

# Die stärksten Marken des Landes sind ...

Menschen suchen Halt bei österreichischen Marken – Nachhaltigkeit gewinnt weiterhin an Bedeutung. Die Ländermarke Österreich liegt auf Platz 1.



© APA/Georg Hochmuth

••• Von Georg Sander

**B**edingt durch Corona – der Erhebungszeitraum war gänzlich in der Lockdown-Phase –, suchen die Menschen mehr nach Sicherheit und wenden sich stabilen Marken zu. Nachhaltigkeitsthemen werden ungeachtet dessen immer wichtiger: Verantwortungsbewusstsein, Vertrauenswürdigkeit und empfundene Nähe sind Schlüsselfaktoren, um als Marke vorn dabei zu sein. Spannende

Entwicklungen in Österreichs Markenlandschaft zeigt die BrandAsset Valuator-Studie 2020 der Marketing-Agentur VMLY&R: Wie bereits in vergangenen Krisen, gewinnen österreichische Marken an Bedeutung. Sie schaffen es dabei, den Menschen Sicherheit und Halt zu geben, indem sie als besonders vertrauenerweckend wahrgenommen werden. Einige heimische Marken konnten sich deshalb im Vergleich zum Vorjahr in puncto Gesamtmarkenstärke (Differenzierung, Re-

levanz, Wertschätzung und Vertrautheit) deutlich verbessern.

## Was macht Marken stark?

Digital- und Technologiemarken sind weiterhin stark – rücken aber dieses Jahr im Ranking erstmals wieder leicht nach hinten. Ein Blick in die Top 10 zeigt etwa, dass nur mehr drei Digitalmarken (Google (Platz 3), Wikipedia (Platz 6) und WhatsApp (Platz 10) ganz vorn zu finden sind – im Vorjahr waren es noch vier. Bemerkenswert in den Top 10: Mit der Marke „Zeit im Bild“

auf Platz 5 und ORF auf Platz 8 sind seit Langem wieder zwei Medienmarken unter den allerstärksten Marken Österreichs zu finden.

In den Spitzenrängen platzieren sich 2020 außerdem: die Ländermarke Österreich, wie im Vorjahr auf Platz 1, Österreichisches Rotes Kreuz (Platz 2), Hofer (Platz 4), Polizei (Platz 7) und Lego (Platz 9). Auffällig ist, dass heuer so manche systemrelevante Marke, wie etwa ÖBB, A1, Post, ÖAMTC einen deutlichen Schub nach vorn verspürt. Demgegen-