

## **Brand Experience + Trust Monitor 2017: Vertrauen in Marken steigt Sasserath Munzinger Plus und UDG United Digital Group mit repräsentativer Studie von 97 Marken**

- **Trendwende: Marken erobern Vertrauen zurück**
- **Miele auf Platz eins vor dm und Nivea**
- **Lebensmittelhändler punkten bei Brand Experience**

**Berlin/Hamburg, 22. Januar 2018** – [Infografik] Marken gewinnen das Vertrauen der Deutschen zurück: Das zeigt der aktuelle „Brand Experience + Trust Monitor 2017“ von Sasserath Munzinger Plus und UDG United Digital Group, der 97 nationale und internationale Marken untersucht hat. Nach fünf Jahren der Krise, in denen das Vertrauen auf niedrigerem Niveau stabil war, können ganze 84 Prozent der auch im Vorjahr analysierten Brands an Trust zulegen. Die Experience beurteilen die Verbraucher jedoch weniger positiv als im Vorjahr – ein klares Warnsignal.

Die deutschlandrepräsentative Online-Befragung wurde bereits zum zehnten Mal durchgeführt und ist die einzige Studie, die den Zusammenhang zwischen Markenvertrauen (Brand Trust) und Markenerleben (Brand Experience) offenbart.

Im Brand-Trust-Ranking ganz vorne liegt Miele. Dieser Marke vertrauen 65,6 Prozent der Befragten, gefolgt von dm mit 64,6 Prozent und Nivea mit 62,4 Prozent. Es gelingt diesen drei deutschen Brands nicht nur, ihre Spitzenposition aus dem Vorjahr unverändert zu behaupten, sondern sie verbessern sich noch um mindestens zwei weitere Prozentpunkte.

Um einen Rang auf Platz vier steigt Amazon auf, das sich seit seinem Tiefstand von 50,8 Prozent im Jahr 2015 kontinuierlich nach oben arbeitet und 61,9 Prozent Vertrauen erzielt. Dahinter kommt – drei Positionen höher als im Vorjahr - Bosch mit 61,6 Prozent. Die letzten drei Plätze im Gesamtranking belegen Twitter (18,2 Prozent) Air Berlin (16,4) und die Bild Zeitung (11,6).

Das größte Vertrauensplus im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen Microsoft (+14,9 Prozentpunkte), Burger King (+14,8) und Google (+14,2). Deutlich an Trust verlieren hingegen Air Berlin (-9,0) und L'Oréal (-5,7).

### **Lebensmittelhändler werden positiv erlebt**

Während das Vertrauen einen wichtigen Indikator für die Stärke einer Marke darstellt, deckt die Analyse der Brand Experience auf, wie die Deutschen eine Marke über alle Touchpoints hinweg online und offline erleben. Als Kennzahl für die Brand Experience, die auch im Minus sein kann, gilt die Differenz zwischen der Prozentzahl der Befragten mit positiven Erfahrungen und der mit negativen Erfahrungen.

**UDG** United Digital Group GmbH  
Große Elbstraße 279  
22767 Hamburg, Germany

T +49 40 450 69 93 - 0  
F +49 40 450 69 93 - 13

presse@udg.de

Geschäftsführer:

Marcus H. Starke, Peter Horn,  
Dr. Stefan Wegener  
Commerzbank  
Konto: 624 517 900  
BLZ: 200 400 00  
IBAN: DE80 2004 0000 0624 5179 00  
BIC: COBADEFFXXX

Amtsgericht Hamburg  
HRB 71044  
USt-IdNr. DE 267 748 641

Bei der Brand Experience kann dm die Topplatzierung aus dem Jahr 2016 halten und belegt mit 63,6 Prozentpunkten Rang eins. Auf Position zwei folgt – einen Platz gestiegen – Amazon mit 63,3 Prozentpunkten, auf drei PayPal mit 57,3 Prozentpunkten. Der 2017 zum ersten Mal bewertete Zahlungsdienstleister schafft, woran viele (ebenfalls digitale) Anbieter von Finanzservices scheitern: die Bedenken der Deutschen in Bezug auf ihre Daten auszuräumen, ein positives Markenerleben zu kreieren und sich dadurch großes Vertrauen zu erarbeiten. Schlusslichter in puncto Experience-Qualität sind Air Berlin (-34,8 Prozentpunkte), Bild-Zeitung (-19,5) und VW (-1,7).

Auffallend ist das gute Abschneiden der Lebensmittelhändler: Unter den zehn Marken mit der besten Brand Experience befinden sich mit Aldi auf Platz vier (54,4 Prozentpunkte), Rewe auf fünf (54,3), Lidl auf sechs (53,5) und Edeka auf zehn (49,3) gleich vier Vertreter dieser Branche.

### **Warnsignal: Brand Experience sinkt**

Da sich das Erleben sofort in der Beurteilung der Brand Experience niederschlägt, Vertrauen jedoch langfristig gebildet wird, muss es als Warnsignal gelten, wenn sich die Brand Experience im Vorjahresvergleich verschlechtert. Und dies ist 2017 der Fall: Im Durchschnitt aller abgefragten Marken sinkt sie sogar um fünf auf 27 Prozentpunkte. Unter den Top 15 der Brand Experience können im Vergleich zu 2016 nur fünf Marken das Erleben verbessern: Samsung (+14,9 Prozentpunkte), Microsoft (+10,1), Lidl (+1,6), Aldi (+1,5) und Amazon (+1,5). Alle anderen verbuchen zum Teil herbe Verluste. Unternehmen sollten deshalb die Brand Experience an jedem einzelnen Touchpoint genau beobachten und fortwährend optimieren, um auch zukünftig das Vertrauen der Verbraucher zu genießen.

### **Für die Redaktionen:**

Die Ergebnisse des „Brand Experience + Trust Monitor“ mit der Rangliste der Top-15-Marken sind in einer Infografik anbei dokumentiert.

### **Über SASSERATH MUNZINGER PLUS**

Sasserath Munzinger Plus ist eine strategische Markenberatung, die mit führenden und ambitionierten Marken wie Bahlsen, L'Oréal, Deutsche Telekom, Deutsche Bank, Penny/ REWE Group, Nürnberger Versicherung, hy!/, Axel Springer Plug & Play, betterplace.org und dem FC St. Pauli arbeitet.

Unsere Handlungsfelder:

- + Wir entwickeln Marken und machen sie erlebbar: von groß bis klein, hier und weltweit.
- + Wir gestalten Veränderung: von Innovation bis Transformation.
- + Wir fördern Unternehmertum: in Organisationen, Startups und in uns selbst.

Weitere Informationen: [www.sasserathmunzingerplus.com](http://www.sasserathmunzingerplus.com)

Folgen Sie uns auf Facebook: [facebook.com/sasserathmunzingerplus](https://facebook.com/sasserathmunzingerplus)

Twitter <https://twitter.com/MarkenTweets> oder SlideShare

### **Über UDG United Digital Group:**

*United to grow Leaders in a Digital World.* Als Digitalagentur aus elf führenden Spezialisten in 2011 geboren, hat sich UDG United Digital Group in einem dynamisch, kundenzentrierten und technologischen Marktumfeld zu einem Unternehmen für *Creative, Brand, Tech, Business* transformiert – die führende Full-Service-Agentur in DACH.

Unser Spielfeld ist die Digitalisierung. Unsere DNA ist digital.

Unser Denken ist von Kreativität getrieben - im Fokus: die Marke, die wir für unsere Kunden auf Basis der neuesten Technologie über die ganze Bandbreite der vorhandenen Disziplinen hochperformant inszenieren und zum erfolgreichen Wachstum und damit im Ergebnis zum Geschäftserfolg führen.

Mit dieser ganzheitlichen Expertise und Spezialisierung in den Bereichen Experience, Technology, Performance, Communication und Consulting vereinen wir für unsere Kunden so alle Services in einer Agentur. Höchst innovativ, sowohl in der Breite als auch Tiefe. Als führender Partner für die Digitale Transformation unterstützen wir entlang der gesamten Customer Journey bei der Markenführung - technologisch und kreativ exzellent - und entwickeln mit unserer Strategieberatung neue, digitale Geschäftsmodelle und Absatzwege.

Unsere Exzellenz ist durch den Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) zertifiziert: Mit der „Trusted Agency Zertifizierung“ als Full-Service-Agentur oder auch in den Disziplinen SEO, SEA, Affiliate Marketing und Social Media sind wir als einzige Agentur mit fünf Zertifikaten ausgezeichnet.

Unsere Wurzeln liegen in Europa. Wir denken global und begleiten unsere Kunden international.

Von unserer Expertise profitieren namhafte Kunden und Global Player wie ALDI SÜD, Bitburger, Bosch, EWE, Huawei, Porsche, Telefonica, Teva/ratiopharm, ThyssenKrupp Steel Europe, Volkswagen und viele mehr.

Einmalig ist auch unser Location-Konzept: UDG United Digital Group ist in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Herrenberg, Karlsruhe, Köln, Mainz, München, Stuttgart/Ludwigsburg sowie in London (UK) vertreten. Eine regionale Präsenz, mit der wir jederzeit und überall in Deutschland nah beim Kunden sind – aber auch dort, wo unsere Talente leben und arbeiten wollen.

Weitere Informationen unter: [www.udg.de](http://www.udg.de)

Blog: [Grenzenlos Digital](#)

Folgen Sie uns auch auf Google+ [plus.google.com/+UdgDe](https://plus.google.com/+UdgDe)

Facebook [facebook.com/UDG.UnitedDigitalGroup](https://facebook.com/UDG.UnitedDigitalGroup)

Twitter [www.twitter.com/UDG\\_DE](https://www.twitter.com/UDG_DE)

### **Medienkontakte:**

#### **Sasserath Munzinger Plus**

Uwe Munzinger

Geschäftsführer

Telefon: +49 30 77 90 777-83

Mail: [um@sasserathmunzingerplus.com](mailto:um@sasserathmunzingerplus.com)

#### **UDG United Digital Group**

Tanja Gabler

Senior Manager PR &

Communications

Mobil: +49 151 46 19 68 60

Mail: [tanja.gabler@udg.de](mailto:tanja.gabler@udg.de)