

Mittwoch, 6. Juni 2007

MARKETING NEWS

swissnessmonitor

Schweizer stehen auf "Swiss Made" Der Reiz der Schweiz ist grösser denn je.

"Swissness" verspricht auch künftig Erfolg. Der Reiz, den Schweiz und Schweizer Angebote auf Konsumenten ausüben, ist grösser denn je. Besonders beliebt sind Schweizer Finanzdienstleistungen, Schweizer Uhren und Schmuck sowie Nahrungs- und Genussmittel aus der Schweiz.

Die Anziehungskraft des Labels "Swiss Made" beschränkt sich dabei keineswegs auf Schweizer Gefilde: auch deutsche Konsumenten bevorzugen in vielen Bereichen Schweizer Produkte und Dienstleistungen. Zu diesen Ergebnissen kommt der aktuelle swissnessmonitor, den die zehnvier Marketingberatung gemeinsam mit der DZ Privatbank Schweiz durchgeführt hat. Im April 2007 wurden dazu 1'069 Konsumenten aus der Schweiz und aus Deutschland online befragt.

Traditionelle Werte bestimmend - moderne Schweiz holt auf

Die Schweiz ist im Hinblick auf ihr Gesamtimage sehr gut aufgestellt. 66 Prozent der Konsumenten haben ein hervorragendes oder sehr gutes Bild von der Schweiz. Damit ist der Reiz der Schweiz seit 2003 sogar noch grösser geworden. Seinerzeit hatten 62 Prozent der Befragten ein entsprechend positives Schweizbild. Nach wie vor bestimmen dabei traditionelle Werte die Konsumentensicht. Mit der Schweiz werden vornehmlich eine schöne Landschaft, Sorgfalt und Genauigkeit sowie Konstanz und Zuverlässigkeit verbunden.

Gleichwohl ist die "moderne Schweiz" auf dem Vormarsch: Heute sind 55 Prozent der Konsumenten der Auffassung, dass die Schweiz für Kreativität und Innovation steht, vor vier Jahren haben lediglich 32 Prozent diesen Standpunkt vertreten. Und während 2003 nur 28 Prozent der Konsumenten in der Schweiz ein weltoffenes Land gesehen haben, so sind dies nun bereits 42 Prozent.

Positive Vorstellungen von der Schweiz haben dabei Schweizer und deutsche Konsumenten. In Deutschland wird die Schweiz allerdings noch deutlicher als «exklusiv» wahrgenommen: Die Schweiz hat für 80 Prozent der deutschen und für 67 Prozent der Schweizer Konsumenten eine Aura von Exklusivität.

Konsumenten ziehen Schweizer Angebote vor

Nicht nur der Schweiz, auch Schweizer Produkten und Dienstleistungen wird von den Konsumenten eine ganze Reihe an positiven Eigenschaften attestiert. Insbesondere überzeugen die Qualität, Langlebigkeit und Verarbeitung der Schweizer Angebote. Dieser insgesamt positive Gesamteindruck schlägt sich unter anderem auch in der Kaufpräferenz nieder: Schweizer Angebote werden von 41 Prozent der Konsumenten normalerweise, von weiteren 41 Prozent zumindest zum Teil beim Kauf bevorzugt.

Der swissnessmonitor zeigt, dass Schweizer Angebote die Verbraucher vor allem in bestimmten Sektoren überzeugen: 55 Prozent der Konsumenten bevorzugen Lebensmittel Schweizer Herkunft, und jeweils 72 Prozent ziehen Schweizer Uhren und Schmuck beziehungsweise Finanzdienstleistungen aus der Schweiz anderen Produkten und Dienstleistungen vor.

Auch in Deutschland stösst das «Swiss Banking» auf positive Resonanz. Fast 60 Prozent der deutschen Konsumenten geben Schweizer Finanzdienstleistungen gegenüber deutschen Angeboten den Vorzug. Im Fall einer grösseren Geldanlage legen die Deutschen ihr Geld am liebsten in der Schweiz an -- und nicht etwa in ihrem Heimatland.

05 06 2007

http://www.persoendlich.com/news/show_news.cfm?newsid=68436#oben