

ZA – Archiv Nr. 0100

*Der Markenartikel  
im Urteil des Verbrauchers  
(Juli 1958)*

(Juli – Aug. 1958)

*Der Markenartikel  
im Urteil der Verbraucher*

EINE SOZIALPSYCHOLOGISCHE UNTERSUCHUNG

ELISABETH NOELLE

GERHARD SCHMIDTCHEN

HERTA LUDWIG

HANS SCHNELLER

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE · ALLENSBACH

**INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE**  
**GESELLSCHAFT ZUM STUDIUM DER ÖFFENTLICHEN MEINUNG**  
Allensbach am Bodensee

Für Formulierung  
und Anordnung alle Rechte  
beim IfD!

Auszug aus der  
Hauptbefragung 1021  
Juli 1958

Namen von befragten  
Personen dürfen NICHT  
notiert werden!

Interviewer: Fragen wörtlich vorlesen. Bitte die Klammern neben zutreffenden Antworten einkreisen. Wenn keine Antworten vorgegeben sind, auf den punktierten Linien Antworten im Wortlaut eintragen. Alle Ergebnisse dieser Umfrage dienen dazu, die Meinung der westdeutschen Bevölkerung zu erforschen und besser bekanntzumachen.

**Viertelgruppe A:**

1. „Manche Fabriken bezeichnen ihre Erzeugnisse als ‚Markenartikel‘. Worin besteht Ihrer Ansicht nach der Unterschied zwischen Markenartikeln und Nicht-Markenartikeln?“

2. „Könnten Sie mir irgendwelche Namen von Markenartikeln nennen?“

1. .... 2. ....  
3. .... 4. ....

NEIN . . . . . ( )\*\*

\*\* Gleich übergehen zu Frage 23!

**Viertelgruppe B:**

3. „Es gibt Waren, die man als Markenartikel bezeichnet, und andere wieder sind keine Markenartikel. Könnten Sie mir irgendeinen Markenartikel nennen, ganz gleich, welcher Ihnen gerade einfällt?“ (Falls gleich mehrere Namen genannt wurden, bitte den zuerst genannten Markennamen notieren!)

JA, und zwar: .....  
NEIN, weiß keinen . . . . . ( )\*\*

\*\* Gleich übergehen zu Frage 24!

**Viertelgruppe C:**

4. „Es gibt Waren, die man als Markenartikel bezeichnet, und andere wieder sind keine Markenartikel. Könnten Sie mir irgendeinen Markenartikel nennen, ganz gleich, welcher Ihnen gerade einfällt?“

JA, und zwar: .....  
.....

5. „Und fallen Ihnen außerdem noch welche ein?“ NEIN, weiß keinen . . . . . ( )\*\*  
JA, und zwar: ..... \*\* Gleich übergehen zu Frage 25!

NEIN, außerdem keine . . . . . ( )

Auszug aus 1021/3

**Viertelgruppe D:**

6. „Sie kennen doch sicher so Gedankenspiele, bei denen man aus einigen Angaben erraten soll, was gemeint ist. Da gibt es zum Beispiel die bekannte Geschichte: ‚Es hängt an der Wand, macht tick-tack, und wenn es herunterfällt, ist der Zeiger kaputt!‘ — gemeint ist natürlich die Wanduhr.“

Ich möchte Ihnen jetzt drei solcher Rätsel vorlesen und Sie fragen, was es Ihrer Meinung nach sein könnte.

Als erstes: Es ist ein Mann, trägt Uniform, hat eine große Tasche und geht jeden Tag von Haus zu Haus. Wie nennt man den?“

7. „Jetzt das zweite: Es kommt mehrmals am Tag im Radio, immer zur selben Zeit, wird von einem Mann gesprochen, und wenn es vorbei ist, dann weiß man das Neueste. Was ist das?“

8. „Und jetzt als drittes: Bestimmte Uhren, Waschmittel, Strümpfe und noch viele andere Artikel sind immer unter demselben Namen und in derselben Packung und Aufmachung zu kaufen, kosten in allen Geschäften gleich viel und sind in der Qualität immer gleich. Wie bezeichnet man solche Artikel ganz allgemein?“

**Viertelgruppen A und B:**

ACHTUNG INTERVIEWER, bei den folgenden Fragen an Stelle der punktierten Linie nun jeweils den als einzigen bzw. an erster Stelle notierten Markennamen vorlesen!

„Sie nannten eben .....“ (Bitte den als einzigen bzw. an erster Stelle notierten Markennamen nochmal notieren!) „Darf ich zu ..... noch ein paar Fragen stellen?“

9. „Wie alt waren Sie, als Sie zum ersten Mal von ..... hörten, was würden Sie ungefähr schätzen?“  
„JÜNGER ALS 10 Jahre“ . . . ( )  
„Zwischen 10 u. 20 Jahren“ . . . ( )  
„ÄLTER ALS 20 Jahre“ . . . ( )

10. „Wissen Sie das zufällig: Wurde ..... früher schon in Ihrem Elternhaus benutzt?“  
JA . . . . . ( )  
NEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )  
NICHT ZUTREFFEND . . . ( )

11. „Haben Sie ..... schon einmal selbst benutzt?“  
JA, EIN-, ZWEIMAL . . . . . ( )  
SCHON ÖFTER . . . . . ( )  
NEIN, noch nie . . . . . ( )\*\*  
\*\* Gleich übergehen zu Frage 13!

12. „Wann ungefähr zum letzten Mal?“  
Heute . . . . . ( ) Vor . . . . . Tagen/ . . . . . Wochen/ . . . . . Monaten  
LÄNGER als 1 Jahr her . . . . . ( )

13. „Nach dem, was Sie wissen und gehört haben — würden Sie sagen, ..... ist —“  
„Besonders gut“ . . . . . ( )  
„Gut“ . . . . . ( )  
„Mittel“ . . . . . ( )  
„Nicht so besonders“ . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

14. „Was meinen Sie: Kommt ..... aus einer großen oder mittleren oder kleinen Firma?“  
GROSSEN . . . . . ( )  
MITTLEREN . . . . . ( )  
KLEINEN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

15. „Bisher haben wir über ..... gesprochen. Das ist ja:.....“  
(INTERVIEWER jetzt bitte die betreffende Warenart notieren!) „Kennen Sie bei .....  
(betreffende Warenart vorlesen!) „noch andere Marken, welche fallen Ihnen da alle ein?“  
(INTERVIEWER! Bitte alle genannten Marken notieren!)

1. .... 2. .... WEISS NICHT . . . . . ( )\*\*  
3. .... 4. .... \*\* Gleich übergehen zu Frage 23  
5. .... 6. .... bzw. 24 oder 25!

ACHTUNG INTERVIEWER! Nun bitte für die hier zuletzt genannte Marke die folgenden Fragen stellen. Diese Marke bitte wieder jeweils an Stelle der punktierten Linie vorlesen!

„Sie nannten zuletzt .....“ (Bitte den als einzigen bzw. an letzter Stelle notierten Markennamen hier nochmal notieren!) „Darf ich auch dazu ein paar Fragen stellen?“

16. „Wie alt waren Sie, als Sie zum ersten Mal von .....  
..... hörten, was würden Sie ungefähr schätzen?“ „JÜNGER ALS 10 Jahre“ . ( )  
„Zwischen 10 u. 20 Jahren“ ( )  
„ÄLTER ALS 20 Jahre“ . . ( )  
17. „Wissen Sie das zufällig: Wurde ..... früher  
schon in Ihrem Elternhaus benutzt?“ JA . . . . . ( )  
NEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )  
NICHT ZUTREFFEND . . ( )

18. „Haben Sie ..... schon einmal selbst benutzt?“ JA, EIN-, ZWEIMAL . . . ( )  
SCHON ÖFTER . . . . . ( )  
NEIN, noch nie . . . . . ( )\*\*  
\*\* Gleich übergehen zu Frage 20!

19. „Wann ungefähr zum letzten Mal?“

Heute . ( ) Vor . . Tagen/ . . Wochen/ . . Monaten LÄNGER als 1 Jahr her . . ( )

20. „Nach dem, was Sie wissen oder gehört haben —  
würden Sie sagen, ..... ist —“ „Besonders gut“ . . . . . ( )  
„Gut“ . . . . . ( )  
„Mittel“ . . . . . ( )  
„Nicht so besonders“ . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

21. „Was meinen Sie: Kommt ..... aus einer großen  
oder mittleren oder kleinen Firma?“

- GROSSEN . . . . . ( )  
MITTLEREN . . . . . ( )  
KLEINEN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

## Nur Viertelgruppe C:

22. „Wenn Sie jemand fragen würde, warum diese Waren Markenartikel sind, was würden Sie sagen: Woran erkennt man einen Markenartikel — ich habe hier verschiedene Karten, ich möchte Ihnen jetzt eine nach der anderen geben, und Sie sagen mir bitte immer, ob das auf einen Markenartikel zutreffen muß, ob das sein muß, damit man sagen kann, es ist ein Markenartikel?“

ACHTUNG INTERVIEWER! Jetzt bitte vom sortierten roten Kartenspiel Nr. 1 überreichen!

- Nr. 1 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

Nun weiter die Karten in der richtigen Reihenfolge übergeben und jeweils einzeln klären, ob die Angabe auf der Karte für einen Markenartikel zutreffen muß.

- Nr. 2 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 3 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 4 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 5 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 6 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 7 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 8 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 9 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 10 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 11 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

- Nr. 12 MUSS SEIN . . . . . ( )  
MUSS NICHT SEIN . . . . . ( )  
WEISS NICHT . . . . . ( )

An anderer Stelle im Interview:

Viertelgruppe A:

23. „Eine Zwischenfrage: Angenommen, Sie sind in einer fremden Stadt auf Besuch und gehen in ein Geschäft, um eine Flasche Bier zu kaufen. Von den Marken, die vorrätig sind, haben Sie bisher noch nie gehört. Nun wird Ihnen unter anderem eine Flasche gezeigt, auf der steht, daß dieses Bier aus einer sehr alten Brauerei stammt. — Was denken Sie: Ist das eigentlich ein Vorteil, wenn ein Bier aus einer sehr alten Brauerei stammt, oder ein Nachteil, oder ist es überhaupt ohne Bedeutung?“

VORTEIL . . . . . ( )  
NACHTEIL . . . . . ( )  
OHNE BEDEUTUNG . . . . . ( )

Viertelgruppe B:

24. „Eine Zwischenfrage: Angenommen, Sie sind in einer fremden Stadt auf Besuch und gehen in ein Geschäft, um eine Flasche Steinhäger zu kaufen. Nun wird Ihnen unter anderem von einer Flasche gesagt, daß dieser Steinhäger von einer sehr alten Brennerei stammt. — Was denken Sie: Ist das eigentlich ein Vorteil, wenn ein Steinhäger aus einer sehr alten Brennerei stammt, oder ein Nachteil, oder ist es überhaupt ohne Bedeutung?“

VORTEIL . . . . . ( )  
NACHTEIL . . . . . ( )  
OHNE BEDEUTUNG . . . . . ( )

Viertelgruppe C:

25. „Eine Zwischenfrage: Angenommen, Sie sind in einer fremden Stadt zu Besuch und wollen sich ein Paar Schuhe kaufen. Sie erkundigen sich, welche Geschäfte man Ihnen empfehlen kann. Von dem einen Geschäft sagt Ihnen jemand, es führt Schuhe von einer sehr alten Firma. — Was meinen Sie: Ist das eigentlich ein Vorteil, wenn Schuhe aus einer sehr alten Firma stammen, oder ein Nachteil, oder ist es überhaupt ohne Bedeutung?“

VORTEIL . . . . . ( )  
NACHTEIL . . . . . ( )  
OHNE BEDEUTUNG . . . . . ( )

Viertelgruppe D:

26. „Eine Zwischenfrage: Angenommen, Sie wollen eine elektrische Küchenmaschine, einen Mixer, kaufen. In einem Geschäft für Haushaltsgeräte werden Ihnen verschiedene Maschinen gezeigt. Von einer Maschine sagt Ihnen der Verkäufer, daß sie von einer sehr alten Firma hergestellt wird. — Was denken Sie: Ist das eigentlich ein Vorteil, wenn eine elektrische Küchenmaschine von einer sehr alten Firma kommt, oder ein Nachteil, oder ist es überhaupt ohne Bedeutung?“

VORTEIL . . . . . ( )  
NACHTEIL . . . . . ( )  
OHNE BEDEUTUNG . . . . . ( )

# KARTENSPIEL ZU FRAGE 22, JULI-UMFRAGE 1958

Kostet in allen Geschäften dasselbe	Alter Name
1	2
Ist überall in Deutschland zu haben	Besonders gute Qualität
3	4
Immer gleiche Qualität	Immer gleiche Verpackung, immer gleiche Aufmachung
5	6

Anmerkung: Der hier wiedergegebene Bogen (Originalformat DIN A 4) wurde in einzelne Karten geschnitten, die der Interviewer dem Befragten in der Reihenfolge der Numerierung in die Hand zu geben hatte. Die Originalkarten waren auf rotem Karton gedruckt, um sie von anderen Interviewer-Unterlagen ähnlichen Formats zu unterscheiden.

# KARTENSPIEL ZU FRAGE 22, JULI-UMFRAGE 1958

<p>Laufende, ständige Reklame</p> <p>7</p>	<p>Man kann sich immer auf das Gewicht verlassen, es ist nicht das eine Mal mehr und das andere Mal weniger darin.</p> <p>8</p>
<p>Überall bekannter Name</p> <p>9</p>	<p>Es steht eine große Firma dahinter</p> <p>10</p>
<p>Man bekommt eine Garantie darauf, man kann die Ware an die Firma einschicken, wenn sie nicht in Ordnung ist.</p> <p>11</p>	<p>Die Ware — der Name, die Verpackung — ist geschützt und darf nicht nachgemacht werden.</p> <p>12</p>

Anmerkung: Der hier wiedergegebene Bogen (Originalformat DIN A 4) wurde in einzelne Karten geschnitten, die der Interviewer dem Befragten in der Reihenfolge der Numerierung in die Hand zu geben hatte. Die Originalkarten waren auf rotem Karton gedruckt, um sie von anderen Interviewer-Unterlagen ähnlichen Formats zu unterscheiden.