

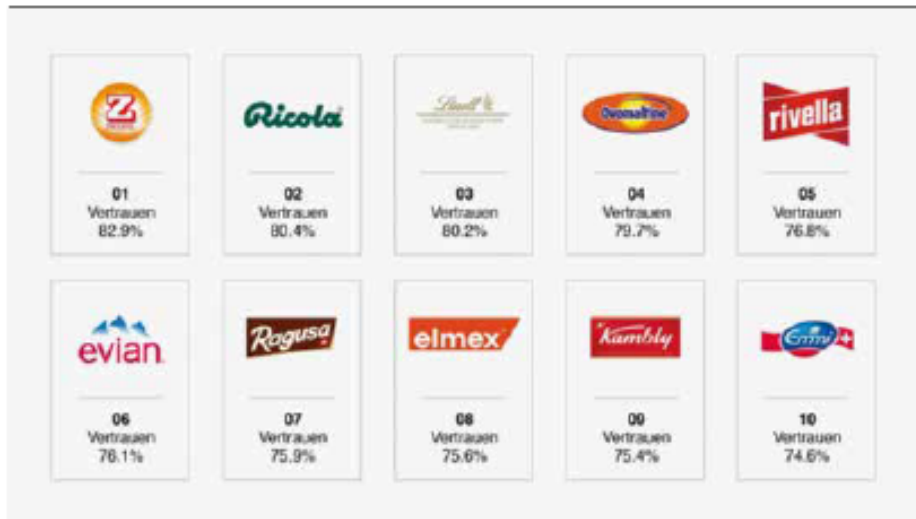
Havas Brand Predictor und Promarca

Die vertrauenswürdigsten Marken in der Schweiz

Gemeinsam mit dem Havas Brand Predictor prämiert der Markenartikelverband Promarca auch in diesem Jahr die vertrauenswürdigste Marke der Schweiz mit dem «Brand of the Year»-Award. Das repräsentative Markenbewertungsverfahren von Havas basiert auf den Markenwahrnehmungen der Schweizer Bevölkerung, die anhand von Dynamik und Vertrauen erhoben werden. Auch in diesem Jahr zeigt sich: Die Schweiz vertraut Schweizer Marken.

Text und Grafiken: Havas

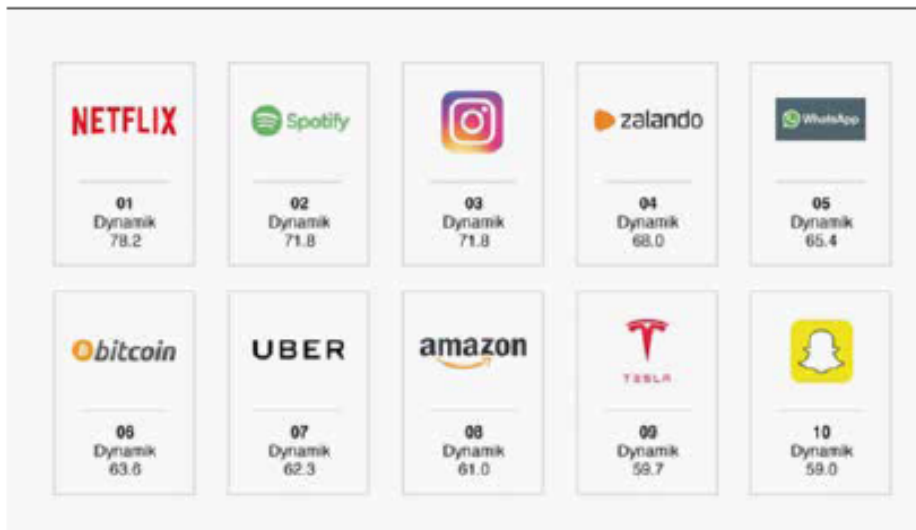
Die vertrauenswürdigsten Marken 2020



Insgesamt 504 Marken wurden 2018 von Herrn und Frau Schweizer bewertet, darunter 122 Marken aus den Reihen des Markenverbandes Promarca. Den Promarca-«Brand of the Year 2018»-Award erhält in diesem Jahr das Schweizer Marken-Urgestein Zweifel Pomy-Chips. Der Award stützt sich auf das entgegengebrachte Vertrauen in die Zuverlässigkeit von Qualität, Service und

«Einzig Evian und Elmex schafften es, das Who's who der Schweizer Marken zu durchmischen.»

Die beliebtesten Marken der Jugend



Produkt der einzelnen Marken. Die Schweizer Traditionsmarke Zweifel wird hierbei am zuverlässigsten und vertrauenswürdigsten eingeschätzt. Auf den Rängen zwei und drei folgen ihr weitere Marken mit Schweizer DNA: Ricola (2.) und Lindt (3.). Auch sonst zeigt der Blick auf das Top-Ten-Ranking ein eindeutiges Bild des bestehenden Schweizer Markenpatriotismus mit den weiteren heimischen Marken Ovomaltine, Rivella, Ragusa, Kambly und Emmi. Einzig die französische Wasser-Marke Evian (6.) sowie die Zahnpasta-Marke Elmex (8.) schaffen es, das bestehende Who's who der Schweizer Marken zu durchmischen. «Ein starkes Vertrauen der Konsumenten steht für eine hohe Relevanz im täglichen Leben, also Bekanntheit, Visibilität sowie auch stetige, positive Konsumerfahrungen. Für die Kommunikati-

on bedeutet hohes Vertrauen ein konsistent umgesetztes Markenversprechen und eine klare Positionierung, welche die Basis aller Massnahmen sind», erklärt Peter Schaefer, Planning Director und zuständig für Markenführung und Branding bei Havas Schweiz.

Präzise Prognosen für die Schweizer Markenwelt von 2020

Den Brand-Predictor-Survey erhebt Havas in Zusammenarbeit mit dem Market Research Institut Management Tools Research seit 2012. Für die diesjährige Erhebung wurden 4146 Personen aus der Deutsch- und der Westschweiz befragt. Grosse Besonderheit der Studie ist die Integration der Prosumer. Prosumer sind Meinungsführer mit einem spezifischen Konsum- und Personenprofil, das sie vom Mainstream unterscheidet. Ihre Einschätzungen sind dem Mainstream bis zu achtzehn Monate voraus. Durch die Gegenüberstellung der Bewertungen von Mainstream versus Prosumer können präzise Prognosen über künftige Markt- und Markenentwicklungen in der Schweiz getroffen werden. «Der Brand-Predictor-Survey sagt die Zukunft voraus», betont Andreas Logk,

«Unter den Automarken ist Tesla die stärkste Marke in der Wahrnehmung der Schweizer und Schweizerinnen.»

Geschäftsführer bei Management Tools Research. «Damit grenzt sich das Modell klar von anderen Markeninstrumenten ab. Deren Bewertungen beruhen eher auf eindimensionalen Kriterien sowie vergangenen Erfolgen. So wird jedoch nichts über das Zukunfts- und Wachstumspotenzial ausgesagt.» Neben Lebensmittelkonsumgütern und Detailhandel deckt der Havas Brand Predictor noch 28 weitere Branchen mit der Markenauswahl ab, von Banken über Automobil bis hin zu Tourismus.

Die grossen Gewinner in diesem Jahr: Bitcoin und Netflix

Streaming, Content und nun auch Blockchain sind die grossen Trends, die nicht nur Experten beschäftigen, sondern auch im Mindset der Schweizer Bevölkerung ange-

kommen sind. Lange noch wurde von Disruptionen in einzelnen Branchen gesprochen – mittlerweile muss ein neuer Status quo ausgerufen werden. Das bedeutet, dass es nicht mehr die Frage ist, wie man digitale Services für sich nutzen kann, sondern man muss konsequent digital denken. Die Trennung zwischen Online und Offline ist obsolet. Die Ergebnisse der Brand-Predictor-Studie zeigen, dass sich digitale Marken (Whatsapp, Spotify, Zalando, Paypal usw.) etabliert haben und vor allem in Dynamik und Beliebtheit absolut überzeugen – allen voran Bitcoin und Netflix, die als sehr beliebt und relevant wahrgenommen werden. Auffallend ist, dass Bitcoin sogar bei Jugendlichen (unter 26 Jahre alt) unter den Top Ten der beliebtesten Marken ist. Weiterhin massgebend ist der Megatrend Nachhaltigkeit und Regionalität. «Aus der Region. Für die Region» ist die stärkste Marke aller erhobenen Marken im Brand Predictor von 2018.

In Automobilbranche SUV und Elektromobilität weiterhin richtungsweisend

Unter den Automarken ist Tesla die stärkste Marke in der Wahrnehmung der Schweizerinnen und Schweizer. Zwar sind die deutschen Automarken Mercedes-Benz, Audi und BMW durch ihre scharfe Positionierung im Vertrauen klar vorne, doch Tesla ist in der Beliebtheit unangefochten. Der Brand Predictor zeigt in diesem Jahr deutlich, dass Elektromobilität in der Branche immer wichtiger wird, sie aber bis auf Tesla (1. Platz in der Beliebtheit) und BMW i3 (8. Platz in der Beliebtheit) noch nicht auf dem Niveau der klassischen Modelle angekommen ist. Dass Tesla aber Branchenprimus ist, setzt ein Umdenken der Branche voraus, was die Themen Digitalisierung, Mobilität und Vernetzung betrifft. Der Megatrend SUV zeigt sich weiterhin massgebend. So haben Marken mit bekannten SUV-Modellen (Land Rover, Porsche) eine sehr positive Entwicklung geschafft. VW zeigt eine leicht positive Entwicklung, ist aber immer noch mit grossem Abstand das Schlusslicht der Branche. Während Samsung mit einer positiven Entwicklung zeigt, dass es durchaus möglich ist, sich nach dem Skandal um explodierende Smartphones und Flugzeugverbote wieder zu erholen, scheint der Wolfsburger Autohersteller noch einen langen Weg vor sich zu haben.

Banking bald ohne Bank? Wie Bitcoin und digitale Zahlungsmethode die Branche revolutionieren

Schon seit einigen Jahren ist die Bankenbranche in der Krise – mit Diskussionen um neue, digitale Services oder Managergehälter. In diesem Jahr verlieren erstmals auch die Retailbanken in der Wahrnehmung der befragten Personen. Gleichzeitig sind digitale Finanzmarken wie Bitcoin, Twint, Paypal oder Mastercard weiterhin auf der Überholspur. Nicht nur weil Blockchain im Mainstream angekommen ist, stellt sich die Frage, wie sich das Banking der Zukunft aufstellen wird.

Markenranking 2020 – die Zukunft der Markenwelt der Schweiz

Im Markenranking der Prosumer 2020 steht Migros nach einem 17. Rang im letzten Jahr wieder an der Spitze. Damit ist Migros zugleich die stärkste Schweizer Marke im Ranking, vor Whatsapp (2.), Google (3.), Samsung Galaxy S (4.) und Netflix (5.). Die Einschätzungen der Prosumer zusammen mit den beliebtesten Marken der Jugendlichen lässt keine Zweifel offen, dass unsere Lebensstile noch digitaler, noch vernetzter werden. Das Ranking der beliebtesten Marken 2020 verdeutlicht dieses Bild auf eine digitale Lebenswelt umso mehr: Netflix (1.), Whatsapp (2.), Samsung Galaxy S (3.), Instagram (4.), Zalando (5.).