



# DIE SPECTRA BUS-LINIEN AUF EINEN BLICK

Einsteigen, mitfahren,  
günstiger ans Ziel kommen



**7.6 MIO EINWOHNER 15+**

## WARUM DEN SPECTRA BUS NEHMEN?

---

- **Einsteigen**

Die Busse fahren planmäßig und ermöglichen einen einfachen Zugang zu repräsentativen Daten für die Bevölkerung Österreichs.

- **Mitfahren**

Wenn man nur einige Fragen stellen will oder kontinuierlich die gleichen Fragen, dann ist der Bus immer besser als das eigene Auto.

- **Günstiger ans Ziel kommen**

Die Mitfahrer teilen sich die Kosten für die Erhebung der Soziodemografie und die Datenaufbereitung.

# DIE SPECTRA BUS-LINIEN

Bus-Linien	Face-to-Face	CATI	CAWI
<b>Methode</b>	Persönliche computergestützte Interviews	Telefonische computergestützte Interviews	Online-Interviews im Austrian Onlinepool
<b>Fahrplan</b>	Von Februar bis November monatlich mit Redaktionsschluss am letzten Mittwoch des Vormonats		
<b>Stichprobe</b>	n = 1.000	n = 500	n = 500
<b>Ergebnislieferung</b> (Tabellen oder Daten)	6-7 Wochen nach Start	2 Wochen nach Start	7 Tage nach Start.
<b>Nutzungsmöglichkeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tests von Produktproben</li><li>• Strukturhebungen</li><li>• Als Trackingplattform geeignet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zugang zu kleineren Zielgruppen</li><li>• Messung aktueller Themen und Trends</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Visuelle- oder Audio-Stimuli</li></ul>
<b>Honorare (+ Mwst).</b> (eine geschlossene Frage)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ab 1.000 Euro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ab 580 Euro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ab 320 Euro</li></ul>

# SPECTRA

## FACE-TO-FACE BUS

---



- 1000 persönliche Interviews.
- Repräsentativ für Österreich 15+.
- Geschulte Interviewer mit Tablet.
- Mindestens 200 regional gestreute Befragungsorte als Garant für die Zuverlässigkeit der Stichprobe und die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse.
- Erste Wahl bei den höchsten Ansprüchen an Repräsentativität.
- Ideal für Fragestellungen, die Visuals oder Soundfiles erfordern.
- Lieferung von Tabellen mit allen relevanten Details. Optional Rohdaten und /oder einem kompletten Marketing-report.
- Durchführung 8-10 Fahrten pro Jahr.
- Start in der Regel am Monatsanfang.
- Ergebnisse 6-7 Wochen nach Start.
- Fragenpreis ab 1.000 Euro

# SPECTRA CATI BUS



- 500 telefonische Interviews.
- Repräsentativ für Österreich 15+.
- Durchgeführt über unser CATI-Studio in Linz.
- Ideal für schnelle Ergebnisse, wenn kein Bildmaterial vorgelegt werden muss.
- Lieferung von Tabellen mit allen relevanten Details. Optional Rohdaten und /oder einem kompletten Marketing-report.
- Start in der Regel zu Beginn der zweiten Woche im Monat.
- Ergebnisse 2 Wochen nach Start.
- Fragenpreis ab 580 Euro.

# SPECTRA ONLINE BUS

---



- 500 Online Interviews
- Quotiert nach der österreichischen Bevölkerungsstruktur (16-75 Jahre).
- Befragung aus dem Austrian Onlinepool mit 30.000 registrierten Österreicher:innen.
- Ergebnisse liefern wir 7 Tage nach Start.
- Einbettung von Multimediamaterial.
- Lieferung von Tabellen mit allen relevanten Details. Optional Rohdaten und /oder einem kompletten Marketingreport.
- Optional: Datenfile, Spezialanalysen, Reporting mit Summary/Empfehlungen
- 14-tägige Frequenz
- Preise: 790 Euro pro Minute, offene Frage 320 Euro

# TYPISCHE ANWENDUNGSFELDER



## Einstellung & Segmentation

Welche Werte haben die ÖsterreicherInnen? Was bewegt sie? Wie leben sie? Was sind die Trends? Welche Auswirkungen hat der demografische Wandel? Welche psychografischen Gruppen / Personas gibt es?



## Marken & Konsumenten

Wer kennt/konsumiert welche Marken? Wer ist für den Einkauf in der Kategorie zuständig? Was sind die Konsumgelegenheiten? Wie schlägt sich der Wettbewerb?



## Chancen & Potenziale

Wie gut kommt eine Produktidee / ein Produktname an? Welcher Preis / welche Produktfeatures sind erfolgversprechend? Welche Chancen hat eine Innovation?

# TYPISCHE ANWENDUNGSFELDER



## Image & Emotion

Welches Image / welche emotionale Verankerung hat eine Marke? Gibt es eine Evolution der Marken DNA oder erodiert das Image?



## Werbung & Kommunikation

Wer brüllt laut? Wie schneidet die Kommunikation im Konzert der aktiven Marken ab? Was sind die Berührungspunkte / die relevanten Kanäle? Welche Inhalte kommen an? Wer / was weckt Emotionen?



## Verpackung & Design

Gefällt ein Design / eine Verpackung? Was sind die Stärken und Schwächen? Setzt sich das Design am POS durch? Ist es aufmerksamkeitsstark?

Reden wir über Ihre Fragen.



Bus-Spectra@spectra.at  
0732-690118

**SPECTRA**  
MARKTFORSCHUNG

Brucknerstraße 3-5  
4020 Linz / Österreich

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

