

Presseinformation

Marken, die Menschen glücklich machen

- Studie wertet 50 Millionen Aussagen im Netz zu rund 1.700 Marken aus

Auszeichnung für 442 Marken, die besonders glücklich machen

Hamburg, den 5. März 2018 – Kaufen macht glücklich: Auf insgesamt 442 Marken trifft dies besonders zu, denn ihre Kunden verbinden damit ein starkes, positives Gefühl. Das ist das Ergebnis der aktuellen Siegel-Studie „Marken, die Menschen glücklich machen“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor im Auftrag von Focus und Focus Money. Die Untersuchung erfolgte in Kooperation mit der International School of Management (ISM). Analysiert wurden rund 1.700 Marken aus 124 Branchen. Unter den glücklich machenden Marken befinden sich Jil Sander im Segment Luxus, aber auch Unternehmen wie H&M im Bereich Mode und Lifestyle.

Entscheidung für eine Marke ist emotionsgetrieben

„Die Auswahl eines Produkts oder einer Dienstleistung erfolgt heute nicht mehr allein aus rationalen Gründen. Kunden suchen bewusst nach einem individuellen, ganz persönlichen Mehrwert“, sagt Jörg Forthmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Lange Zeit konnte dieses Bedürfnis mit sozialem oder ökologischem Engagement bedient werden. Das reicht heute nicht mehr aus. Eine Marke muss emotional ansprechen.“

Marken wie Best Western, Jil Sander und H&M gehören in ihren Segmenten zu den Spitzenreitern

Untersucht wurden die Marken im Hinblick auf Gefühle wie Stolz, Individualität, Vertrauen und Glück. Auf das Eigenheim zu sparen, sollte per se mit positiven Emotionen verbunden sein. Unter den **Bausparkassen** ist die LBS mit deutlichem Abstand die Marke, die am glücklichsten macht. Platz zwei belegt Wüstenrot, gefolgt von der Debeka Bausparkasse. Schwäbisch Hall befindet sich unter den Bausparkassen auf Platz fünf.

Nichts ist schöner als Fliegen. Über den Wolken macht Singapore Airlines von allen untersuchten **Fluggesellschaften** am glücklichsten. Iberia folgt mit größerem Abstand auf Platz zwei. Die deutsche Fluggesellschaft Lufthansa belegt den fünften Platz.

Wieder am Boden angekommen, ist Best Western die **Hotelkette**, bei der man sich glücklich bettet. Es folgen Le Méridien (Platz zwei) und

Radisson (Platz drei). Auch Hotels im mittleren Preissegment sind mit positiven Emotionen verbunden: B&B Hotels belegen von allen untersuchten Hotelketten Platz vier.

Unter den Herstellern von **Haushaltsgeräten** ist Philips die Marke, die die stärksten Glücksgefühle auslöst, dicht gefolgt von Liebherr. Miele befindet sich auf dem dritten Platz.

Im Segment **Luxus** belegt Jil Sander den ersten Platz der Marken, die glücklich machen. Michael Kors folgt auf Platz zwei, Tiffany ist drittplatzierte Marke.

Etwas preiswerter, aber nicht weniger Glück auslösend ist Mode von H&M. Die Marke ist Spitzenreiter im Bereich **Mode und Lifestyle**. Platz zwei belegt die Yoga- und Sportmodemarke Lululemon, gefolgt von s.Oliver.

*Datengrundlage:
50 Millionen
Nennungen im Web*

Für die Studie „Marken, die Menschen glücklich machen“ wurden vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 rund 50 Millionen Nennungen der etwa 1.700 untersuchten Marken aus 124 Branchen gesammelt, ausgewertet und den Kategorien Vertrauen, Glück, Individualität oder Stolz zugeordnet. Die Methodik des Social Listening erfasst Nachrichtenportale, Blogs und Social Media, die eine deutsche Internetadresse haben und frei zugänglich sind. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzte die Benchmark. Ausgezeichnet wurden Marken, die mindestens 70 Punkte in der Gesamtwertung erreichten und über mindestens 20 Nennungen im Beobachtungszeitraum verfügten.

Partner der Studie

Faktenkontor hat die Studie im Auftrag von Focus und Focus Money erstellt. Die International School of Management (ISM) hat die Studie wissenschaftlich begleitet, Ubermetrics und Valuescope haben das Crawling und die Künstliche Intelligenz bereit gestellt.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de