



A Reader's Digest „Európai Megbízható márkák 2009” felmérésének eredményei

Sajtóanyag
2009. április 1.

Válság idején kulcsszó: a bizalom

A Reader's Digest „Európai Megbízható márkák 2009” felmérése idén több meglepő következtetésre jutott. Például arra, hogy a magazin közép-kelet európai olvasói a nyugat-európaiaknál jóval kevésbé bíznak a multinacionális cégekben, a bankokban és az EU-ban, viszont náluk megbízhatóbbnak tartják az internetet. A mi régióinkban a nyugat-európainál kisebb az orvosok és a jogászok respektusa. A kormányában és politikusaiban az összes megkérdezett több mint a fele kevésbé bízik, mint öt éve. A legmegbízhatóbb márkák sorrendje alig módosult.

Válság idején az erős márkáknak van nagyobb esélyük a túlélésre, sőt akár a növekedésre is, a bizalom elvesztése pedig akár végzetes is lehet. Különösen fontossá válik tehát annak megállapítása, melyek a legmegbízhatóbb márkák. A valaha is folytatott egyik legnagyobb fogyasztói felmérésből kiderül, hogy a Reader's Digest magazin európai olvasói 2009-ben is a korábban nyertes márkákat tartották a legmegbízhatóbbnak.

A pénzügyi és gazdasági válság jelei többnyire még nem mutatkoznak közvetlenül a Reader's Digest felmérésének eredményeiben, hiszen a válaszadók a kérdőíveket 2008 augusztusa és októbere között töltötték ki, amikor még nem bontakozott ki a recesszió. Egyetlen kivétel van: az Egyesült Királyság lakóit 2008. december 1. és 10. között online kérdezték meg, de az eredményeket még ez sem módosította jelentős mértékben.

A legmegbízhatóbb márkák sorrendje alig változott Európában ez elmúlt öt évben, abban a húsz közös kategóriában, amelyet mind a 16 országban vizsgált a felmérés. Az első két helyen továbbra is toronymagasan a **Nokia és a Nivea** áll, előbbi a felmérés 2000-es kezdete óta minden egyes évben, minden egyes országban az első helyre került. A **Nivea** idén is mind a 16 európai országban tarolt. Megőrizte pozícióját a **Visa**, amely a 16-ból 14 országban nyert. Ahol nem, azok közül az egyik Magyarország: nálunk a **Mastercard** győzött. A **Canon** 13 országban lett az első,

éppen úgy, mint egy éve. A „gabonapelyhek” kategóriájában a **Kellog’s** a domináns, kivéve Portugáliát és a közép-kelet európai országokat, ahol ötből négyben a **Nestlé** vezet. Magyarország lóg ki a sorból, ahol ebben a kategóriában a **Cerbona** az abszolút nyertes.

Európai összesítésben **nem volt egyforma a nyertes márkák száma** a különböző kategóriákban. Például a gabonapelyheknél összesen három márkát neveztek meg a tizenhat ország válaszadói, autók esetében már nyolcat, vitaminok estében pedig tizenkettőt. A lista végén a biztosító társaságok (14 márka), a bankok (15), a benzinkutak (15) és az internetszolgáltatók (16!) állnak.

A legtöbb helyi márka az „utazás”, a „pénzügy”, a „mobilszolgáltatók” és az „internetszolgáltatók” kategóriában került az élre. A két elsőnek említett kategóriában számos helyi márkát tartalmaz a rangsor, a mobilszolgáltatóknál pedig csak két országban került az első helyre olyan globális márka, mint a **Vodafone**, az **Orange** vagy a **T-Mobile**. A „leglokálisabb” kategória az internetszolgáltatóké, ahol minden országban a hazai szolgáltató kapta a legtöbb szavazatot.

Az „Európai Megbízható márkák 2009” listája a következő:

Márkák*	Országok száma**	
	2009	2008
Nivea (bőrápolás)	16	16
Nokia	16	16
Visa	14	14
Canon	13	13
Kellog’s	10	10
HP/HP Compaq	9	7
Ariel	6	6
Miele	6	6
Nestlé	5	5
Nivea (kozmetika)	5	5
Aspirin	4	3
Avon	4	5
Centrum	4	3
Dell	4	3
VW	4	4
Yves Rocher	4	3
Mercedes	3	3
Pantene	3	3
Persil	3	3
Toyota	3	3
Vick	3	2

* Azok a márkák, amelyek a Reader's Digest európai olvasóinak szavazatai alapján több mint három országban az első helyre kerültek.

** Azoknak az országoknak a száma, ahol az illető márka az első helyre került.

A magyarok által a legmegbízhatóbbnak tartott márkák a húsز közös kategóriában, 2009-ben és az előző négy évben:

Kategória	2009	2008	2007	2006	2005
Autó	Opel	Opel	Opel	Opel	Opel
Konyhai gép	Zanussi	Zanussi	Zanussi	Whirlpool	Whirlpool
Személyi számítógép	HP	Lenovo	Lenovo	IBM	IBM
Internetszolgáltató	T-Online (T-Home)	T-Online	T-Online	T-Online	Axelero
Mobiltelefon (készülék)	Nokia	Nokia	Nokia	Nokia	Nokia
Mobiltelefon (szolgáltató)	T-Mobile	T-Mobile	T-Mobile	T-Mobile	-
Fényképezőgép	Canon	Canon	Canon	Canon	Canon
Utazási iroda	Ibusz	Ibusz	Ibusz	Ibusz	Ibusz
Bank	OTP Bank	OTP Bank	OTP	OTP	OTP
Hitelkártya	Mastercard	Mastercard	Mastercard	Mastercard	Visa
Biztosító	Allianz	Allianz	Allianz	Allianz Hungária	Allianz Hungária
Benzinkút	Mol	Mol	Mol	Mol	Mol
Megfázás elleni gyógyszer	Coldrex	Neo Citran	Coldrex	Neo Citran	Coldrex
Fájdalomcsillapító	Algopyrin	Algopyrin	Algopyrin	Algopyrin	Algopyrin
Vitamin	Béres Csepp	Actival	Béres Csepp	Béres Csepp	Béres Csepp
Hajápolás	Schauma	Schauma	Head & Shoulders	Avon	Avon
Dekorkozmetikum	Avon	Avon	Avon	Avon	Avon
Bőrápolás	Nivea	Nivea	Nivea	Nivea	Nivea
Mosópor	Ariel	Ariel	Ariel	Ariel	Ariel
Gabonapehely	Cerbona	Cerbona	Nestlé	Cerbona	-

A legmegbízhatóbb magyar márkák

A húsз közös kategória mellett minden ország lehetőséget kapott arra, hogy egyedileg is felállítson egy sorrendet azokból a márkákból, amelyek az adott országban ismertek, és amelyek nem szerepeltek a közös kategóriákban. A kategóriák számát nem határozták meg; 4 (Svédország) és 18 (Egyesült Királyság) között változott. A 16 országban összesen 80 különböző termékkategóriára érkeztek szavazatok.

A magyarok listáján a következő 15 márka szerepelt:

Kategória	Márka
Ásványvíz	Szentkirályi
Gyümölcslé	Sió
Tea	Lipton
Kávé	Douwe Egberts Omnia
Sör	Borsodi
Csokoládé	Milka
Tejdesszert	Danone
Gyorsfagyasztott élelmiszer	Iglo
Élelmiszer-áruházlánc	Tesco
Állateledel	Pedigree
TV- csatorna	RTL Klub
TV-készülék	Samsung
Háztartási kisgép	Philips
Hajfesték	Palette
Dezodor	Nivea

Mennyire bíznak a fogyasztók a különböző foglalkozást űző emberekben?

A felmérés vizsgálta azt is, milyen a bizalom általános szintje, illetve hogy mennyire bíznak a válaszadók a különböző foglalkozások képviselőiben. Az előbbit illetően nem túl kedvező a kép. Az összes országban az emberek felénél több állította, hogy kevésbé bízik a politikusokban, mint öt éve. Ausztriában 86 százalék volt ezek aránya. **A kormányában az összes megkérdezett 57 százaléka bízik kevésbé az öt évvel azelőttinél**, kivéve az oroszokat, akiknek 37 százaléka a kormánya mellett tette le a voksát. Az emberek több mint felének csökkent a bizalma a reklámokban. Legjellemzőbb ez Németországra, ahol 66 százalék, és Oroszországra, ahol 65 százalék értett egyet ezzel az állítással.

A legjobban, az összes országban, **a tűzoltókban és a pilótákban bíznak, a legkevésbé pedig a politikusokban.** A foglalkozások sorrendjében jelentős különbség van az egyes országokban. Érdekes, hogy míg a taxisofőrökben átlagosan a válaszadók 48 százaléka bízik, Finnországban ez az arány 79 százalék, Csehországban pedig mindössze 19 százalék. **Az újságírókról nem jó a kérdezettek véleménye.** Legrosszabb a hírük az Egyesült Királyságban, ahol mindössze a válaszadók 14 százaléka szavazott bizalmat nekik.

Akikben a legjobban megbíznak a Reader's Digest magazin olvasói 2009-ben

Sorszám	Foglalkozás	Azok aránya, akik megbíznak bennük (százalékban)		Azok aránya, akik nem bíznak meg bennük (százalékban)	
		Európában	Magyarországon	Európában	Magyarországon
1.	Tűzoltók	92	96	3	1
2.	Repülőgép-pilóták	89	95	7	2
3.	Gyógyszerészek	87	92	9	6
4.	Ápolók	85	79	12	18
5.	Orvosok	83	79	14	19
6.	Gazdák	74	80	20	16
7.	Farmerek	72	61	22	35
8.	Rendőrök	62	58	34	39
9.	Meteorológusok	54	71	41	26
10.	Papok/egyházi személyek	52	51	44	45
11.	Bírák	48	54	46	42
12.	Taxisofőrök	48	42	47	53
13.	Ügyvédek	43	43	52	54
14.	Utazásszervezők	35	27	60	69
15.	Pénzügyi tanácsadók	32	42	62	55
16.	Újságírók	27	26	68	71
17.	Szakszervezeti vezetők	22	25	72	71
18.	Futballisták	21	21	73	75
19.	Autókereskedők	16	24	79	72
20.	Politikusok	7	5	89	92

Nagyok a régiós különbségek

Néhány területen szignifikáns különbség érzékelhető a nyugat- és a közép-kelet-európai válaszadók véleménye között. **A nyugat-európai országok válaszadóinak a 48 százaléka megbízik a multinacionális cégekben. Keleten ez az arány 29 százalékos. Mi a bankokkal szemben is bizalmatlanabbak vagyunk:** mindössze 27 százalék bízik bennük, míg Nyugat-Európában ez az arány 44 százalék. (Ne feledjük, a válaszok a gazdasági válság kibontakozása előtt érkeztek!) Keleten az EU-ban is kevesebben bíznak, mint nyugaton: nálunk az átlag 27 százalék, míg Nyugat-Európában 44 százalék. A 16 ország átlaga 39 százalék, ami alacsonyabb az öt évvel korábbinál. A közép-kelet-európai országokban jóval inkább megbíznak viszont az internetben, mint nyugaton: az átlaguk 25 százalék, a nyugatiaké pedig 12 százalék.

Látványos különbségek vannak az egyes foglalkozások megítélésében is. Romániában és Oroszországban az átlagnál (62 százalék) jóval kevésbé bíznak a rendőrökben (28 és 23 százalék), a bírákban (23 százalék) és az ügyvédekben (26 százalék). A lista első öt helyén minden országban ugyanazokat a foglalkozásokat variálják – egy helyen van ez másképp, Oroszországban, ahol a farmerekben és a papokban jobban bíznak, mint a gyógyszerészekben, ápolónőkben és orvosokban. Érdekes, hogy Lengyelországban, Romániában és Oroszországban kevesen bíznak az orvosokban.

Az oroszok 55 százalék szerint megbízhatóak a **futballisták** (az átlag 21 százalék). Különösen nagy a különbség az Egyesült Királysághoz képest, ahol a válaszadóknak csak 7 százaléka ért ezzel egyet. A **finnek kevésbé bíznak a környezetvédőkben, mint öt éve, a románok (30 százalék) és a magyarok (29 százalék) bizalma viszont megnőtt.** Az oroszok több mint 50 százaléka kevésbé bízik az **ENSZ**-ben, ami érdekes kontraszt ahhoz képest, hogy a legtöbb európai véleménye változatlan maradt.

Érdekességek:

- Egyes autómárkák évek óta a legtöbb szavazatot kapják az egyes országokban. Magyarországon és Hollandiában legnépszerűbb az **Opel**, Ausztriában a **VW**, Finnországban a **Toyota**, Portugáliában és Spanyolországban a **Mercedes**, az Egyesült Királyságban a **Ford**.
- Saját kategóriájában 2005 óta soha egyetlen márkának egyetlen országban sem sikerült megelőznie sem a **Nokiát**, sem a **Niveát**.
- A **Canont** majdnem minden országban a legnépszerűbb márkának tartják. Csehországban azonban megelőzte az **Olympus**, Romániában és Spanyolországban pedig a **Sony**.
- A legmegbízhatóbb bankok sorrendje alig módosult az elmúlt öt évben. Mindössze Romániában, Spanyolországban és Svájcban van változás. Magyarországon minden évben az **OTP Bank** lett az első.
- Az összes ország közül egyedül Magyarországon népszerűbb hitelkártya a **Mastercard**, mint a **Visa**, ráadásul 2006 óta.
- Kiemelkedő teljesítmény az idén húsz éves **Cerbonától**, hogy a gabonapehely kategóriában a **Kellog's-on** és **Nestlé-n** kívül egyedülként kapott elismerést.
- A kategóriagyőztesek közül az idén többen kerek évfordulót ünnepelnek. Az **Opel** 110 éves, az **OTP Bank** 60, az **Omnia** 40, a **Cerbona** pedig 20 éves.
- Az **Algopyrin** eddig minden évben az első lett a fájdalomcsillapító kategóriában. A második legtöbb szavazatot a vény nélkül kapható **Algoflex** kapta.

- Van egy szakma, amelynek képviselőiben mindössze a megkérdezettek 1 százaléka bízik Portugáliában. A **politikusokról** van szó.
- A **meteorológusokban** Magyarországon bízunk a leginkább (71 százalék) és Oroszországban a legkevésbé (31 százalék).
- Magyarországon kapták a legtöbb szavazatot az **autókereskedők** (24 százalék), míg a legkevesebbet az Egyesült Királyságban (7 százalék).

A felmérésről

A Reader's Digest **első alkalommal 2001-ben** jelentette meg az „Európai Megbízható Márkák” nevű felmérést, amelynek elsődleges célja annak megállapítása, mely márkákban bízunk leginkább az európai fogyasztók. Emellett vizsgálja azt is, az emberek mennyire tartják megbízhatónak a különböző foglalkozások képviselőit, és mennyire bízunk például az internetben és az EU-ban.

A válaszadókat a Reader's Digest magazin előfizetői közül választják ki. A felmérést Európa 16 országában 14 nyelven végzik. A felmérésben részt vevő országok a következők voltak: Ausztria, Belgium, Cseh Köztársaság, Finnország, Franciaország, Németország, Magyarország, Hollandia, Lengyelország, Portugália, Románia, Oroszország, Spanyolország, Svédország, Svájc, Egyesült Királyság. **2009-ben az eredmények összesen 23.287 válasz összegzése alapján születtek.** A Reader's Digest Magyarországon 10 ezer kérdőívet küldött ki olvasóinak. **A Magyarországra vonatkozó következtetéseket 1224 értékelhető kérdőívből vonták le. A minta reprezentatív volt.**

Szokatlanul nagy volt a válaszadók aránya Németországban; innen származik a válaszok 30 százaléka. A válaszokat súlyozták, tehát emiatt nem torzult a kép. Érdekes azt is megjegyezni, hogy nagyon alacsony volt a 15-19 év közöttiek aránya, úgyhogy az ő válaszaikat – az Egyesült Királyság kivételével - végül kivették a mintából. Az online adatfelvétel miatt itt a fiatalok aránya az átlagnál nagyobb volt a válaszadók között.

Az adatokat 2008 augusztusa és októbere között vették fel. (Kivétel: Egyesült Királyság, ahol tavaly december elején érkeztek a válaszok.)

Az olvasók postán kapták a kérdőíveket – kivéve az Egyesült Királyságban, ahol online megkérdezés folyt. Először arra a kérdésre válaszoltak, mennyire bízunk meg a húsz különböző foglalkozás képviselőiben, majd bejelölték, hogyan változott a bizalmuk színvonala az öt évvel korábbihoz képest 18 foglalkozást és egyes intézményeket illetően, kezdve a reklámoktól egészen az ENSZ-ig. Ezután egy 16 személyiségtípust (8 párt) tartalmazó listáról kiválasztották a pároknak azt az elemét, amely a legjobban jellemzi őket (aktív-passzív, konvencionális-eredeti stb.) majd megnevezték a legmegbízhatóbb márkákat a húsz közös kategóriában. Ezeket egytől ötig terjedő skálán értékelték négy kritérium (minőség, ár-érték arány, jellegzetes arculat, a fogyasztói igények kielégítése) alapján. A „Reader's Digest

Megbízható márka” elismerő címet azok a márkák nyerték el, amelyek a legtöbb szavazatot kapták.

Az elmúlt kilenc évben, mióta folyik a felmérés, jelentősen **megnőtt a nyertes márkák által használható „Reader’s Digest Megbízható Márka” logó ismertsége**. A Reader’s Digest 2006-os felmérése szerint az akkori európai válaszadók 36 százaléka látta a logót a magazinban, 10 százalék pedig valahol máshol.

Kérjük, hogy amennyiben felhasználja az Európai Megbízható márkák 2009. olvasói felmérésének adatait, forrásként a Reader’s Digest-et jelölje meg.

További információ:

*Patai Márta
hirdetési igazgató
Tel.: 66-61-730
E-mail: marta.patai@readersdigest.hu*