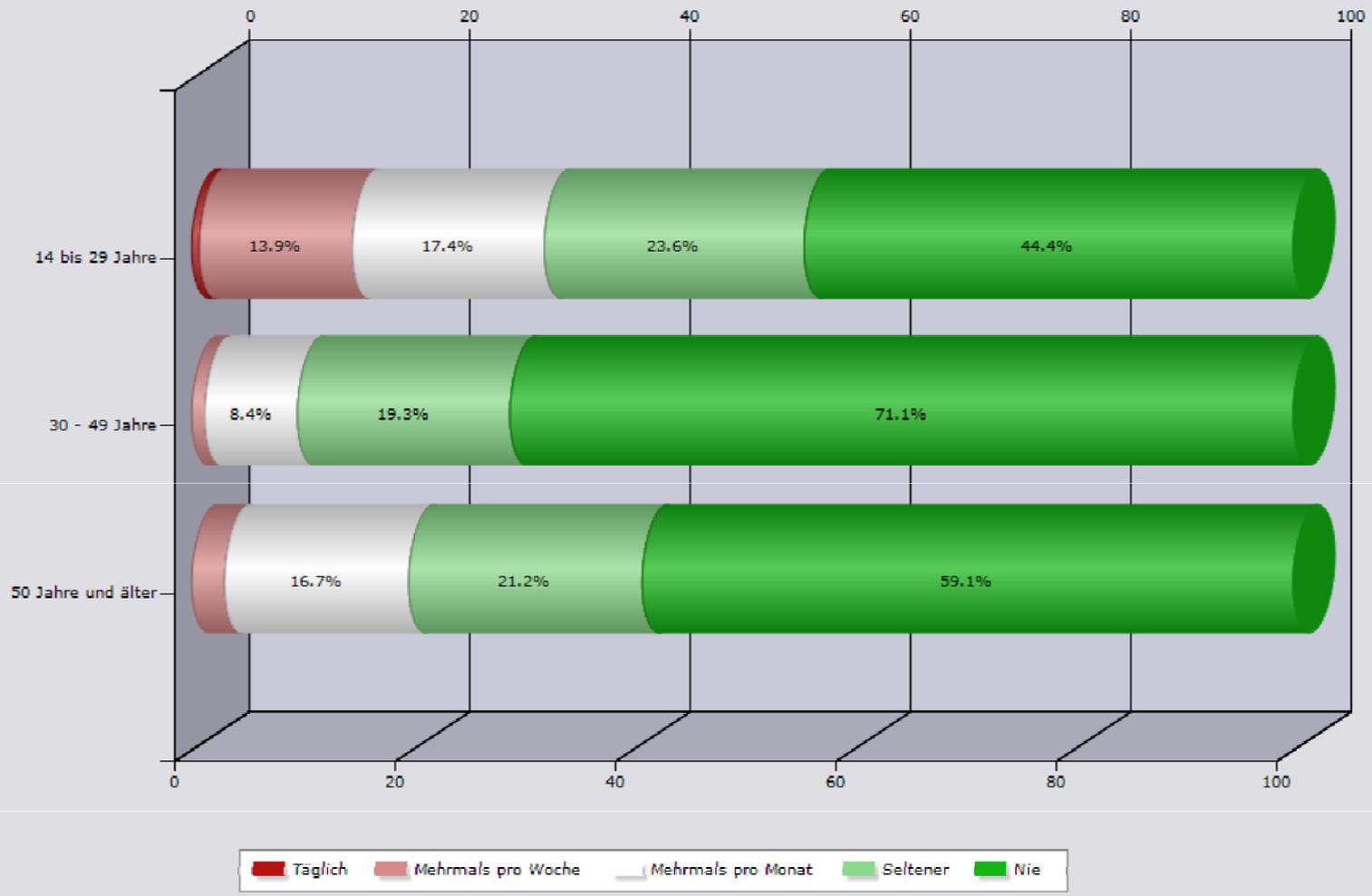
Kosmo

BKS: KOSMO



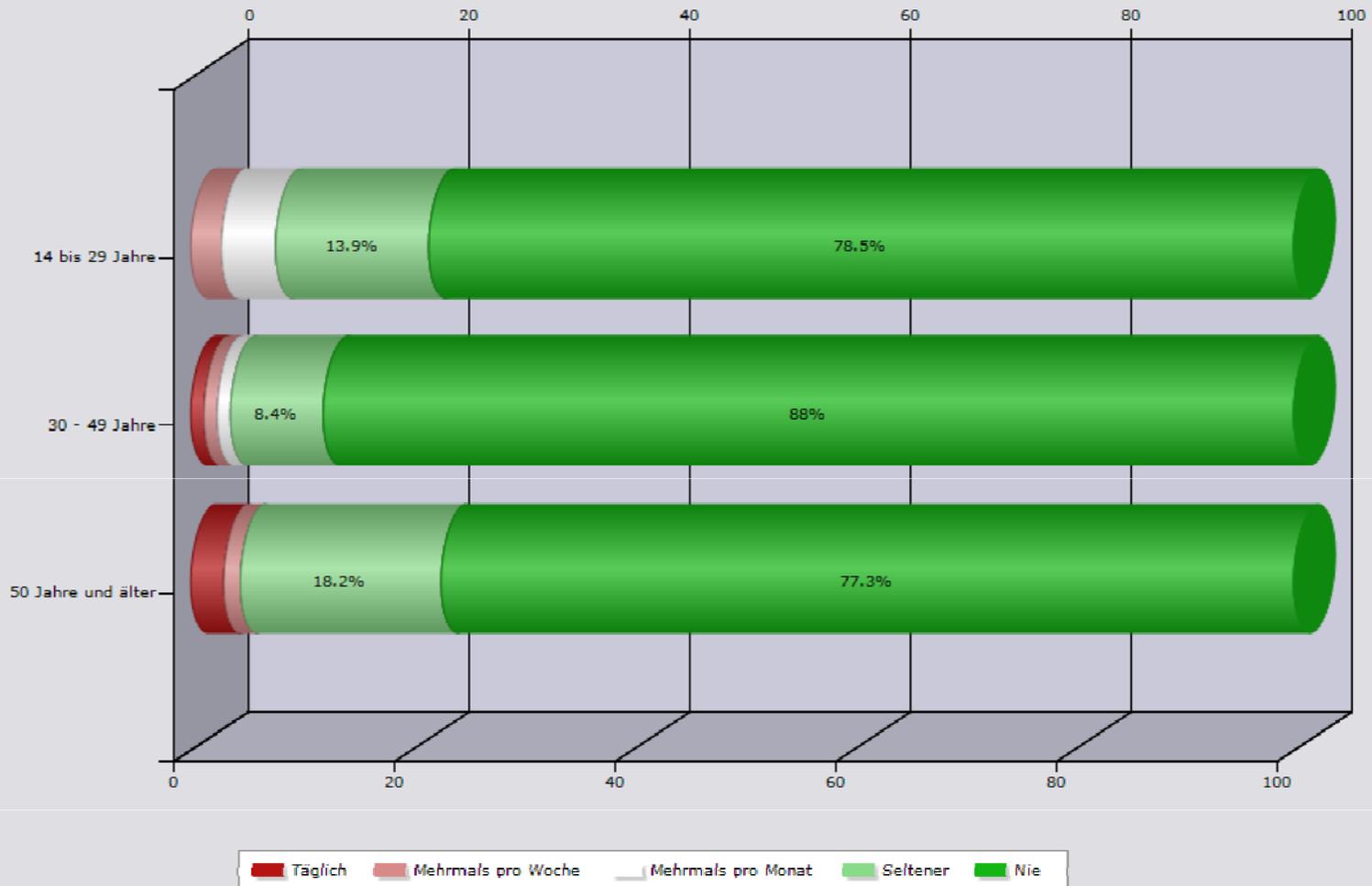
Biber

Biber



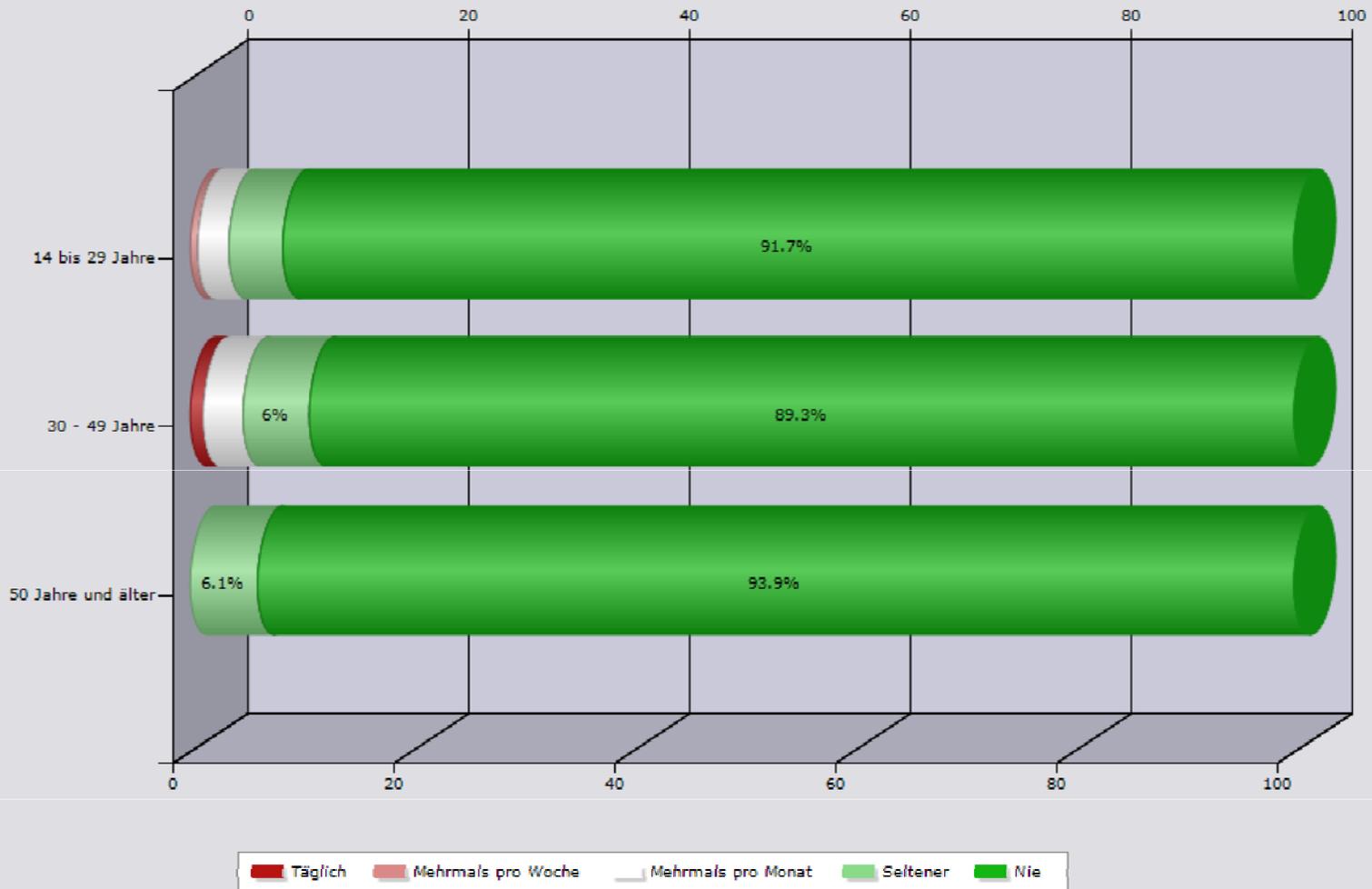
Bummedia

TR + BKS: Bummedia



ecoMigra

ecoMigra



Fazit

- Meistgelesene Ethno-Tageszeitung: Vesti
- Meistgelesene Magazine: KOSMO, Biber
- Generation 50plus nimmt ethno-spezifische Medienangebote – im Vergleich zu anderen Altersgruppen – am liebsten an.
- Einige Printtitel haben sich als integraler Bestandteil des Ethno-Medienmarktes positioniert, womit der Werbebranche bei der nachhaltigen Umsetzung des Ethnomarketing-Konzepts starke Partner zur Verfügung stehen.

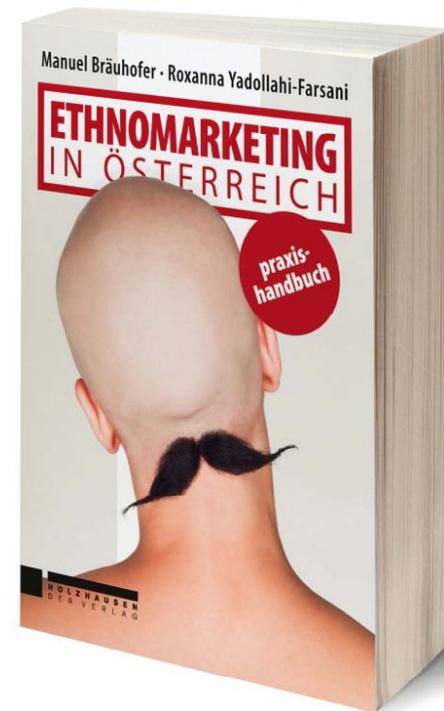
Buch „Ethnomarketing in Österreich“

Das Praxishandbuch „Ethnomarketing in Österreich“ beantwortet die wesentlichen Fragen über Ethnomarketing und dient damit dem Leser als kompetentes Nachschlagewerk und Inspirationsquelle mit zahlreichen Fallbeispielen.

- ISBN 978-3-99015-006-1
- 21,5 x 15,5 cm, Softcover
- ca. 200 Seiten
- EUR 26,50

- Erscheinungsdatum: Oktober 2011

- www.brainworker.at/publikationen
- www.facebook.com/ethnomarketing



Ihre Ansprechpartner

Institut für qualitative Marktforschung

- Mag. Christian Führer, Bakk.
- christian.fuehrer@qualitative.at
- + 43 680 133 84 10
- <http://www.qualitative.at>

Brainworker - Community Marketing

- Manuel Bräuhofer
- office@brainworker.at
- +43 1 908 96 35
- <http://www.brainworker.at>