

Größte Markenstudie der Welt

350.000 Befragte



n=3.704 in Österreich

31 Länder



1.800 erhobene Marken



22 Branchen



Erhebungszeitraum: 2. Halbjahr 2018

* Der Meaningful Brand Index ergibt sich aus der Summe der Brand Equity sowie der funktionalen, persönlichen und kollektiven Vorteile.

Was bedeutet „meaningful“?

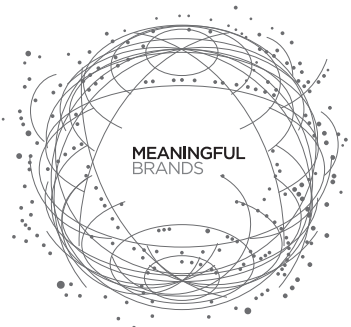
Meaningful Brands entsprechen Bedürfnissen auf 3 Ebenen

Funktionale Vorteile

Hält ein Produkt, was es verspricht?

Kollektiv-soziale Vorteile

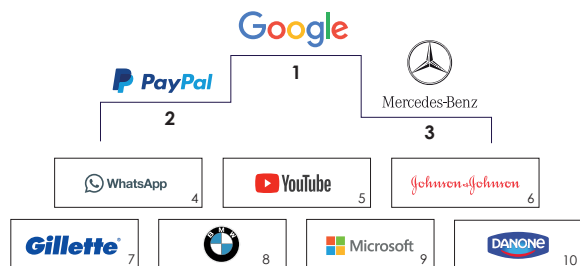
Was ist ihre Rolle in der Gesellschaft?



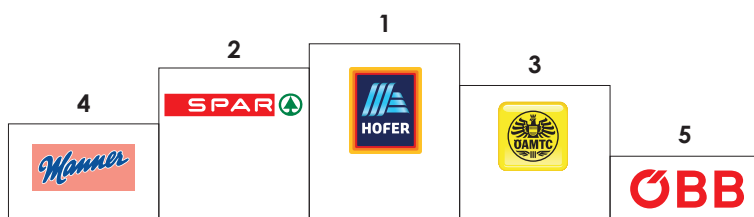
Persönlich-individuelle Vorteile

Wie verbessern Marken das Leben der Konsumenten?

Die Top 10 Meaningful Bands® global 2019



Diese Marken haben lt. Meaningful Brands Studie die größte Bedeutung in Österreich*



Diese Marken haben lt. Meaningful Brands Studie die höchsten funktionalen Vorteile

Hält ein Produkt, was es verspricht?



Diese Marken haben lt. Meaningful Brands Studie die höchsten persönlich-individuellen Vorteile

Wie verbessern Marken das Leben der Konsumenten?



Diese Marken haben lt. Meaningful Brands Studie die höchsten kollektiv-sozialen Vorteile

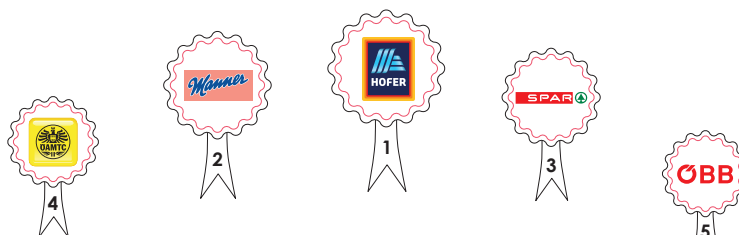
Was ist ihre Rolle in der Gesellschaft?



Das muss guter Markencontent können, damit die Marken den Kunden etwas bedeuten



Diese Marken haben lt. Meaningful Brands Studie die höchste Brand Equity



Brand Equity basiert auf Kauf, Wiederkauf, Empfehlung und generellem Eindruck einer Marke