

PRESSEINFORMATION

Reader's Digest-Studie „Trusted Brands 2017“: Konsumenten vertrauen Rewe mehr als Amazon

Deutschlands größte ungestützte Konsumentenbefragung: Mit Qualität und regionalen Angeboten beim Verbraucher punkten / VW weiterhin auf dem ersten Platz in der Automobilbranche

Stuttgart, 13. März 2017. Die Liste der Spitzenpositionen liest sich wie das „Who is Who“ der deutschen Wirtschaft – die vertrauenswürdigsten Marken der Deutschen: Von *Aspirin* und *Gerolsteiner* über *Haribo* und *Milka* bis hin zu *Persil* und *Whiskas* enthält die Liste der „Most Trusted Brands 2017“ klangvolle Markennamen. Für die „Trusted Brands Studie“ befragt Reader's Digest bevölkerungsrepräsentativ mehr als 4.000 Personen in einer offenen Fragestellung zu ihren vertrauenswürdigsten Marken. Gemeinsam zeichnet sie ein hohes Qualitätsniveau, gute Serviceleistungen und eine besondere Nähe zu ihren Kunden aus. Der Kölner Handelskonzern *Rewe* konnte sich klar vor dem US-Konzern *Amazon* platzieren. Deutlich mehr Verbraucher schenken ihm höchstes Vertrauen. „Die Verbraucher achten immer stärker auf Qualität und regionale Produkte und Angebote. Gut jeder zweite Deutsche ist bereit mehr zu investieren, wenn ein Produkt aus seinem regionalen Umfeld kommt“, erklärt Advertising Manager Holger Grossmann, der bei Reader's Digest das „Trusted Brands“-Projekt verantwortet.

In der Sparte Versicherungen konnte sich die *Allianz* den ersten Platz zurückerobern. Viele der „Most Trusted Brands“ wie *Aspirin*, *Nivea* oder *TUI* belegen schon seit mehreren Jahren die Spitzenpositionen. *VW* ist seit 2004 die vertrauenswürdigste Automobilmarke, allerdings schrumpft der Vertrauensbonus des deutschen Autobauers. Die Studie mit der unbeeinflussten Sicht der Konsumenten beweist, dass Krisensituationen das Verbraucher- und Kundenvertrauen nicht gleich erschüttern. Aber sie macht in diesem Fall auch deutlich, dass *VW* den Vertrauensvorschuss langsam verspielt. Der Stimmenanteil für die Marke ist über die letzten zwei Jahre gesunken.

Die „Most Trusted Brands“ werden für 20 Produktkategorien ermittelt, zusätzlich wird in der Studie ein spezieller Bereich mit 7 Gesundheitsmarken ausgewiesen. *Eucerin* erfreut sich demnach in der Kategorie medizinischer Hautpflege aktuell einer höheren Beliebtheit als *Bepanthen*.

„Die Trusted Brands Studie ist die einzige offene Befragung so vieler deutscher Verbraucher. Welche Marken beim Verbraucher wirklich eine bedeutende Rolle spielen, entscheiden sie bei uns selbst, keine Jury. Ohne Vorgaben werden aus dem Gedächtnis jährlich rund 4.000 Einzelmarken genannt, aus ihnen werden die Besten der Besten ermittelt“, betont Holger Grossmann weiter. „Da fallen Stichworte wie Sicherheit, Glaubwürdigkeit, Transparenz, Loyalität, Menschlichkeit und Hilfsbereitschaft. Werte, die - so sie von den Unternehmen gelebt werden - dann das Vertrauen in die Marke auch sicherstellen.“

./ 2



Grundlage für die „Most Trusted Brands 2017“ ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung von mehr als 4.000 Personen, die das Aachener Institut Dialego im Auftrag von Reader's Digest im November/Dezember 2016 durchgeführt hat. In der offenen Fragestellung nach den vertrauenswürdigsten Marken in 27 Produktkategorien nannten die deutschen Konsumenten insgesamt rund 4.000 verschiedene Marken – ein Abbild, in welchem starkem Wettbewerb sich jede Marke heute bewegt. Reader's Digest zeichnet jährlich auf dieser Basis die vertrauenswürdigsten Marken Deutschlands mit dem Pegasus Award aus. Das deutsche Monatsmagazin Reader's Digest hat eine Auflage von über 300.000 verkauften Exemplaren und zwei Millionen Leser. Reader's Digest Deutschland: Verlag Das Beste GmbH gehört zum weltweit operierenden Konzern **Trusted Media Brands (TMB)**. Das Medien- und Direktmarketingunternehmen ist in 44 Ländern mit eigenen Niederlassungen vertreten.

Anlage: 2 Tabellen mit den „Most Trusted Brands 2017“

Weitere Informationen zur Studie gibt es unter www.rd-markengut.de

Untersuchungssteckbrief: Die Studie beschäftigt sich intensiv mit der Vertrauenslage der Deutschen und ist seit vielen Jahren Vorreiter für andere Studien dieser Art. Mit der aktuell vorliegenden Studie werden neue Fragestellungen rund um die Beziehung zwischen Konsument und Marke beleuchtet - wie nah stehen Marken den Konsumenten. **Reader's Digest Deutschland** hat mit dem Institut **Dialego**, Aachen, einen neuen Weg eingeschlagen, der auch für die nächsten Jahre wieder ein interessantes Monitoring von Marken und ihren Stärken aus Sicht der Verbraucher erlaubt. Einzigartig bleibt, dass die Frage nach den vertrauenswürdigsten Marken offen, also ohne jegliche Markenvorgabe, gestellt wird. Der Konsument allein gibt preis, welche Vertrauensmarke bei ihm ganz oben an steht. Von November bis Dezember 2016 wurden dazu 4.054 Konsumenten online befragt und ihre Beziehung zu den Marken untersucht.

Pressekontakt:

Kirsten Hedinger · Hedinger Communications GmbH · Hongkongstr. 3-5 · 20457 Hamburg
Fon 040/42 10 11-12 · E-Mail hedinger@hedinger-pr.de

Fragen zur Studie:

Solvey Friebe · Verlag Das Beste GmbH · Anzeigendirektion · Ernst Gnoß Str. 24 · 40219 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 / 49879-38 · E-Mail: solvey.friebe@readersdigest.de

