

Medienmitteilung

Jugendstudie

Sony schlägt Apple im Elektronikmarken-Ranking bei den Jungen

Zürich, 25. Januar 2018 - Versucht man Produkte an die „Jungen“ zu bringen, ist guter Rat teuer. Denn keine der früheren Generationen tummelte sich auf so vielen Vertriebs- und Kommunikationskanälen wie die heutigen „Digital Natives“ der Generationen X und Y. Bei den abgefragten Elektronikmarken lässt Sony im Top-Marken-Ranking bei den bis 25-Jährigen Apple hinter sich. Und obwohl Coca-Cola mit einer einzigartig hohen ungestützten Bekanntheit aufwarten kann, belegt der Brand nur Rang sechs der Top-/Flop-bewerteten Getränkemarken, weit abgeschlagen hinter Evian. Diese und weitere spannende Erkenntnisse zeigen die Resultate der aktuellen Jugendstudie von Marketagent.com Schweiz bei 1'000 Schweizerinnen und Schweizern im Alter von 14 bis 25 Jahren.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die heutige junge Generation für den Handel schwieriger zu fassen ist, als irgendeine zuvor. Dennoch kann es sich nur eine sehr geringe Anzahl Firmen leisten, sie „aussen vor“ zu lassen. Doch welche Brands haben es geschafft, sich in den Köpfen ihrer jungen Käufer zu verankern und welche geniessen besondere Sympathien?

Gefragt, welche Marken ihnen spontan zu den Kategorien Lebensmittel, Getränke und „andere Marken“ in den Sinn kommen, ergaben sich bei den rund 1'000 Respondenten im Alter von 14 bis 25 Jahren folgende Top-10-Rankings:

Bei den Lebensmittel-(Dach-)Marken dominieren auf dem Siegereppchen die Schweizer Brands. Am häufigsten werden ungestützt die Migros (25%), Nestlé (21%), Coop (17%) und Zweifel (13%) genannt, gefolgt von Barilla (10%), Lindt (9%), Knorr (7%), Kellog's, Alnatura und Dr. Oetker (je 6%).

Bei den Getränkemarken hingegen hat das Unternehmen Coca-Cola die Nase vorn, welches mit vier ihrer Produkte unter den Top-10-Plätzen zu finden ist: Auf dem ersten Platz mit dem gleichnamigen Sprudelgetränk (64% ungestützte Nennungen), mit Fanta (36%) und Sprite (28%) auf den Rängen 2 und 3 sowie Valser (gemeinsam mit Lipton und Pepsi mit je 12%) auf Rang 8. Rivella bietet dem internationalen Giganten als erstes Schweizer Unternehmen auf Rang 4 die Stirn mit 21 Prozent ungestütztem Recall, gefolgt von Nestea, Redbull und Evian mit je 16 Prozent.

Zweifel und Lindt bei den Jungen „Top“, Huawei und HTC „Flop“

Die Jungen beurteilen zudem rund 100 Marken - eine Mehrheit davon Schweizer Brands - aus den Kategorien Lebensmittel, Getränke und „Diverse“ auf ihren „Top oder Flop“-Faktor. Bei diesem reaktionszeitbasierten Verfahren wird spontan und innerhalb von max. 2 Sekunden bewertet, ob die gezeigte Marke Top oder Flop ist. Durch eine sehr schnelle Beurteilung lassen sich unbewusste Sympathien oder Ablehnungen aufzeigen, die sich aus den Eindrücken und Erfahrungen mit der Marke gebildet haben (Werbung, PR, Empfehlungen, Produktnutzung etc.).

Von 32 abgefragten Lebensmittelmarken verzeichneten die höchsten positiven Affinitätswerte (Topwerte – Flopwerte) die Marken Zweifel und Lindt (71%), gefolgt von Toblerone (69%), Cailler (64%) und Ricola (60%), sowie M Classic (57%), Chocolat Frey (54%), Kägi (52%), Hello (51%) und Budget (49%).

Bei den beurteilten 32 Getränkemarken zeigte Evian (68%) die besten Werte vor Rivella (62%), Valser (61%), Ovomaltine (56%), Nestea (52%), Coca Cola (48%), Starbucks (69%), Michel, Ramseier und Capri Sonne (je 66%) oder Emmi Caffè Latte und Henniez (je 65%).

Interessant ist bei den 36 „anderen Marken“ insbesondere der Vergleich der fünf abgefragten Elektronik-Marken untereinander: Sony verzeichnet bei den Jungen die höchsten Netto-Sympathien (53%) und läuft damit Samsung (49%) und Apple (42%) den Rang ab. Huawei (-10%) und HTC (-14%) hingegen bedürfen einer massiven Charme-Offensive, um die junge Konsumentengruppe zu überzeugen.

Für weitere Fragen

Jürg Gujan

T: 043 555 06 50

M: 076 521 61 73;

E: j.gujan@marketagent.com

Die Studie wurde vom 7. – 16. November 2017 bei 1'001 Web-aktiven Deutsch- und Westschweizern im Alter von 14 – 25 Jahre durchgeführt. Neben offenen und geschlossenen Fragen wurden rund 100 Marken (Liste im Anschluss) per reaktionszeitbasierter Messmethode überprüft.

Marketagent.com Schweiz ist ein auf quantitative Online-Forschung spezialisiertes Forschungsinstitut und Mitglied des Vsms – Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher und verfügt über ein ISO zertifiziertes Befragungspanel von 53'000 Schweizerinnen und Schweizer.

Liste der 100 abgefragten Marken

Lebensmittel

- Bell
- Bischofszell
- Cailler
- Chocolat Frey
- Familia
- Farmy
- Frisco
- Gala
- Gerber
- Halter
- Hello
- Hero
- Hirz
- Hug
- Kägi
- Kambly
- Läderach
- Lindt
- M Budget
- M Classic
- Munz
- Prix Garantie
- Qualité & Prix
- Roland
- Ragusa
- Ricola
- Snacketti
- Suchard
- Sugus
- Toblerone
- Zweifel
- Stalden

Getränke

- Biotta
- Calanda
- Caotina
- Capri Sonne Coca Cola
- Delizio
- Emmi Caffè Latte
- Eve
- Evian
- Feldschlösschen
- Flauder
- Gazosa
- Heineken
- Henniez
- Incarom
- Innocent
- Latesso
- Möhl
- Michel
- Nespresso
- Nesquik
- Nestea
- Ovomaltine
- Pepsi
- Ramseier
- RedBull
- Rimuss
- Rivella
- Sommersby
- Starbucks
- Swizly
- Valser

Diverse

- Brack
- digitec
- Fust
- Interdiscount
- melectronics
- Media Markt
- Salt
- Sunrise
- Swisscom
- Quickline
- UPC
- Apple
- Coop Mobile
- HTC
- Huawei
- M Budget Mobile
- Sony
- Axe
- Samsung
- exlibris
- Orell Füssli
- Garnier
- I am
- Import Parfümerie
- L'Oréal
- Nivea
- Syoss
- Borotalco
- Trisa
- Sigg
- Swatch
- Victorinox
- Athleticum
- Ochsner Sport
- SportXX
- Galaxus
- Siroop
- Axa Winterthur
- Baloise
- Mobiliar
- Zürich Versicherung