



Seite 1 von 1

## Medieninformation

Nürnberg, Juni 2010

### **Brigitte Kommunikationsanalyse 2010: Erneut höchste Sympathiewerte für AEG**

#### **AEG unter Hausgerätemarken bei allen drei Bewertungskriterien Bekanntheit, Sympathie und Kaufbereitschaft an der Spitze**

AEG ist die bekannteste und beliebteste Hausgeräte-Marke deutscher Frauen. Dies ergab die aktuelle Kommunikationsanalyse 2010 der Zeitschrift Brigitte. Stellvertretend für rund 28 Millionen Frauen befragten die Marktforscher etwa 5000 Frauen zwischen 14 und 70 Jahren nach ihrem Kaufverhalten. Die seit 1984 alle zwei Jahre durchgeführte Studienreihe untersucht die Beziehungen von Frauen zu über 1.000 Marken. Dabei bietet Brigitte mit dem Markendreiklang Bekanntheit, Sympathie und Verwendung / Kaufbereitschaft eine fundierte Beschreibung von Markenpositionen, mit der sich Stärken und Schwächen einer Marke differenziert erkennen lassen. AEG liegt 2010 zum wiederholten Male in allen drei Bereichen an der Spitze: Die Analyse bescheinigt der Premiummarke 97 % Bekanntheit. 67 % davon empfinden Sympathie für AEG, das sind zwei Prozentpunkte mehr als der Wettbewerb erreichen konnte. 68 % der Befragten signalisierte Bereitschaft, AEG-Produkte zu kaufen. Im Vergleich: Die zweit platzierte Marke in dieser Kategorie erzielte nur eine Kaufbereitschaft von 60 %.

Bereits in den zurückliegenden Analysen hatte AEG stets die Nase vorn. Mit diesem langfristig stabilen Image zeigt sich Klaus Wühl, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Electrolux sehr zufrieden: „Wir sind stolz, dass AEG nun seit vielen Jahren die Brigitte-Kommunikationsanalyse bei Hausgeräten in allen Kategorien anführt und auch im Wettbewerb mit attraktiven Marken aus den Bereichen Food, Mode Kosmetik und Handel unter den Spitzenreitern ist. Dieser Erfolg bestätigt uns, denn er belegt, dass unsere Markenstrategie und –philosophie ins Herz der Verbraucher treffen. Hier wollen wir unsere Position in den nächsten Monaten mit innovativen Geräten weiter ausbauen.“

**Electrolux** ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz. Jedes Jahr kaufen Kunden in mehr als 150 Ländern mehr als 40 Millionen Produkte. Der Schwerpunkt des Unternehmens liegt auf innovativen, durchdachten Geräten, die auf Basis umfassender Konsumentenbefragungen entwickelt werden und so den realen Bedürfnissen der Verbraucher und Profis entsprechen. Zum Portfolio gehören Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Staubsauger und Herde bekannter Marken wie Electrolux, AEG-Electrolux, Eureka und Frigidaire. 2009 setzte Electrolux mit 51.000 Mitarbeitern circa 10,3 Milliarden Euro um.

#### **ELECTROLUX UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION**

##### **ADRESSE**

Elisabeth Lokai-Fels  
Fürther Straße 246  
90429 Nürnberg

##### **TELEFON**

0911-3 23 12 58

##### **TELEFAX**

0911-3 23 11 78

##### **E-MAIL**

[Elisabeth.Lokai-Fels@electrolux.de](mailto:Elisabeth.Lokai-Fels@electrolux.de)  
[unternehmenskommunikation@electrolux.de](mailto:unternehmenskommunikation@electrolux.de)

##### **INTERNET**

[www.electrolux.com](http://www.electrolux.com)  
[www.aeg-electrolux.de](http://www.aeg-electrolux.de)  
<http://newsroom.electrolux.com/de/>