04.04.2017 – 17:05 Uhr

Hauptsache gesund / Persönliche Gesundheit ist das A und O - Das zeigt die repräsentative Studie "Trusted Brands 2017" von Reader's Digest

Zürich (ots) -

Für die Menschen in der Schweiz ist die persönliche Gesundheit das höchste Gut. Bei kleineren Beschwerden greifen die Schweizerinnen und Schweizer gerne auf Markenklassiker zurück.

In neun Gesundheitskategorien ermittelte die Trusted-Brands-Umfrage 2017 die vertrauenswürdigsten Marken der Schweizerinnen und Schweizer. Fazit ist, bei kleineren gesundheitlichen Beschwerden wie Husten oder Kopfschmerz greifen Herr und Frau Schweizer gerne zu bekannten Markenklassikern. So liest man bei den Gewinnern bekannte Namen wie NeoCitran, Dafalgan und Voltaren - allesamt altbewährte Mittel.

Diese Marken haben es geschafft, für die Konsumenten von dauerhafter Relevanz zu sein. Sie helfen, wenn man sich krank fühlt, lindern Beschwerden, sind verfügbar, wenn man sie braucht, und leisten, was man von ihnen erwartet. Gerade bei den Gesundheitsmarken ist es diese Verlässlichkeit, die das Vertrauen der Konsumenten aufbaut und langfristig aufrechterhält.

Prävention als Schlüssel

Das Thema Gesundheit ist für die meisten Schweizerinnen und Schweizer (87 Prozent) von sehr grosser Bedeutung. Rund zwei Drittel der Umfrageteilnehmer finden körperliche Fitness wichtig (68 Prozent) und messen einem aktiven Lebensstil eine grosse Bedeutung bei (66 Prozent). Diese Zahlen zeigen, wie wichtig die eigene Gesundheit den Menschen ist. Die Frage nach der persönlichen gesundheitlichen Vorsorge bringt aber auch eine Kluft zwischen Denken und Handeln zutage. Denn obwohl die meisten Befragten ihre eigene Gesundheit als höchstes Gut sehen, tun lediglich knapp 60 Prozent auch tatsächlich viel dafür, indem sie z. B. Sport treiben. Besonders Frauen und Besserverdienende scheinen den Worten Taten folgen zu lassen und aktiv Prävention zu betreiben.

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.

Kontakt:

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/100005069/100801018 abgerufen werden.