

16.02.2017 – 11:00 Uhr

## Umfrage: Acht von zehn Schweizern beklagen Intransparenz von Google, WhatsApp oder Apple / Nur wenige Nutzer wollen auf digitale Dienste verzichten

Zürich (ots) -

Google, WhatsApp oder Apple - digitale Marken und Dienste sind aus dem Leben vieler Menschen kaum wegzudenken - allerdings machen sich immer mehr Nutzer Sorgen um den Schutz ihrer Privatsphäre und die Intransparenz der Anbieter. So haben sieben von zehn Schweizern (69 Prozent) die Befürchtung, dass die genannten Internetkonzerne nicht sorgsam genug mit ihren Daten umgingen. Und 89 Prozent der Schweizer wollen zwar die Dienste weiter nutzen, beklagen aber, dass ihnen die Anbieter intransparent und unberechenbar erschienen. Das sind zentrale Ergebnisse einer Online-Umfrage der weltweit tätigen Markenberatung Prophet zum Thema "Mehr Nutzen oder mehr Angst: Wie wichtig sind Ihnen die digitalen Angebote von Google, WhatsApp oder Apple?", zu der im Januar dieses Jahres 250 Erwachsene in der Schweiz befragt wurden.

Auch die weltweite Marktdominanz der drei US-Konzerne bereitet etlichen Schweizern Sorge. So äußern 59 Prozent der Befragten ihre Furcht vor einem globalen Netzmonopol der amerikanischen Marktführer, das Konkurrenten und damit den Wettbewerb ersticken könnte. Immerhin 37 Prozent der befragten Schweizer versuchen wegen ihrer Bedenken häufiger ohne die Dienste von Google, WhatsApp oder Apple auszukommen.

"Will eine Marke oder ein Internetdienst wie WhatsApp, Google oder Apple dauerhaft erfolgreich und nachhaltig bleiben, muss sie den Wunsch ihrer Nutzer nach Transparenz und Berechenbarkeit ernst nehmen", bewertet der Züricher Prophet-Partner Jan Döring die Ergebnisse der Umfrage. Die Markenstrategen der Konzerne dürften sich nicht darauf verlassen, dass ihre Marke ständig so relevant bliebe, dass die Menschen ohne sie nicht leben wollten. Sowie die Relevanz der Marke für die Nutzer geringer werde, träten die Ängste vor der Intransparenz der Anbieter wieder mehr in den Vordergrund und die Nutzer empfänden, dass diese Marke für sie noch unberechenbarer und weniger vertrauensvoll werde, meint Döring. Dann suchten sie nach Alternativen und wechselten womöglich den Dienst.

Die weltweit tätige Unternehmensberatung Prophet hat kürzlich die Ergebnisse des "Prophet Brand Relevance Index" (<http://ots.de/0W5Eq>) veröffentlicht, dem ersten Markenranking, das die Markenrelevanz aus Konsumentensicht beurteilt. Dazu wurden in Deutschland, den USA, Großbritannien und China etwa 45.000 Verbraucher zu über 250 Marken befragt.

Unter folgendem Link finden Sie die Umfrageergebnisse aus der Schweiz zum Thema "Mehr Nutzen oder mehr Angst: Wie wichtig sind Ihnen die digitalen Angebote von Google, WhatsApp oder Apple?" <http://ots.de/vRC5x>

Über Prophet ([www.prophet.com](http://www.prophet.com))

Prophet ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung mit Büros u.a. in Berlin, London, Zürich, Hongkong, San Francisco und New York. Mit mehr als 350 Beratern unterstützt Prophet Unternehmen wie BMW, Cisco, Deutsche Bank, Ebay, Eon, Electrolux, GE, Johnson & Johnson, McDonald's, Visa, oder Zurich Financial bei der Entwicklung von Wachstumsstrategien, der Innovation ihrer Geschäftsmodelle, der Weiterentwicklung ihrer Markenstrategien sowie der Transformation ihres Marketings. Dazu vereint Prophet Kompetenzen in den Bereichen Insights, Analytics, Innovation, Digitalisierung, Marke, Marketing und Design zu interdisziplinären Lösungen.

Kontakt:

Angela Kroll  
Marketing Manager

Mail: [akroll@prophet.com](mailto:akroll@prophet.com)

Prophet Schweiz GmbH  
Talstrasse 83  
8001 Zürich  
Schweiz

+41 44 218 7810

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100020901/100799120> abgerufen werden.