



Die grösste Konsumentenstudie Europas:

Reader's Digest ermittelt die vertrauenswürdigsten Marken in 16 europäischen Ländern. Allein in der Schweiz beteiligten sich über 1'500 Konsumenten.

## Kopf-an-Kopf-Rennen der Traditionsmarken

*Markenklassiker bleiben auch in der Krise Favoriten der Schweizer – Konsumenten sind zunehmend kritischer, welchen Marken sie ihr Vertrauen schenken*

Zürich, 22. Februar 2010. In der gegenwärtigen Wirtschafts- und Finanzkrise haben Traditionsmarken die besseren Karten beim Werben um das Vertrauen der Konsumenten. Markenklassiker wie **Migros**, **Raiffeisen**, **Similasan** und **Swatch** trotzen der Krise und halten sich an der Spitze in der Gunst der Konsumenten. Dies ist allerdings keine Selbstverständlichkeit, so die aktuelle Studie „European Trusted Brands 2010“, die das Magazin *Reader's Digest* jetzt vorgelegt hat. Teilweise liefern sich die Traditionsmarken sogar regelrechte Kopf-an-Kopf-Rennen.

Bei den Haarpflegeprodukten konnte **L'Oréal** nach einem Jahr Absenz den ersten Platz von **NIVEA** als vertrauenswürdigste Marke ihrer Kategorie zurückerobern. Das gleiche gelang **Dafalgan** bei den Schmerzmitteln, wo sich **Aspirin** in diesem Jahr nicht an der Spitze durchsetzen konnte. **Migros** zog erstmals in der Kategorie Haushaltsreiniger am bisherigen Spitzenreiter **Meister Proper** vorbei. Die Beispiele zeigen: Mehr denn je achten die Konsumenten genau darauf, ob eine Marke das in sie gesetzte Vertrauen rechtfertigt.

Eine immer grössere Rolle spielt der Umweltschutz in allen Produktkategorien. Zum zweiten Mal hat die Studie daher auch jene Marken ermittelt, deren Einsatz für die Umwelt den besten Ruf genießt. Bei den Automobilen punktet **Toyota** mit ökologischem Engagement, bei Banken **Raiffeisen**, bei Fluggesellschaften **Swiss**, bei Handelsgesellschaften und Haushaltsreinigern **Migros** und bei Haushalts-/Küchengeräten **V-ZUG**. Bei den Waschmittelherstellern setzte sich **Total** gegen Vorjahressieger **Persil** durch.

Zum zehnten Mal hat das meistgelesene Magazin Europas in 16 europäischen Ländern ermittelt, welche Marken in den Augen der Konsumenten besonders vertrauenswürdig sind. Mehr als 32'000 Menschen, davon über 1'500 in der Schweiz, haben an der Befragung der Studie „Reader's Digest European Trusted Brands 2010“ teilgenommen. In den 35 erhobenen Produktkategorien von A wie Automobile bis Z wie Zahnpasta / Mundpflege setzten sich in der Schweiz vor allem Markenklassiker erneut an die Spitze, darunter **Canon, Kellogg's, Kuoni, Migros, NeoCitran, Nespresso, NIVEA, Raiffeisen, Ricola, Similasan, Swatch, Swisscom, SwissLife** und **Charles Vögele**. In der erstmals untersuchten Kategorie Fernseh-/Kabelnetzanbieter kam **Cablecom** auf Platz eins.

### **Kundenvertrauen wirksamster Schutzschirm für die Marke**

Die Konkurrenz unter den Marken ist grösser als häufig angenommen wird. Allein in der Schweiz nannten die Befragten mehr als 2'000 Marken über alle Produktkategorien hinweg. „Wenn es einer Marke gelingt, die Aufmerksamkeit und das Vertrauen des Konsumenten trotz des immer intensiver werdenden Wettbewerbs zu erlangen und zu halten, ist dies eine grossartige Leistung“, sagt Werner Neunzig, Präsident des Verwaltungsrates und Geschäftsführer von Reader's Digest Schweiz. „Nur die Konsumenten, die in ihrem Vertrauen bestätigt werden, bleiben einer Marke treu. In der jetzigen wirtschaftlichen Situation sollten die Markenartikler daher Ausdauer beweisen und ihr Augenmerk auf die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten lenken.“

Allerdings verlangt der Konsument auch bei seinen Lieblingsmarken, dass sie sich immer wieder neu erfinden, ohne ihre Identität zu verlieren. „Der Markt belohnt Unternehmen, die gezielt in Markenführung investieren und sich dabei an den Konsumentenbedürfnissen orientieren“, kommentiert Sabine Kölsch, Anzeigenleiterin von Reader's Digest Schweiz, die Ergebnisse der Studie. „Der wirksamste Schutzschirm für eine Marke ist das Vertrauen der Konsumenten. Für die Konsumgüterindustrie liefert European Trusted Brands harte Fakten, um die Effizienz ihrer Kommunikation auf den Prüfstand zu stellen.“

### Ergebnisse Schweiz im Überblick

Die „Most Trusted Brands“ liegen für 20 europaweit vergleichbare Produktbereiche vor sowie für 15 weitere Produktbereiche, die in der Schweiz zusätzlich untersucht wurden. Hier die vertrauenswürdigsten Marken in der Schweiz im Überblick:

- Automobile: Volkswagen
- Banken/Finanzdienstleister: Raiffeisen
- Bekleidung: Charles Vögele
- Bonbons: Ricola
- Dekorative Kosmetik: NIVEA
- Erkältungs-Produkte: NeoCitran
- Fotogeräte: Canon
- Fruchtsäfte: Granini
- Frühstückscerealien: Kellogg's
- Haarpflegeprodukte: L'Oréal
- Haushalts-/Küchengeräte: Miele
- Haushaltsreiniger: Migros
- Hautpflegeprodukte: NIVEA
- Homöopathische Mittel: Similasan
- Internet-Anbieter: Swisscom/Bluewin
- Fernseh-/Kabelnetzanbieter: Cablecom
- Kaffee: Nespresso
- Krankenkassen: Helsana
- Kreditkarten: Visa
- Lebensversicherungen: SwissLife
- Milchprodukte: Migros
- Möbel/Inneneinrichtungen: Ikea
- Mobiltelefon-Gerätehersteller: Nokia
- Mobilnetz-Anbieter: Swisscom
- Personal Computer: Dell
- Reiseveranstalter: Kuoni
- Sachversicherungen: Die Mobiliar
- Schmerzmittel: Dafalgan
- Schokolade: Lindt & Sprüngli
- Schreibgeräte: Caran d'Ache
- Treibstoff/Benzin: Migrol
- Uhren: Swatch
- Vitaminprodukte/Aufbaupräparate: Burgerstein
- Waschmittel: Total
- Zahnpasta/Mundpflege: Elmex

### Vertrauen in Umweltschutzaktivitäten der Unternehmen

Was denken Sie, welche Marke hat den besten Ruf, was das Thema Umweltschutz betrifft?

- Automobile: Toyota
- Banken: Raiffeisen
- Haushaltsbatterien: Duracell
- Benzin: Shell
- Fast Food: McDonalds
- Fluglinien: Swiss
- Handelsunternehmen: Migros
- Haushalts-/Küchengeräte: V-ZUG
- Haushaltsreiniger: Migros
- Waschmittel: Total

**NIVEA bleibt in Europa an der Spitze**

Der Markenklassiker **NIVEA** konnte seine europaweite Ausnahmestellung im Gegensatz zu **Nokia** verteidigen und landete zum sechsten Mal in Folge in der Kategorie Hautpflege in allen 16 europäischen Ländern auf Platz eins. Der finnische Mobiltelefonhersteller **Nokia** konnte damit im Gegensatz zum Vorjahr zwar nicht mithalten, kam aber wie die Kreditkarte **Visa** und der Fotogerätehersteller **Canon** in 14 Ländern auf den ersten Platz. **Kellogg's** eroberte in zehn Ländern in der Kategorie Frühstückscerealien die Spitzenposition. Der Schweizer Nahrungsmittelkonzern **Nestlé** erreichte – in der selben Kategorie – in vier Ländern Platz eins, und zwar in Polen, Portugal, Rumänien und Russland.

Internationalisierung und Globalisierung sind längst auch in der Welt der Marken Alltag für den Konsumenten. Nur in einigen Kategorien, darunter Automobile, haben starke Marken aus dem Heimatland wie **Renault** in Frankreich, **Skoda** in Tschechien oder **Volvo** in Schweden die Nase vorn. **Volkswagen** steht neben der Schweiz auch in Deutschland, Österreich und Belgien an der Spitze.

**NIVEA einzige vertrauenswürdigste Marke in 16 europäischen Ländern**

[Basis: 32'163 Befragte in 16 europäischen Ländern]

	<b>Zahl Länder</b>
NIVEA (Hautpflege)	16
Canon, Nokia, Visa	14
Kellogg's	10
Ariel, Hewlett Packard bzw. HP Compaq, NIVEA (Kosmetik)	7
Miele	6
Nestlé, Dell	4
Aspirin, Avon, Bosch, Centrum, L'Oréal (Haarpflege), Opel, Orange, Pantene, Persil, Toyota, Volkswagen	3

**Über die Studie**

Mit der Studie „Reader's Digest European Trusted Brands 2010“ hat das Magazin *Reader's Digest* zum zehnten Mal die vertrauenswürdigsten Marken in 16 Ländern Europas ermittelt. Mehr als 32'000 Leser beteiligten sich von September bis Oktober vergangenen Jahres an der Umfrage der meistgelesenen Zeitschrift der Welt, davon über 1'500 allein in der Schweiz. Damit ist die jährlich durchgeführte Studie „Reader's Digest European Trusted Brands 2010“ die aktuell grösste europaweite Konsumentenuntersuchung. Ihre Ergebnisse finden weit über Fachkreise hinaus Beachtung.

Mehr als 270'000 Menschen – davon über 11'000 allein in der Schweiz – haben seit 2001 an der Studie teilgenommen, sich zu den aus ihrer Sicht vertrauenswürdigsten Marken bekannt, sie aber auch kritisch bewertet. Allein in der Schweiz standen während dieses Jahrzehnts rund 16'000 Marken auf dem Prüfstand der Konsumenten.

Die Länder, in denen die Studie „Reader's Digest European Trusted Brands 2010“ durchgeführt wurde, sind:

- Belgien
- Deutschland
- Finnland
- Frankreich
- Grossbritannien
- Niederlande
- Österreich
- Polen
- Portugal
- Rumänien
- Russland
- Schweiz
- Schweden
- Spanien
- Tschechien
- Ungarn

Die Teilnehmer wurden gebeten, in 35 verschiedenen Produktkategorien jeweils eine Marke ungestützt (d. h. ohne Vorgabe) zu nennen, der sie das meiste Vertrauen entgegen bringen. Die Marken wurden dann von den Konsumenten nach folgenden Kriterien bewertet:

- Qualität der Produkte
- Verhältnis von Preis und Gegenwert
- Eindeutiges Image
- Kenntnis der Kundenbedürfnisse

### **Über Markenvertrauen**

Die Studie „Reader's Digest European Trusted Brands“ stellt das Markenvertrauen in den Vordergrund und überlässt es allein dem Befragten, welcher Marke er sein Vertrauen ausspricht. Der Fragebogen enthält keine Markenvorgaben, sondern fragt ab, was der Konsument ungestützt abrufen, wenn er sich für seine vertrauenswürdigste Marke entscheiden soll. Wie stark dabei der Wettbewerb der Marken um die Gunst der Konsumenten ist, zeigt u. a. die Vielzahl der genannten Marken.

Bei den Automobilen ist die Zahl der in der Schweiz genannten Marken mit 45 überschaubar. Bei Hautpflege dagegen nennen die Konsumenten 107 verschiedene Marken als die für sie persönlich vertrauenswürdigsten, bei Bekleidung sogar 172 Marken. Insgesamt wurden in der Schweiz in dieser Studie für alle Produktbereiche rund 2'050 unterschiedliche Marken genannt. Wenn eine Marke unter diesen Bedingungen viele Wählerstimmen auf sich vereinen kann, ist das Konsumenten-Votum „vertrauenswürdigste Marke“ von besonderer Bedeutung.



SCHWEIZ · SUISSE

Medieninformation

### **Über Reader's Digest**

Das Magazin Reader's Digest ist mit 3,5 Millionen Abonnenten die meistgelesene Zeitschrift Europas. Das Magazin erscheint mit 19 Ausgaben in 18 europäischen Ländern. In Zürich werden die Ausgaben des Magazins für die Deutsch- und die West-Schweiz, *Reader's Digest Schweiz* und *Reader's Digest Suisse*, herausgegeben. Ausser Zeitschriften publiziert Reader's Digest Bücher, Musik- und Video- bzw. DVD-Kollektionen. Auf Basis der redaktionellen Kompetenz bietet Reader's Digest auch Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Wellness, Gesundheit, Finanzen, Wein, Schmuck und Wandern an.

Einen Überblick über die Ergebnisse in Europa gibt es ab Anfang März auf [www.rdtrustedbrands.com](http://www.rdtrustedbrands.com).

### **Medienmitteilung zum Download:**

<http://www.readersdigest.ch> (Service für Journalisten / European Trusted Brands)

### **Medienkoordinationsstelle:**

Viva. AG für Kommunikation, Nathalie Plüss

Flurstrasse 50, 8048 Zürich

Telefon 043 499 19 99, Fax 043 499 19 91, E-Mail [npluess@viva.ch](mailto:npluess@viva.ch)