

Havas Brand Predictor: Das sind die stärksten Marken in der Schweiz.

Die Schweiz bleibt das stärkste Gütesiegel

Der Havas Brand Predictor trifft auch in 2018 verlässliche Aussagen über gegenwärtige Bewegungen in der Schweizer Markenlandschaft und gibt präzise Prognosen für die Schweizer Markenwelt von 2020. 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.

Zürich, 16. Juli 2018 – Insgesamt 504 Marken wurden 2018 von Herr und Frau Schweizer bewertet. Den Brand Predictor erhebt Havas in Zusammenarbeit mit dem Market Research Institut management tools research seit 2012. Parameter für die Erhebung sind die Dynamik (=die wahrgenommene Beliebtheit) sowie das Vertrauen (=die wahrgenommene Zuverlässigkeit von Produkten und Services) von Marken in der Schweiz. Die Positionierung und Entwicklung von Marken im Brand Predictor geben direkte Imperative für die bevorstehenden kommunikativen Aufgaben. „Ein starkes Vertrauen der Konsumenten steht für eine hohe Relevanz im täglichen Leben, also Bekanntheit, Visibilität sowie auch stetige, positive Konsumerfahrungen. Für die Kommunikation bedeutet hohes Vertrauen ein konsistent umgesetztes Markenversprechen und eine klare Positionierung, die Basis aller Massnahmen sind.“, erklärt Peter Schäfer, Planning Director und zuständig für Markenführung und Strategie bei Havas Schweiz.

Gegenwärtige und künftige Entwicklungen erkennen – und die richtigen Schlüsse ziehen.

Für die diesjährige Erhebung wurden 4'146 Personen aus der Deutsch- und 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 18 Monaten voraus. Durch die Gegenüberstellung der Bewertungen von Mainstream vs. Prosumer können präzise Prognosen über künftige Markt- und Markenentwicklungen in der Schweiz getroffen werden. «Die «Brand Predictor»-Survey sagt die Zukunft voraus.», erklärt Andreas Logk, Geschäftsführer bei management tools research. «Damit grenze sich das Modell klar von anderen Markeninstrumenten ab. Deren Bewertungen beruhen

eher auf eindimensionalen Kriterien sowie vergangenen Erfolgen. Damit wird jedoch nichts über das Zukunfts- und Wachstumspotenzial ausgesagt». Neben Lebensmittelkonsumgüter und dem 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 sind 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 angekommen sind. Lange noch wurde von Disruptionen in einzelnen Branchen gesprochen, muss mittlerweile 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 u.v.m) etabliert haben und vor allem in Dynamik und Beliebtheit absolut überzeugen. Allen voran bitcoin und Netflix, die sehr beliebt und relevant wahrgenommen werden. Auffallend ist, dass bitcoin sogar bei Jugendlichen (<26 Jahre alt) unter den Top 10 der beliebtesten Marken ist. Weiterhin massgebend sind die Megatrends Nachhaltigkeit und Regionalität. «Aus der Region. Für die Region.» ist die stärkste Marke aller erhobenen Marken im Brand Predictor von 2018.

In der Automobilbranche sind die Trends 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, 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 Branchenprimus ist, setzt jedoch ein Umdenken der Branche in Gang, 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, 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.

Grundsätzlich negative Entwicklung in der Schweizer Medienlandschaft

20 Minuten ist weiterhin mit Abstand die stärkste Medienmarke in der Schweiz und sehr relevant im täglichen Leben der Schweizerinnen und Schweizer. Allerdings hat auch 20 Minuten in Dynamik und Vertrauen verloren. Die ganze Medienbranche zeigt (mit wenigen Ausnahmen) eine negative Entwicklung. Die meisten Titel haben sowohl in Dynamik als auch Vertrauen in diesem Jahr eingebüsst. Die beliebtesten (=dynamischsten) Medien sind in diesem Jahr: 20 Minuten (1.), watson (2.) und Radio Energy (3.), alles Titel, die nicht nur informieren, sondern auch unterhalten. Die Prognosen der Prosumer zeigen, dass Content weiterhin King ist. Nur wer den Spagat aus Entertainment und Information schafft, bleibt relevant für die Leserinnen und Leser.

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, gefolgt von WhatsApp (2.), Google (3.), Samsung Galaxy S (4.) und Netflix (5.). Die Einschätzungen der Prosumer zusammen mit den beliebtesten Marken der Jugendlichen lässt keinen 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.).

Unter www.brandpredictor.ch finden Sie weitere Top-10-Rankings, gegliedert nach verschiedenen Branchen, und weitere Informationen rund um den Havas Brand Predictor.

Medienkontakte, Vermittlung von Gesprächen mit Peter Schäfer:

Havas Zürich, Saskia Kremser, Account Planner
Tel.: 044 466 67 58, saskia.kremser@havas.com

Havas Village – Alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint. Ob Digital, Mobile, Social Media, Werbung, Direkt Marketing, Mediaplanung und Mediaeinkauf, Corporate Communication, Design, Marktforschung etc.: Mit allen Fähigkeiten an einem Ort stehen uns eine Vielzahl von Ressourcen zur Verfügung und unsere offen gestalteten Arbeitsplätze tragen dazu bei, eine starke Kommunikation, Teamarbeit und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Disziplinen zu fördern.



