

04.04.2018 – 08:00 Uhr

Der grosse Wert der Nähe / Schweizerinnen und Schweizer wünschen sich verlässliche Verhältnisse

Zürich (ots) -

Der Wohnraum, der Ehe- oder Lebenspartner, die Familie, die Kinder und die Freunde sind für die Schweizerinnen und Schweizer wichtig als Ort der Sicherheit. Wie die "Trusted Brands 2018"-Umfrage von Reader's Digest ergeben hat, stehen äussere Qualitäten wie gutes Aussehen oder Bekleidung und Mode am Schluss einer Rangliste von neunzehn Werten.

An unbestritten erster Stelle befindet sich bei der Frage nach den Werten für volle 90 Prozent der Befragten die Gesundheit. Gesicherter Wohnraum folgt in der Studie an zweiter Stelle. Noch stärker als die Männer mit 79 Prozent gewichteten Frauen mit 84 Prozent den entsprechenden Wunsch.

Die Bedeutung menschlicher Werte

Liebe und Partnerschaft, Familie und Kinder sowie ein fester Freundeskreis stehen auf den Plätzen drei, vier und fünf. Für die Frauen ist das unmittelbare Umfeld noch wichtiger als für die Männer. Sind die Unterschiede in der Liebe zwischen den Geschlechtern gering (80 Prozent der Männer, 81 Prozent der Frauen), sind sie beim Freundeskreis stärker (71 Prozent der Männer, 80 Prozent der Frauen).

Der Wunsch nach Verlässlichkeit kommt nicht nur in den persönlichen, sondern auch in den gesellschaftlichen Anliegen zum Ausdruck. 60 Prozent der Schweizer sprechen sich für politische Stabilität aus, Männer mit 65 Prozent deutlicher als Frauen mit 54 Prozent. Mit dem Alter wächst das Verlangen nach Beständigkeit im Staat. Sprechen sich erst 47 Prozent der Jungen (18 bis 29 Jahre) dafür aus, sind es in der Gruppe von 60 Jahren und mehr fast drei Viertel der Befragten (73 Prozent).

Konkurrenzorientierte Lebensziele, die Karriere und der berufliche Erfolg, tauchen erst in der zweiten Hälfte der Reader's Digest Tabelle auf (12. Rang). In der jüngsten Altersgruppe (18 bis 29 Jahre) streben volle 68 Prozent das berufliche Vorwärtkommen an. Im mittleren Alter (40 bis 49 Jahre) sind es 48 Prozent, kurz vor der Pensionierung (50 bis 59 Jahre) noch 46 Prozent.

Wo Männer und Romands abweichen

Wenn es um den Auftritt vor anderen geht, unterscheiden sich die Vorstellungen nicht nur zwischen den Geschlechtern, sondern vor allem zwischen den Landesteilen. Gutes Aussehen ist generell für 42 Prozent der Frauen wichtig, hingegen nur für 30 Prozent der Männer (gesamthaft 36 Prozent). Ähnlich sind die Verhältnisse bei der Bekleidung und Mode. 35 Prozent der Frauen legen Wert darauf, gut angezogen zu sein, die Männer bleiben mit 20 Prozent deutlich zurück (total 28 Prozent). Erstaunlich ist, dass die als lebensfreudig geltenden Romands der Bekleidung und Mode wenig Bedeutung beimessen (16 Prozent), während die als zurückhaltender angesehenen Deutschschweizer mit 32 Prozent wesentlich stärkeres Gewicht darauf legen.

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 2300 Personen, die Reader's Digest dieses Jahr in der Schweiz befragte, nannten insgesamt 2348 verschiedene Marken, die sie persönlich für besonders vertrauenswürdig halten. Die Studie wurde dieses Jahr im Auftrag von Reader's Digest vom Marktforschungsinstitut Dialego durchgeführt.

Bei Verwendung bitte Quelle angeben:
© 2018 Trusted Brands by Reader's Digest

Service für Medienschaffende:

Diese Medienmitteilung sowie weitere Ergebnisse stehen auf <http://readersdigest-verlag.com/ch/presse> für Sie bereit.

Welche Bedeutung politische Stabilität für Schweizer hat? - Total und Demografie
<http://ots.ch/d2B3rW>

Was Schweizern im Leben wichtig ist? - Total und Demografie
<http://ots.ch/shbiX1>

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/100005069/100814036> abgerufen werden.