

25.05.2016 - 08:45 Uhr

Umweltbewusstsein hat einen Preis / Konsumentenbefragung «Most Trusted Brands» im Auftrag von Reader's Digest zum Thema Einkaufsverhalten und Markeneinfluss

Zürich (ots) -

In der Schweiz bestimmt vor allem der Preis über den Kaufentscheid. Das Interesse an Nachhaltigkeit und fairen Produktionsbedingungen steigt mit dem Alter und dem persönlichen Budget. Dies zeigen die Resultate der Marktforschungsstudie «Most Trusted Brands» im Auftrag von Reader's Digest, in der auch das Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz erfragt wurde.

Die Mehrheit der Schweizer Wohnbevölkerung achtet beim Einkaufen in erster Linie auf den Preis (57 Prozent), in der Westschweiz sind es sogar 68 Prozent. Dass ein Produkt fair und human produziert wird, darauf legt knapp jeder Zweite Wert; dasselbe gilt für Produkte aus regionaler Herstellung (beide 48 Prozent).

Ab 60 Jahren rückt das Interesse an fairen Produktionsbedingungen (57 Prozent) und Regionalität der Waren (59 Prozent) dann in den Vordergrund. Ein kurzer Transportweg beeinflusst auch die Kaufentscheidung der Umfrageteilnehmer mit einem Einkommen von 8000 Franken oder mehr positiv (56 Prozent). Rund einem Drittel der 18- bis 29-Jährigen (31 Prozent) ist es hingegen eher unwichtig, wo das Produkt hergestellt wird.

=> Infografik zum Thema Fairness, Humanität und Regionalität: <https://infogr.am/4a352b3d-f18f-4ba6-bd87-b627b9945f2d>

Markentreue - eine Preisfrage? Nicht unbedingt

Auf den ersten Blick scheint Markentreue eine Frage des Preises zu sein: 54 Prozent der Umfrageteilnehmer finden es unnötig, für ein Markenprodukt mehr Geld auszugeben, wenn es eine günstigere Alternative gibt. Gleichwohl räumen rund 57 Prozent der antwortenden Frauen und Männer ein, dass sie bei gewissen Produkten ausschliesslich zu einer ganz bestimmten Marke greifen.

Diese Aussagen unterstreichen die Bedeutung der von Reader's Digest bereits im März kommunizierten Umfrageergebnissen zum Thema Markenvertrauen: Schweizer Konsumenten halten ihren Lieblingsmarken auch in turbulenten Zeiten die Treue.

Neue Marken haben's schwer

30 Prozent aller Umfrageteilnehmer entscheiden sich beim Einkauf für Markenware, weil sie sich davon eine hohe Qualität versprechen. Dieser Ansicht sind wiederum vor allem die über 60-Jährigen (38 Prozent) und Personen aus der höchsten Einkommensklasse (37 Prozent). Auch scheint diese Erwartungshaltung in der Deutschschweiz (33 Prozent der Befragten) deutlich weiter verbreitet zu sein als in der Westschweiz (20 Prozent).

In der Romandie ist das Bedürfnis nach Exklusivität dafür höher: 28 Prozent der französischsprachigen Befragten würden dem hochwertigen Produkt eines weniger bekannten Herstellers den Vorzug geben, um etwas Besonderes zu besitzen (Deutschschweiz: 17 Prozent).

Produkte von neuen Marken haben es hingegen in beiden Landesteilen und durch alle Altersgruppen hindurch schwer. Nur 16 Prozent aller Umfrageteilnehmer interessieren sich dafür.

=> Infografik zum Thema Qualität und Exklusivität von Marken: <https://infogr.am/f8e4f27d-c92f-4956-8b6d-13af815ced68>

Zur Studie «Most Trusted Brands» von Reader's Digest

«Most Trusted Brands» ist eine unabhängige Studie im Auftrag von Reader's Digest und misst seit 2001 jährlich das Markenvertrauen von Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz. Sie zählt zu den etabliertesten und grössten Verbraucherstudien und ist als Markenmonitor anerkannt. Einzigartig bleibt der Ansatz, die Markenfrage ungestützt, also ohne jegliche Markenvorgabe zu stellen. Durchgeführt wurde die Studie in diesem Jahr vom Marktforschungsinstitut Dialogo AG.

Die Teilnehmer wurden in diesem Jahr auch zu ihren Konsumeinstellungen und ihrem Markenbewusstsein befragt. Rund 1600 Personen bewerteten Aussagen zu Produktionsbedingungen, Kaufkriterien und ihrem subjektiven Markenempfinden.

Ihre Kontaktperson bei Fragen zu der Studie:

Martin Voigt, Advertising Reader's Digest Schweiz

Telefon: 044 455 71 61

E-Mail: martin.voigt@readersdigest.ch

Die Grafiken können auf www.rd-presse.ch heruntergeladen werden.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005069/100788466> abgerufen werden.