

PRESSEINFORMATION

Trusted Brands 2016: Amazon punktet bei Serviceangeboten und Kundenkontakt

Jedem zweiten Deutschen sind der Preis sowie fairer Handel und Nachhaltigkeit wichtig / Reader's Digest und Forschungsinstitut Dialego ermitteln, in welchen Leistungsdimensionen Marken besonders überzeugen

Stuttgart, 21. April 2016. Zukunftsfähig und langlebig: Damit sich eine Marke im Wettbewerb behaupten kann, gilt besonders ihre Leistungsfähigkeit als Erfolgsgarant. Welche Marken in den verschiedenen Leistungsdimensionen bei den Deutschen ganz hoch im Kurs liegen, hat Reader's Digest gemeinsam mit dem Aachener Forschungsinstitut Dialego im Rahmen der neu aufgelegten Studie Trusted Brands 2016 ermittelt. Sieben Leistungssegmente wurden in der Studie abgefragt: Produkt- und Serviceangebot, Kundenkontakt, Innovation & Entwicklung, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, attraktiver Arbeitgeber und wirtschaftliche Stärke. Im Fokus stand die Frage, welchen Marken die deutschen Konsumenten in diesen Leistungsaspekten am meisten vertrauen – offen und ohne Markenvorgabe. Insgesamt nannten die 4.000 bevölkerungsrepräsentativ Befragten 2.299 verschiedene Marken.

Amazon kann gleich in drei der sieben Dimensionen ganz oben punkten – überall dort, wo es um die direkte Verbindung zum Kunden und den damit zusammenhängendem Service geht. Beim Thema Innovation und Entwicklung kann sich **Apple** immer noch deutlich von **Samsung** absetzen. Als attraktivster Arbeitgeber holte **BMW** die Poleposition vor **Google** und **Mercedes**. Der Stuttgarter Autobauer **Mercedes** kann sich dafür in puncto wirtschaftliche Stärke ganz vorn im Ansehen der Deutschen platzieren.

Die Top Trusted Brands der deutschen Konsumenten 2016 nach Leistungsdimensionen

| Leistungsdimension | Die Top Trusted Brands | Anzahl genannte Marken total: 2299 |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| Produkt-/Serviceangebot | Amazon | 342 |
| Kundenkontakt | Amazon | 420 |
| Innovation & Entwicklung | Apple | 253 |
| Nachhaltigkeit | Greenpeace | 399 |
| Digitalisierung / digitale Services | Amazon | 245 |
| Attraktiver Arbeitgeber | BMW | 405 |
| Wirtschaftliche Stärke | Mercedes | 235 |

Quelle: **Reader's Digest** | Trusted Brands 2016 Deutschland Institut: Dialego



Deutsche Konsumenten wünschen sich Fairness

Auch wenn 57 Prozent der Konsumenten immer noch auf den Preis schauen, so ist es andererseits aber beim Einkauf fast jedem zweiten Deutschen sehr wichtig, dass Produkte fair und human produziert werden. Dem Thema Nachhaltigkeit messen die Deutschen nach wie vor eine hohe Bedeutung bei. In dieser Leistungsdimension setzt jeder Zehnte (12 Prozent) die Umweltorganisation **Greenpeace** an die erste Stelle. In dieser Kategorie sind außerdem **Alnatura**, **Rewe** und **Frosch** vertreten.

„Obwohl die deutschen Konsumenten preissensibel sind, liegt ihnen viel daran, wie nachhaltig Unternehmen agieren. Dieser Trend hält an und bleibt für Unternehmen weiter eine große Herausforderung von der Herstellung bis zur Verpackung, Vermarktung und Kommunikation“, sagt Holger Grossmann, Advertising Manager von Reader's Digest Deutschland.

Jüngst ermittelte das Forschungsinstitut Dialego im Auftrag von Reader's Digest für die Studie „Trusted Brands 2016“ in 29 speziellen Produktkategorien die vertrauenswürdigsten Marken aus Sicht der deutschen Konsumenten. Zu den Siegern zählen klassische Markenartikel wie **Bahlsen**, **Bosch**, **Nestlé**, **Nivea**, **Persil**, **Rotkäppchen-Sekt** ebenso wie Vertreter der jüngeren Produkt-Generationen wie **Samsung** oder **Amazon**. **VW** kann sich ebenfalls immer noch ganz vorn im Konsumenten-Vertrauen platzieren.

Reader's Digest zeichnet jährlich auf Basis dieser Konsumentenstudie die vertrauenswürdigsten Marken Deutschlands mit dem Pegasus Award aus. Die Preisverleihung findet im Herbst statt. **Reader's Digest** hat die Initiative zur Untersuchung des Markenvertrauens und der Trusted Brands aus Sicht von Konsumenten 2001 gestartet. Das deutsche Monatsmagazin **Reader's Digest** hat eine Auflage von über 330.000 verkauften Exemplaren und zwei Millionen Leser. Das Magazin gehört zum weltweit operierenden Konzern **Trusted Media Brands (TMB)**. Das Medien- und Direktmarketingunternehmen ist in 44 Ländern mit eigenen Niederlassungen vertreten.

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 das Thema Markenvertrauen beantwortet und die Beziehung zwischen Konsument und Marke beleuchtet. **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 steht. Im Dezember 2015 wurden 4.000 Konsumenten online befragt und ihre Beziehung zu den Marken untersucht. Dialego hat für die Studienmethode „BrandSculptures“ 2011 den Deutschen Marktforschungspreis zur Innovation des Jahres erhalten.

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



Die Top Trusted Brands der deutschen Konsumenten 2016 nach Leistungsdimensionen

| Produkt-/Serviceangebot | | Kundenkontakt | | Innovation & Entwicklung | | Nachhaltigkeit | |
|----------------------------|-------------|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
| Markennenner Basis: | 1901 | | 1726 | | 1793 | | 1485 |
| 342 Marken genannt | | 420 Marken genannt | | 253 Marken genannt | | 399 Marken genannt | |
| 1 Amazon | 29% | Amazon | 14% | Apple | 17% | Greenpeace | 12% |
| 2 Samsung | 3% | Telekom | 9% | Samsung | 10% | Alnatura | 5% |
| 3 Telekom | 3% | 1&1 | 4% | Siemens | 6% | Eon | 3% |
| 4 Apple | 3% | Otto | 3% | Google | 6% | Rewe | 3% |
| 5 ebay | 3% | Vodafone | 3% | BMW | 5% | Frosch | 2% |

| Digitalisierung / digitale Services | | Attraktiver Arbeitgeber | | Wirtschaftliche Stärke | |
|-------------------------------------|-------------|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------|
| Markennenner Basis: | 2258 | | 1848 | | 1766 |
| 245 Marken genannt | | 405 Marken genannt | | 235 Marken genannt | |
| 1 Amazon | 50% | BMW | 8% | Mercedes | 14% |
| 2 ebay | 7% | Google | 7% | Apple | 10% |
| 3 Google | 6% | Mercedes | 7% | BMW | 8% |
| 4 Telekom | 5% | VW | 5% | Siemens | 6% |
| 5 1&1 | 2% | Siemens | 4% | VW | 6% |

Quelle: **Reader's Digest** | Trusted Brands 2016 Deutschland

Institut: **Dialego**, Aachen - Datenbasis total 4000 Befragte bevölkerungsrepräsentativ

Frage offen: "Nachfolgend sehen Sie einige Themenbereiche. Bitte nennen Sie uns spontan die Marke,

der Sie im jeweiligen Themenbereich persönlich am meisten vertrauen

und die Sie Freunden oder Familie weiterempfehlen würden."

