

14.03.2017 - 23:55 Uhr

Vertrauen ist das höchste Gut einer Marke / Das zeigt die repräsentative Studie "Trusted Brands 2017" von Reader's Digest

Zürich (ots) -

Marken, denen die Konsumenten vertrauen, werden häufiger gekauft. Das belegen die Resultate der diesjährigen "Trusted Brands 2017"-Umfrage. Eine weitere Erkenntnis aus der Studie: Markenvertrauen basiert auf Glaubwürdigkeit und Produktqualität.

Die Liste der Marken, denen Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten am meisten vertrauen, enthält auch in diesem Jahr viele bekannte Namen: Raiffeisen, Ricola, Bico oder Nivea sind wie in den Jahren zuvor Sieger in ihrer jeweiligen Produktkategorie. Diese Marken zeichnen sich durch ein hohes Qualitätsniveau, gute Serviceleistungen und besondere Nähe zu ihren Kunden aus. Sie alle haben es verstanden, auf ihre Kunden und deren Bedürfnisse einzugehen und sie auf einer persönlichen Ebene anzusprechen.

Glaubwürdigkeit resultiert in Vertrauen

Die Studie zeigt, was für den Konsumenten wichtig ist: Er möchte, dass eine Marke ihm ein positives Gefühl vermittelt, ihn als Individuum wahrnimmt und vor allem eine gute Produktqualität bietet. Zu diesem Qualitätsanspruch gehört auch die Serviceleistung eines Unternehmens. Für 73 Prozent der Konsumenten ist sie relevant für die Kaufentscheidung. 44 Prozent sind sogar bereit, für einen guten Service mehr zu bezahlen.

Neben einem umfassenden und persönlichen Kundenservice, der den Konsumenten schon vor dem Kauf abholt und auch nach dem Kauf nicht allein lässt, spielt natürlich auch die Qualität des Produktes eine grundlegende Rolle. Qualitativ hochwertige und zu einem angemessenen Preis angebotene Produkte sind für die Konsumenten zusätzliche Argumente für die Kaufentscheidung. Dabei wird deutlich, dass ein gutes Produkt nicht möglichst günstig, sondern vor allem "seinen Preis wert" sein soll.

Konstante Qualität als Voraussetzung

Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist also entscheidend und beschert einem kundenfreundlichen Unternehmen den ausschlaggebenden Vorteil. "Ehrlich gemeinter Kundenservice und individuelles Eingehen auf den Kunden können ein Wettbewerbsvorteil sein. Die Kunden wollen heute mit ihren persönlichen Bedürfnissen ernst genommen werden", sagt Urs Anderegg, Business Unit Manager von Reader's Digest Schweiz.

So verwundert es nicht, dass 61 Prozent der Befragten einer Marke, der sie vertrauen, auch in Krisenzeiten die Treue halten. Sind die genannten Vertrauensfaktoren gegeben und wird die Qualität eines Produktes auch bei jedem weiteren Kauf wieder aufs Neue bestätigt, bleibt der Konsument einer Marke und ihren Produkten lange verbunden.

Die Spitzenreiter 2017

(nach Kategorien)

Alkoholfreie Getränke: Coca-Cola

Automobile: VW

Banken: Raiffeisen

Bekleidung: H&M

Bonbons: Ricola

Haushaltsgeräte: Miele

Kaffee: Nespresso

Kosmetik: Nivea

Krankenkassen: Assura

Kreditkarten: Mastercard

Lebensversicherungen: Axa

Matratzen: Bico

Naturheilmittel: Similasan

Optiker/Brillenmarken: Fielmann

Outdoor/Sport: SportXX

Sachversicherungen: Die Mobiliar

Tankstellen/Benzin: Coop

TV/Internet/Mobilfunk: Swisscom

Vitaminprodukte: Burgerstein

Waschmittel: Ariel

Zur Studie "Trusted Brands" von Reader's Digest

"Trusted Brands" ist eine unabhängige Studie und misst seit 2001 jährlich das Markenvertrauen von Konsumenten. Sie zählt zu den etabliertesten und grössten Konsumentenstudien, ist Vorreiterin für andere Studien dieser Art und als Markenmonitor anerkannt. Einzigartig bleibt der Ansatz, die Markenfrage ungestützt, also ohne jegliche Markenvorgabe zu stellen. Die Konsumenten allein geben preis, welche Vertrauensmarke bei ihnen ganz oben steht. Die 2308 Personen, die Reader's Digest dieses Jahr in der Schweiz befragte, nannten insgesamt 2453 verschiedene Marken, die sie persönlich für besonders vertrauenswürdig halten. Die Studie wurde dieses Jahr im Auftrag von Reader's Digest vom Marktforschungsinstitut Dialego durchgeführt.

Service für Medienschaffende Tabellen und Grafiken:

<http://readersdigest-verlag.com/ch/presse/item/trusted-brands-2017>

Interaktive Präsentation der Ergebnisse nach Themenbereichen und Befragtengruppen:

- Vertrauen: https://infogr.am/trusted_brands2017_vertrauen

- Aspekte zum Produktkauf:

https://infogr.am/trusted_brands2017_kaufentscheidung

- Nähe zu Marken: https://infogr.am/trusted_brands2017_markennaehue

- Servicequalität: https://infogr.am/trusted_brands2017_service

Ihre Kontaktperson bei Fragen zu der Studie:

Martin Voigt, Reader's Digest Schweiz

Telefon: 044/455-71-61

E-Mail: martin.voigt@readersdigest.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005069/100800154> abgerufen werden.