

+++ Pressemitteilung vom 04. Dezember 2009 +++

Tägliche Iagemessung „YouGov BrandIndex“

Wahrnehmung der Marke Mercedes Benz leidet unter Streit um C-Klasse-Produktion

Köln, 04. Dezember 2009. Der allgemeine Eindruck, den die Bevölkerung von der Marke Mercedes Benz hat, trübt sich durch die kritische Medienberichterstattung über die Verlagerung des Produktionsstandorts der C-Klasse und durch die damit verbundenen Mitarbeiterproteste in Sindelfingen zunehmend ein. Seit Bekanntwerden der Pläne hat sich der zugehörige Wert der Marke um mehr als zwei Drittel verschlechtert. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse des tagesaktuellen Markenmonitors YouGov BrandIndex

Demnach sank der für den allgemeinen Eindruck der Marke stehende Wert seit dem 26. November 2009 von +67 BrandIndex-Punkten auf inzwischen +20. Damit fiel die Marke innerhalb kürzester Zeit deutlich unter den gemessenen Durchschnittswert der gesamten Automobilbranche. Dieser kletterte im selben Zeitraum von +31 auf +33 BrandIndex-Punkte.

Holger Geißler, Vorstand der YouGovPsychonomics AG, kommentiert die Messwerte: *„Die Marke Mercedes-Benz wird von der Mehrheit der bundesdeutschen Bevölkerung zunehmend kritisch beurteilt. Die Bevölkerung solidarisiert sich offenbar mit dem Anliegen der Arbeiter in Sindelfingen.“*

Dafür sprechen auch die BrandIndex-Daten, die speziell das Arbeitgeber-Image der Marke Mercedes Benz und des Daimler-Konzerns widerspiegeln. Hier liegt die Marke nach wie vor weit über dem Branchendurchschnitt, musste zwischen dem 26. November und dem 03. Dezember 2009 aber Verluste hinnehmen. Mercedes Benz startete mit einem Wert von +67 in diesen Zeitraum, verlor seither aber um etwa ein Drittel und erreicht aktuell +46 BrandIndex-Punkte. Die Werte der Branche fielen zeitgleich von +32 auf +28 Punkte.

Ob sich dieser Negativtrend als längerfristig erweist und auf das Gesamtimage der Marke durchbricht, wie dies beispielsweise in Folge der Schließung des Bochumer Nokia-Werks der Fall war, bleibt abzuwarten. *„Viel hängt jetzt davon ab, wie schnell und ob Mercedes auf die zunehmend negative Stimmung in der Bevölkerung reagieren wird“*, so Geißler.



+++ +++ +++

Über den YouGov BrandIndex:

Der YouGov BrandIndex ist der tägliche Markenmonitor. Auf der Basis einer täglichen Befragung von 1000 Personen ermöglicht dieses forschungsbasierte Tool zur Markenführung tagesaktuelle Imageanalysen von über 500 Marken aus 20 Branchen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.brandindex.de.

Über YouGov:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe aktuell Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland, Österreich und dem Nahen Osten. Darüber hinaus betreibt YouGov weitere Meinungs-Communities in Russland, Polen, Kanada und im Baltikum. In Deutschland wird YouGov durch das Marktforschungsinstitut YouGovPsychonomics vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter www.yougov.com.

Pressekontakt:

YouGovPsychonomics AG

Simon Wolf

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596

E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de