

Marken-Ranking: Zalando räumt ab, Bio-Labels holen auf

ZÜRICH. **Internetfirmen** stehen bei den 15- bis 25-Jährigen hoch im Kurs. Erstmals finden sich auch Bio-Labels in den Top Ten.

Zalando, Whatsapp und Netflix: Diese Marken erreichen laut einer repräsentativen Umfrage der Werbeagentur Havas die höchsten Beliebtheitswerte bei den 15- bis 25-Jährigen in der Schweiz. Danach folgen Firmen wie Google, Instagram und Youtube.

Neu in den Top Ten von insgesamt 505 untersuchten Marken sind erstmals auch Migros

und Bio Suisse zu finden.

Für die Auswertung hatten die Werber mit einem Marktforschungsunternehmen 4221 Personen befragt, denen die Logos der Marken vorgelegt wurden. Dabei wurde abgefragt, wie beliebt die Marken sind und wie positiv man deren Zukunftsaussichten bewertet. «Dass Zalando dieses Jahr bei der Beliebtheit den Spitzenplatz belegt, zeigt, dass sich Onlineshopping nach anfänglichen Zweifeln etwa bei Auslieferungen oder Retouren etabliert hat», sagt Havas-Chef Frank Bodin.

Im Bekleidungsgeschäft tut sich zwischen Zalando und den etablierten Unternehmen ein Graben auf: Am schlechtesten schneidet bei den Jungen die Marke Charles Vögele ab.

Neben der Dominanz der Internetmarken wie Whatsapp oder Netflix erkennt Werber Bodin in der guten Platzierung der Bio-Labels einen Trend hin zum umweltbewussten Konsum. «Diese Tendenz wird sich in Zukunft noch verstärken und ist umso erstaunlicher, weil vor einigen Jahren Bio-Marken noch belächelt wurden», sagt Bodin.

FASCAL MICHEL



Wie in der Werbung: Zalando begeistert junge Schweizer tatsächlich.

Beliebtheitswert 0 bis 100

1	zalando	81,3
2	WhatsApp	81,2
3	NETFLIX	75,9
4	Google	72,6
5	INSTAGRAM	72,5
6	YouTube	71,2
7	PayPal	68,7
8	SNAPCHAT	68,7
9	MIGROS BIO	64,1
10	BIO SUISSE	62

QUELLE: HAVAS BRAND PREDICTOR SURVEY

20 Minuten ist die Top-Medienmarke

ZÜRICH. 20 Minuten ist die beliebteste Medienmarke der Schweiz und wird mit Abstand als dynamischster Titel wahrgenommen. Das zeigt das jährliche Markenranking der Werbeagentur Havas. Auch beim Vertrauen in die Marke schneidet 20 Minuten mit einem Spitzenplatz ab und lässt etablierte Bezahlsstellen weit hinter sich. Im Gesamtranking folgen die «Coop-Zeitungs» und das «Migros-Magazin» auf den Plätzen 2 und 3. **PM**

TREND-MARKEN 2019

1.	Whatsapp	86,7
2.	Google	84,7
3.	Zalando	83,6
4.	Schweiz	82,8
5.	Aldi	81,4
6.	Youtube	80,9
7.	Migros Bio	80,9
8.	Lidl	80,5
9.	Migros «Aus der Region»	79,7
10.	Coop Pronto	78,6

QUELLE: HAVAS BRAND PREDICTOR SURVEY

«Wer in der Jugend auf eine Marke setzt, bleibt ihr treu»

Herr Vogler, warum achten wir überhaupt auf Marken?

Marken schaffen Orientierung. Wer mit einem Netflix-Abo bei den angesagten Serien mitreden kann, gehört dazu. Gerade im Jugendalter ist das ein wichtiger Faktor. Das wissen auch die Firmen.

Firmen umwerben gezielt Junge. Warum?



Kunden bleiben der Marke ihr Leben lang treu – das hoffen jedenfalls die Firmen. Wer in der Jugend bereits auf eine Marke setzt und zufrieden ist, wird dies mit hoher Wahrscheinlichkeit auch später tun.

Wie kann eine Marke punkten? Die Leistung muss stimmen. Denn mit Ihrem oft schmalen

Budget kalkulieren die Jungen knallhart. Für Marken wie Whatsapp ist es da natürlich einfacher, beliebt zu werden, weil es fast ein Grundbedürfnis ist, ununterbrochen zu kommunizieren. Bei Bio-Produkten ist die Hürde höher: Das Bedürfnis muss erst durch Sensibilisierung geschaffen werden. Dabei ist die Glaubwürdigkeit des Markenversprechens zentral. **PM**

Stefan Vogler ist Markenexperte.

Ambulanz brannte auf Autobahn A2

SISSACH. Auf der Autobahn A2 bei Sissach stand gestern Nachmittag eine Ambulanz in Flammen. Dabei handelte es sich laut der Kantonspolizei Basel-Landschaft um ein ausländisches Fahrzeug. Verletzt wurde niemand. Weil aufgrund der geladenen Sauerstoffflaschen Explosionsgefahr bestand, war die Fahrbahn zwischenzeitlich gesperrt. Es entstand ein Stau von zwölf Kilometern Länge. **30M**



Wegen der brennenden Ambulanz bildete sich ein Stau mit einer Länge von zwölf Kilometern.

Leser-Reporter

70 Fr mehr AHV – oder keine Reform

BERN. Bei der Reform der Altersvorsorge ist fertig verhandelt: Die Einigungskonferenz hat gestern Abend entschieden, die Mehrwertsteuer nur um 0,6 Prozent zu erhöhen. Der Ständerat hatte diese stärker anheben wollen. Hingegen hielt die Einigungskonferenz am AHV-Zuschlag von 70 Franken für Neuentner fest. Bereits morgen kommt es nun zum grossen Showdown: Die beiden Räte müssen dann über den Antrag der Einigungskonferenz befinden. Lehnt mindestens ein Rat ab, ist die Reform abgestürzt. Knapp könnte es im Nationalrat werden: GLP, FDP und SVP wehren sich bisher gegen den AHV-Zuschlag. **50A/20M**