

# Kriterien für die Zukunftsfähigkeit von Marken

## Die Werte im Überblick

VERTRAUEN, VERLÄSSLICHKEIT	92 %
KUNDENORIENTIERUNG	91 %
RELEVANZ	81 %
LEISTUNGSVERSPRECHEN	80 %
HALTUNG/LEITBILD	74 %
DIFFERENZIERUNG	71 %
TOP-QUALITÄT	66 %
EMOTIONALISIERUNG	61 %
FASZINATIONS-KRAFT	61 %
DIALOGFÄHIGKEIT	56 %
INNOVATIONSFÄHIGKEIT	53 %
TRANSPARENZ	51 %
WERTEGEMEINSCHAFT	46 %
ADAPTIONSFÄHIGKEIT	41 %
UBIQUITÄT/VERFÜGBARKEIT	40 %
KONTINUIERLICHE VERÄNDERUNG	33 %
HERKUNFT	17 %
MARKENGRÖSSE	9 %

UNABDINGBAR

WICHTIG

NUR FÜR EINZELNE BRANCHEN

## Beurteilung nach Alter

	Total	Alter bis 49 Jahre	Alter 50 Jahre und Älter
<b>BASIS (N = 100%)</b>	<b>139</b>	<b>95</b>	<b>44</b>
VERTRAUEN / VERLÄSSLICHKEIT	92	90	98
KUNDENORIENTIERUNG	91	91	93
RELEVANZ	81	79	86
LEISTUNGSVERSPRECHEN	80	80	80
HALTUNG / LEITBILD	74	72	80
DIFFERENZIERUNG	71	66	80
DIALOGFÄHIGKEIT	56	62	43
INNOVATIONSFÄHIGKEIT	53	47	66