

28.03.2017 – 17:30 Uhr

Konkurrenz belebt das Geschäft / Das zeigt die repräsentative Studie "Trusted Brands 2017" von Reader's Digest

Zürich (ots) -

Die Konsumenten in der Schweiz wünschen sich verlässliche Qualität und Vergleichbarkeit. Hoch im Kurs stehen auch nachhaltig hergestellte Produkte. Eine wichtige Grundlage für diese Faktoren sehen die Konsumenten in einem gut funktionierenden, aber fairen Wettbewerb. Der bekannte Grundsatz "Konkurrenz belebt das Geschäft" gilt also noch immer - dies zeigen die Resultate der diesjährigen von Reader's Digest durchgeführten Umfrage "Trusted Brands 2017".

Messbarkeit der Qualität

Die Konsumenten wünschen sich einheitliche Qualitätsstandards, die für alle Hersteller gelten und Produkte miteinander vergleichbar machen. Qualität soll gemessen und von unabhängiger Seite überwacht werden. Es hilft dem Konsumenten bei der Kaufentscheidung, wenn er weiss, dass er sich auf ein bestimmtes Qualitätslabel oder Gütesiegel verlassen kann. Die Tatsache, dass 64 Prozent der Konsumenten Schweizer Marken grosses Vertrauen entgegenbringen, kann vor diesem Hintergrund als Wunsch nach verlässlicher Qualität gesehen werden. Man vertraut den heimischen Waren, weil man dem hiesigen Marktsystem mit seinen Regularien Glauben schenkt und sich davon eine höhere Qualität erhofft.

Nachhaltigkeit ist ein Konsumentenbedürfnis

Ein weiterer Faktor, der den Konsumenten am Herzen liegt, ist die Nachhaltigkeit. Sie ist für die Mehrheit der Befragten ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung. Die Konsumenten sind sich der Bedeutung einer nachhaltigen Produktion bewusst und wünschen sich sogar einen Ausbau des Angebotes. 74 Prozent sind der Meinung, es sollten deutlich mehr Produkte nachhaltig hergestellt werden, und für jeden Zweiten ist Nachhaltigkeit ein Qualitätsmerkmal. Mehr als die Hälfte aller Konsumenten findet, Nachhaltigkeit dürfe sich nicht auf den Preis auswirken, sondern müsse allen zugänglich sein.

All diese Aspekte zeigen, welche Werte den Konsumenten wichtig sind: Fairness, Offenheit, Ehrlichkeit und verantwortungsbewusstes Handeln.

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.

Ihre Kontaktperson bei Fragen zu der Studie:

Martin Voigt, Reader's Digest Schweiz

Telefon: 044 455 71 61

E-Mail: martin.voigt@readersdigest.ch

Interaktive Präsentation der Ergebnisse nach Themenbereichen und Befragtengruppen

- Struktur der Märkte:
https://infogr.am/trusted_brands_2017_struktur_der_märkte
- Nachhaltigkeit vs. Preis:
https://infogr.am/trusted_brands_2017_nachhaltigkeit_vs_preis

Kontakt:

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/100005069/100800734> abgerufen werden.