

Brand Indicator Switzerland - die erste Markenerhebung unter Einbezug von Influencern

## Die Top-Marken der Zukunft erkennen

**Welche Brands haben gute Chancen, welche Marken werden eher verlieren? Eine neue Methode lässt den zukünftigen Erfolg eines Brands einschätzen. Die Studie «Brand Indicator Switzerland» ist die erste Erhebung, die den künftigen Erfolg von über 200 führenden Schweizer und globalen Marken mit verlässlichen und prognostizierbaren Daten ermittelt. Für diese Erhebung wurde neben 1600 Personen aus der Gesamtbevölkerung, das erste Mal auch 280 Influencerinnen und Influencer aus der Top-Liga befragt.**

Der «Brand Indicator Switzerland» (BIS), den der renommierte Werber Frank Bodin, die Insight-Plattform deeprue und die Social-Influence-Agentur Kingfluencers zusammen entwickelt haben, beinhaltet zwei Innovationen: Die meisten Markenstudien konzentrieren sich auf die Parameter wie Vertrauen oder Image. Der soeben veröffentlichte BIS misst hingegen zwei Markenfaktoren, die für den tatsächlichen Erfolg eines Brands ausschlaggebend sind; nämlich die Relevanz und die Emotionalität.

Während die meisten Markenstudien die Gegenwart abbilden, offenbart der «Brand Indicator Switzerland» auch einen Ausblick in die Zukunft. Dies, indem die Meinung der Gesamtbevölkerung, der Betrachtungsweise von Influencern gegenübergestellt wird. Weil Influencerinnen und Influencer der Zeit voraus sind und ihre Follower konstant beeinflussen, ist die Meinung dieser Influencer ein guter Indikator, um den künftigen Erfolg oder Misserfolg von Marken bzw. Branchen vorherzusagen.

Die digitalen Beeinflusser eignen sich als verlässliche Trendbarometer, weil sie dank ihrer vorausschauenden Natur und ausgeprägten Markensensibilität die sozialen Medien täglich nutzen, um sich bei der «normalen» Bevölkerung immer mehr Gehör zu verschaffen. Influencer sind trendbewusst und jobbedingt sehr nahe an Marken. Sie spiegeln oft auch eine etwas jüngere und mehr zukunftsorientierte Sichtweise wider. Die 280 befragten Social-Media-Virtuosen wurden für den BIS anonym befragt, damit sie für die Studie wirklich unabhängig agieren konnten.

## Die Zukunft wird digitaler sein

Schweizerinnen und Schweizer lieben helvetische Traditionsmarken: Abgesehen von Spitzenreiter WhatsApp sowie YouTube und Google, sind die Swiss-Brands Migros, Coop, Lindt, Toblerone, Zweifel, Ricola, Ovomaltine, Emmi und Rivella allesamt in den Top-16 vertreten. Die Zukunft dürfte allerdings anders aussehen; mehr und mehr werden sich digitale Marken auf die Spitzenplätze vordrängen und traditionelle Stars von heute verdrängen. Überhaupt fällt auf, in welcher Geschwindigkeit neue Marken wie Netflix oder Spotify immer wieder die Welt und damit auch die Schweiz erobern. Frank Bodin dazu: «Analysiert man die Alterssegmente, ist festzustellen, dass durch die Schweizer Gesellschaft bei den ungefähr 30-Jährigen heute ein "digitaler Graben" verläuft; dieser junge Bevölkerungsteil wird in den kommenden Jahren vermehrt Führungsrollen übernehmen und die Markenlandschaft somit fundamental verändern.»

## **Handlungsempfehlungen für das moderne Marketing**

Ziel des «Brand Indicator Switzerland» ist weniger ein Ranking, sondern viel mehr den Markenverantwortlichen ein Instrument in die Hand zu geben, das ihnen hilft, die richtigen Entscheidungen zu treffen: Aus den Ergebnissen der umfangreichen Studie lassen sich konkrete Handlungsempfehlungen für das Marketing und die Kommunikation ableiten. Insgesamt wurden 240 Consumer-Brands aller Branchen in die Studie integriert und ausgewertet. Der BIS zeigt welche Marken bei den Influencern relevant und beliebt sind und welche Brands sich in Zukunft deshalb eher besser oder schlechter entwickeln werden.

## **Studie fördert weitere wichtige Erkenntnisse zutage**

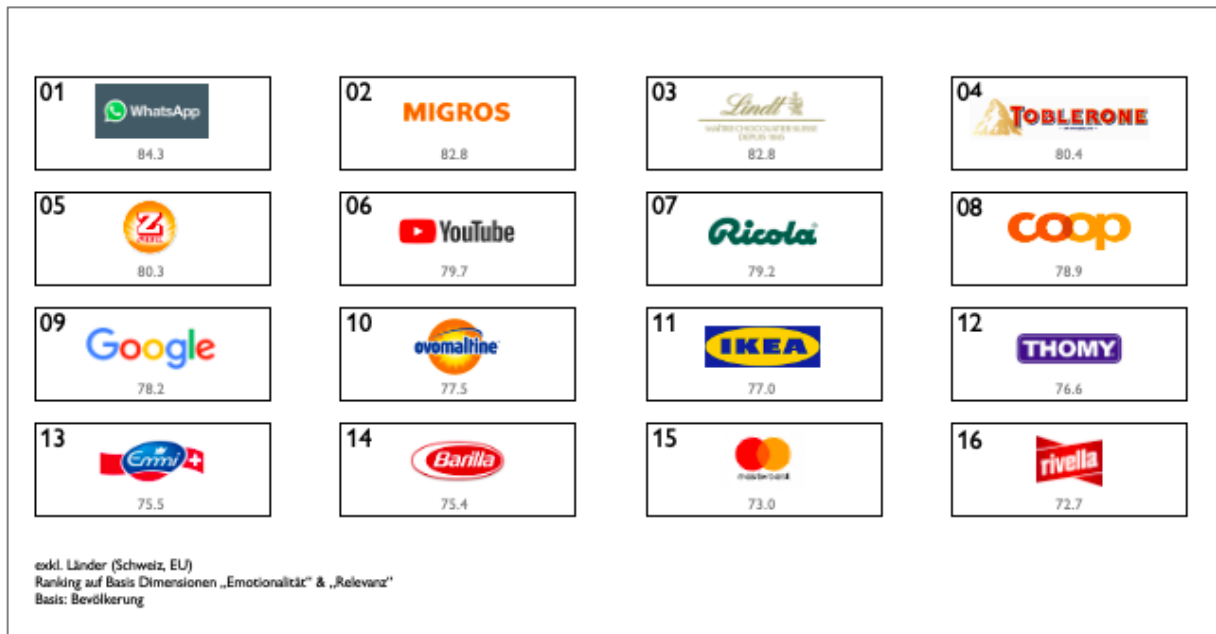
Basierend auf den Meinungen sowohl der befragten Konsumentinnen und Konsumenten als auch der interviewten Influencer, deckt die Studie eine Reihe weiterer wertvoller Erkenntnisse auf. So gibt der BIS Hinweise darauf, dass einige Marken und Branchen sich schon heute in einem Wandel befinden. Wie stark es Marken gelingt, sich zu differenzieren und sich dereinst vorne an der Spitze oder eher als Schlusslicht zu positionieren, wird durch die BIS-Ergebnisse ebenfalls gezeigt.

Mithilfe des «Brand Indicator Switzerland» ist es für Markenverantwortliche nun möglich, sofort zu reagieren. Beispielsweise mit einer besseren Kommunikation, welche die Emotionalität eines Brands besser herauschält und somit das öffentliche Image der Marke verbessert.

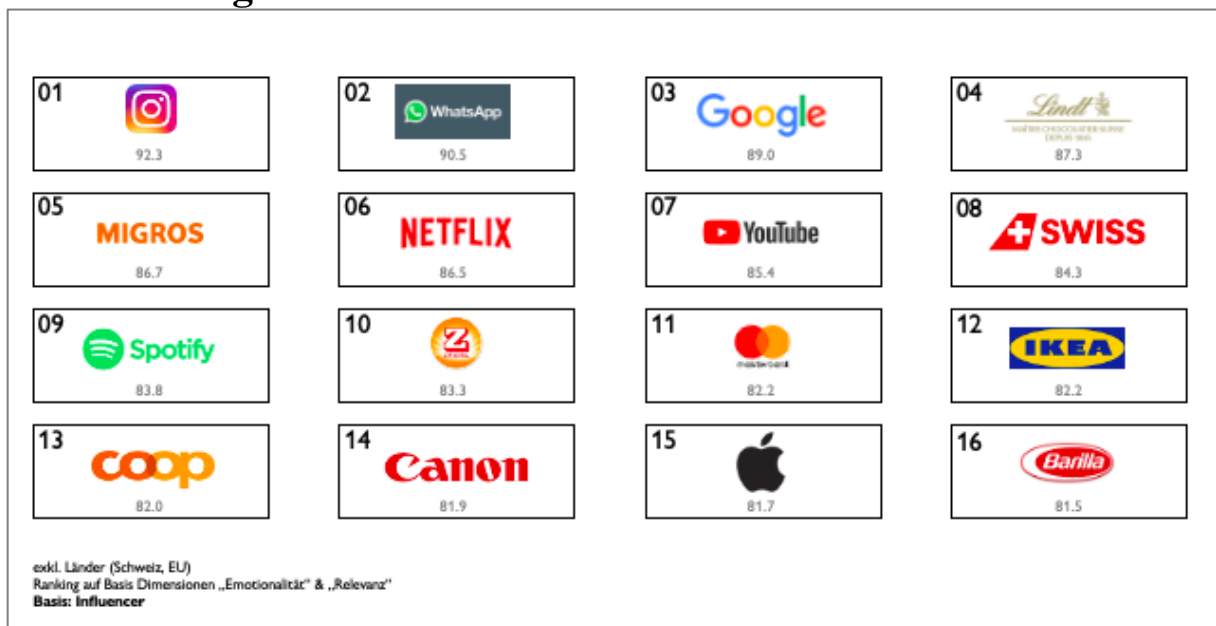
## **Beispiel Telekommunikationsbranche**

Der BIS zeigt nicht nur auf, wie sich die Marken individuell entwickeln, sondern weist auch auf interessante Branchendynamiken hin und misst den Grad, wie sich die Branchenakteure voneinander differenzieren. Als ein Beispiel sei hier die Telecom-Branche aufgeführt. Dort haben die Swisscom und auch Sunrise klar die Nase vorn. Die Marktstellung von UPC wie auch Salt ist trotz allen Bemühungen weniger herausragend. Eher schwach - in den Augen der Gesamtbevölkerung und der Influencer - schneiden die Marken für ein junges Zielpublikum, wie Wingo oder Yallo, ab; ihnen gelingt es nicht einmal bei einem jungen Publikum zu punkten. Ohne fundamentale Bemühungen der Markenverantwortlichen ist es möglich, dass diese Brands, was ihre Wettbewerbspositionen bzw. Marktanteile betrifft, es eher schwierig haben dürften in Zukunft.

## Die aktuellen BIS-Power-Brands in der Bevölkerung



## Die zukünftigen BIS-Power-Marken der Influencer



# Die aktuellen Top-100 der BIS-Power-Brands

Bevölkerung		Bevölkerung		Bevölkerung		Influencer		Influencer		Influencer	
1 WhatsApp	84.3	41 Manor	66.6	81 BMW	59.9	1 Instagram	92.3	41 Swatch	75.4	81 IWC	67.3
2 Migros	82.8	42 Samsung Galaxy S	66.5	82 Siemens	59.7	2 WhatsApp	90.5	42 Mercedes	75.3	82 Aldi Suisse	67.2
3 Lindt	82.8	43 SRF (Radio)	66.5	83 booking.com	59.4	3 Google	89.0	43 Rivella	75.3	83 Nivea	67.1
4 Toblerone	80.4	44 Apple	66.3	84 Rolex	59.2	4 Lindt	87.3	44 Valser	75.3	84 Lufthansa	67.0
5 Zweifel	80.3	45 Miele	66.2	85 Edelweiss	59.1	5 Migros	86.7	45 Tripadvisor	75.1	85 Starbucks	66.7
6 Youtube	79.7	46 Gillette	66.2	86 Swarovski	58.8	6 Netflix	86.5	46 Air BnB	74.6	86 L'Oréal	66.7
7 Ricola	79.2	47 Naturaplan	65.9	87 Toyota	58.7	7 Youtube	85.4	47 Alatura	73.9	87 Facebook	66.4
8 Coop	78.9	48 H&M	65.6	88 Instagram	58.7	8 Swiss	84.3	48 Samsung	73.8	88 LinkedIn	66.4
9 Google	78.2	49 Schweizer Fleisch	65.4	89 Omega	58.4	9 Spotify	83.8	49 SBB	73.7	89 DHL	66.4
10 Ovomaltine	77.5	50 Dr. Oetker	65.1	90 AXA	58.3	10 Zweifel	83.3	50 Edelweiss	73.2	90 Interio	66.3
11 IKEA	77.0	51 Twint	64.8	91 Feldschlösschen	58.3	11 Mastercard	82.2	51 Emmi	73.0	91 iTunes	66.1
12 Thomy	76.6	52 Evian	64.7	92 24heures	58.1	12 IKEA	82.2	52 Digitec Galaxus	72.9	92 BAG	65.9
13 Emmi	75.5	53 V-Zug	64.6	93 Disney plus	57.5	13 Coop	82.0	53 VW	72.6	93 Estée Lauder	65.6
14 Barilla	75.4	54 Raffelsen	64.3	94 L'Oréal	57.1	14 Canon	81.9	54 Tesla	72.3	94 Electrolux	65.5
15 Mastercard	73.0	55 Swisscom	63.9	95 Garnier	56.9	15 Apple	81.7	55 Omega	72.3	95 Dr. Oetker	65.4
16 Rivella	72.7	56 Dyson	63.9	96 Alatura	56.9	16 Barilla	81.5	56 Nespresso	72.2	96 Karma	65.4
17 Victorinox	72.7	57 Zalando	63.7	97 Nestlé	56.9	17 Ovomaltine	81.2	57 Philips	72.1	97 MAC	65.4
18 Post	72.0	58 SBB	63.5	98 coop@home	56.7	18 Toblerone	81.2	58 Zara	71.9	98 Mobiliar	65.1
19 Adidas	71.9	59 Fairtrade	63.4	99 Skoda	56.6	19 Mövenpick	81.2	59 Pfister	71.9	99 Kantonalbanken	64.8
20 Mövenpick	71.8	60 Electrolux	63.0	100 Le Shop	56.1	20 Nike	81.1	60 Breitling	71.7	100 Amazon	64.7
21 Sony	71.7	61 PayPal	63.0			21 Dyson	81.1	61 Swisscom	71.5		
22 Samsung	71.6	62 k. kiosk	62.9			22 iPhone	80.7	62 Universal	71.2		
23 Nivea	71.2	63 Mercedes	62.9			23 Evian	80.0	63 Swarovski	71.0		
24 Swatch	70.1	64 Audi	62.9			24 Twint	79.9	64 SRF (TV)	70.8		
25 20 Minuten	69.7	65 Fielmann	62.7			25 Ricola	79.9	65 H&M	70.7		
26 Coca-Cola	69.1	66 Bell	62.7			26 Globus	79.6	66 Roger Federer	70.5		
27 Canon	68.7	67 Jura	62.5			27 Sony	79.1	67 Lidl	70.4		
28 Aldi Suisse	68.6	68 Mobiliar	62.4			28 Post	78.5	68 Thomy	70.2		
29 Nike	68.5	69 VISA	62.4			29 Adidas	78.2	69 Coca-Cola	70.1		
30 Valser	68.4	70 Panasonic	62.3			30 Victorinox	78.0	70 Miele	70.1		
31 Netflix	68.1	71 Spotify	62.2			31 Zalando	77.8	71 BMW	69.8		
32 SRF (TV)	68.0	72 Post Finance	61.8			32 Manor	77.7	72 Ochsner Sport	69.6		
33 Bio Suisse	67.6	73 Ricardo	61.6			33 Fairtrade	77.7	73 Ulber	69.4		
34 Swiss	67.5	74 Digitec Galaxus	61.2			34 Rolex	77.7	74 NRJ	69.1		
35 Ochsner Sport	67.4	75 iPhone	61.1			35 Audi	77.0	75 Bucherer	69.0		
36 Nespresso	67.1	76 Kantonalbanken	60.8			36 Naturaplan	76.7	76 TCS	68.4		
37 Philips	66.8	77 VVV	60.7			37 VISA	76.1	77 k. kiosk	68.4		
38 Lidl	66.8	78 Swisscom TV	60.6			38 PayPal	76.1	78 20 Minuten	68.0		
39 TCS	66.8	79 McDonalds	60.2			39 Bio Suisse	75.7	79 SRF (Radio)	67.4		
40 SwissMilk	66.6	80 BAG	60.1			40 booking.com	75.7	80 Panasonic	67.3		

B/S