

Medienmitteilung

Roger Federer und DJ Bobo sind die bekanntesten Personenmarken der Deutschschweiz

Zürich, 3. August 2014 – Roger Federer ist nicht nur sportlich, sondern auch aus Sicht der Werber der Grösste: 90% der Deutschschweizer Bevölkerung erkennen ihn an seinem Gesicht und 84% finden ihn zudem sympathisch. Auch sonst sind Sportler dank ihres Images die besseren Werbeträger als Promis aus der Unterhaltungsszene, selbst wenn man deren Gesicht in der Regel besser kennt. So wie DJ Bobo, der mit einem visuellen Erkennungswert von 85% punkto Bekanntheit knapp hinter Federer auf Platz 2 kommt, dessen Sympathiewerte aber eher im Mittelfeld liegen. Dies zeigt die jüngste repräsentative Bevölkerungsumfrage in der deutschen Schweiz von Marketagent.com Schweiz.

Welche Schweizer Berühmtheiten eignen sich am besten als Werbebotschafter? Sind es Sportler oder Stars aus der Unterhaltung? Und wer wird mit welchen Eigenschaften und Produkten in Verbindung gebracht? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der repräsentativen Umfrage, welche das Online-Marktforschungsinstitut Marketagent.com Schweiz in der ersten Junihälfte in der deutschen Schweiz durchführte. An der Befragung mittels Web-Interviews nahmen 1'000 Personen im Alter zwischen 14 und 65 Jahren teil.

Showstars bekannt – Sportler sympathischer

Bei den Sportlern und Ex-Sportlern folgen hinter Roger Federer punkto Bekanntheit der Fussballer Xherdan Shaqiri (56%) und TV-Skiexperte Bernhard Russi (55%) auf den Rängen zwei und drei. Am bekanntesten ist der 22-jährige FC Bayern- und Natispieler vor allem bei den Jungen bis 29 Jahre, während der Abfahrtsolympiasieger von 1972 und -weltmeister von 1974 den 50- bis 65-Jährigen überdurchschnittlich gut in Erinnerung ist.

Damit hinken Shaqiri und Russi punkto visueller Bekanntheit allerdings den prominentesten Vertretern der Musik- und Showszene hinterher. DJ Bobo als die Nummer 1 kommt auf eine Bekanntheit von 85%, das Gesicht von TV-Moderatorin Michelle Hunziker kennen 67% aller Deutschschweizer und bei Komiker Marco Rima sind es 65%. Auch Mundartrocker Gölä liegt mit einer visuellen Bekanntheit von knapp 61% noch vor dem Natifussballer und Ex-Skistar.

Bei den Sympathiewerten liegen allerdings die Sportstars – mit zwei Ausnahmen - vor allen Musik- und Unterhaltungsstars: So empfinden knapp 84% der Bevölkerung in der deutschen Schweiz Roger Federer als „sehr sympathisch“ oder „eher sympathisch“. Der zweitplatzierte Ex-Skirennfahrer Didier Cuche ist mit 82% praktisch gleichauf, der Tennisspieler Stan Wawrinka kommt auf 77% und auch Bernhard Russi (71%), Skispringer Simon Ammann (62%) und Xherdan Shaqiri (58%) erzielen gute Werte.

Von den Showstars können einzig Marco Rima (67%) und Moderatorin und Ex-Miss Schweiz Christa Rigozzi (64%) mit den beliebtesten Sportgrössen mithalten. Die aktuelle Miss Schweiz, Dominique Rinderknecht, schneidet mit 65% punkto Sympathie zwar auch gut ab, doch ihr Gesicht ist bisher nur 31% der Deutschschweizer Bevölkerung bekannt, was ihren Werbewert massiv beeinträchtigt.

Russi, Federer, Cucho und Rima – die „Schweizer“

Als die schweizerischsten aller Sport- und Showstars gelten Bernhard Russi und Roger Federer (54%), gefolgt von Didier Cucho (52%) und Marco Rima (51%). Federer werden in hohem Masse auch noch viele andere für die Werbewirtschaft interessante Eigenschaften attestiert. So gilt er als modern, elegant, dynamisch, cool, vertrauenswürdig, warmherzig, natürlich, bodenständig, interessant, souverän, charismatisch und international – und dies bei allen Altersgruppen!

Gute Werte, vor allem in der Altersgruppe der 50- bis 65-Jährigen, erzielt auch Didier Cucho bei Eigenschaften wie dynamisch, cool, vertrauenswürdig, warmherzig, natürlich und bodenständig. Dasselbe gilt für Stan Wawrinka, dem neben dem guten Sympathiewert und Eigenschaften wie „frisch“ und „natürlich“ vor allem ein hohes Mass an Internationalität und Dynamik attestiert werden. Ähnlich viele positive Eigenschaften sehen die Deutschschweizer und -schweizerinnen bei Bernhard Russi, dem vor allem auch seine Bodenständigkeit hoch angerechnet wird.

Bei den meisten anderen bekannten Sport- und Showstars sind es hingegen nur vereinzelte Merkmale, die hohe Akzeptanzwerte erzielen. So zum Beispiel bei Xherdan Shaqiri seine Jugendlichkeit (61%) und bei Michelle Hunziker und Christa Rigozzi ihr Sexappeal (je 51%). Oder DJ Bobo, der punkto Dynamik (32%) und Internationalität (50%) seine Kolleginnen und Kollegen locker hinter sich lässt.

Werbewert: Sportler haben die Nase vorne

„Unter dem Strich sind die bekanntesten Sportler sicher die interessanteren Werbebotschafter als die bekanntesten Unterhaltungsstars“, sagt Ursula Kaspar, Geschäftsführerin von Marketagent.com Schweiz, welche die Werbebotschafter-Studie durchgeführt hat. „Selbst wenn ihre Bekanntheit zum Teil etwas tiefer ist, so gelten sie doch im Grossen und Ganzen als sympathischer und es werden ihnen auch in grösserem Masse andere positive Eigenschaften attestiert.“ Wer den idealen Werbebotschafter suche, so Kaspar, der müsse sich deshalb das Gesamtpaket anschauen und nicht nur einzelne Kriterien. Dies zeige die Studie klar auf.

So wurde die Studie durchgeführt

Die repräsentative Studie „Werbepopuläre Schweiz 2014“ wurde zwischen dem 5. und 17. Juni 2014 mittels Online-Befragung durchgeführt. Es nahmen 1'000 Personen zwischen 14

MARKETAGENT.COM

und 65 Jahren aus der Deutschschweiz daran teil. Verfasserin ist das auf Online-Markt- und Meinungsforschung spezialisierte Institut Marketagent.com Schweiz AG, das über ein 36'500 befragungswilligen Personen zählendes, nach ISO 26362 zertifiziertes Panel in der Deutsch- und Westschweiz verfügt.

An die Redaktionen: Eine Übersicht mit den wichtigsten Resultaten der Werbewirksamkeitsstudie von Schweizer Sportlern und Unterhaltungsstars erhalten sie bei stella.zeco@contractmedia.ch

Für weitere Fragen:

Ursula Kaspar

T +41 43 466 88 44

M +41 79 378 41 02

E u.kaspar@marketagent.com

Marketagent.com Schweiz AG ist auf Online-Marktforschung spezialisiert und verfügt über ein registriertes, isozertifiziertes Panel von 37'000 befragungswilligen Personen in der Deutsch- und Westschweiz. Marketagent.com Schweiz AG ist ein Tochterunternehmen des führenden österreichischen Online-Marktforschungsunternehmens Marketagent.com online reSEARCH GmbH und der Schweizer Kommunikationsagentur Contract Media AG.