

swissnessmonitor

## Bedeutung der "Swissness" für die Marke

### zehnvier und DZ Privatbank starten Studie.

Immer mehr Unternehmen betonen ihre Schweizer Herkunft. Ihnen gemeinsam ist das Ziel, die Karte "Swissness" marketingseitig auszuspielen. Aber welchen Erfolg verspricht die Positionierung als Schweizer Marke wirklich? Und welche Bedeutung hat "Swissness" für die Markenpositionierung in verschiedenen Branchen? Um diese Fragen zu beantworten, hat die zehnvier Marketingberatung den swissnessmonitor initiiert.

Der swissnessmonitor soll mehr als nur eine Momentaufnahme bieten: Ziel ist vielmehr die Erfassung längerfristig gültiger Trends und Veränderungen im Verständnis und in der Bedeutung von «Swissness». Aus diesem Grund wird der swissnessmonitor jährlich durchgeführt werden, wie zehnvier mitteilt. Dabei wird jedes Jahr eine ausgewählte Branche besonders vertieft -- in diesem Jahr das Banking. Der swissnessmonitor 2007 wird daher gemeinsam mit der DZ Privatbank Schweiz als Exklusivpartner realisiert.

Die Studie wird in den kommenden Wochen als Online-Befragung durch die zehnvier Marketingberatung durchgeführt. Befragt werden Konsumenten aus der Schweiz und aus Deutschland, so dass auch ein Ländervergleich der Ergebnisse möglich sein wird. Die Resultate des swissnessmonitor 2007 werden fortlaufend kommuniziert, erste Ergebnisse werden im Mai erwartet.

--> Zur **Befragung**.

30 03 2007

[http://www.persoenlich.com/news/show\\_news.cfm?newsid=67028#oben](http://www.persoenlich.com/news/show_news.cfm?newsid=67028#oben)