

Zürich, 15. Februar 2024

«Brand Indicator Switzerland» 2024 – die grosse Bevölkerungs-Umfrage

# Migros wieder an der Spitze

**Migros ist wieder die beliebteste und stärkste Marke der Schweiz. Online hat allerdings Coop mit coop.ch die Nase vorn – und setzt den beeindruckenden Aufwärtstrend fort. Das sind die Resultate des «Brand Indicator Switzerland» 2024, der grossen, bevölkerungsrepräsentativen Umfrage bei 2'631 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz. Insgesamt werden die Top Ten durch Schweizer Marken aus Detailhandel und Konsumgütersektor wie Le Gruyère und Lindt sowie digitalen Weltmarken wie WhatsApp und Google geprägt. Und durch Twint, dem beliebtesten Bezahlmittel der Schweiz. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sind die Jungen bei ihrer Marken-Präferenz digitaler, mobiler, sportlicher und modeaffiner.**











Die Migros hat die Spitze zurückerobert – und ist wieder die stärkste und beliebteste Marke der Schweizer Bevölkerung. Sie hat insbesondere bei den Jungen und in der Westschweiz zugelegt. Festzuhalten ist aber, dass die Umfrage vor dem Entscheid der Migros-Führung, Tochterfirmen wie Hotelplan oder SportX zu verkaufen und 1500 Stellen abzubauen, stattgefunden hat. Es wird interessant sein, ob sich diese Strategie auf die Beliebtheit der Marke Migros im «Brand Indicator Switzerland» 2025 auswirken wird.

Auf Platz 2 folgt Vorjahressieger WhatsApp, auf Platz 3 Google. Coop ist zwar auf Platz 7 zurückgefallen, dafür hat coop.ch einen Sprung auf Platz 4 gemacht und ist die stärkste E-Commerce-Marke der Schweiz. Der Aufwärtstrend von coop.ch ist spektakulär: 2022 als coop@home auf Rang 118, 2023 auf Rang 18 – und jetzt liegt der Online-Supermarkt sogar vor der Dachmarke Coop. Zum Vergleich: migros.ch schafft es gerade mal auf Rang 100!

Auch andere Marken aus dem Detailhandel schneiden gut ab: Die erstmals erhobene Migros-Submarke «Aus der Region, für die Region» kommt auf Anhieb auf Rang 6, während «Mini Region» von Coop das Nachsehen hat (Rang 89). Dafür punktet der Detailhändler mit Coop Supercard (Rang 10) und Coop Pronto, das erstmals erhoben wird und gleich auf Rang 42 landet.

Die Schweizer Bezahl-App Twint hat seine Vormachtstellung gegenüber anderen Bezahlmitteln wie PayPal (aktuell Rang 16 gegenüber Rang 122 im Vorjahr) oder Mastercard (aktuell Rang 20 gegenüber Rang 7 im Vorjahr) gefestigt: Rang 5 der Top-Marken der Schweiz! Twint ist eine absolute Erfolgsgeschichte: 2017 gestartet, nutzen in der Schweiz inzwischen fünf Millionen Menschen die praktische Bezahl-App.

## Die 10 Top Marken der Schweizer Bevölkerung 2024:

1	 78.8 Migros	2	 77.9 WhatsApp	3	 75.0 Google	4	 72.4 coop.ch
5	 72.2 Twint	6	 71.5 Aus der Region, für die Region	7	 71.1 Coop	8	 71.0 Le Gruyère
9	 70.6 Lindt	10	 70.5 Coop Supercard				

## Die 100 Top-Marken der Schweizer Bevölkerung:

1 Migros	78.8	31 Schweizer Fleisch	64.3	61 Raiffeisen	60.4	91 Betty Bossi	57.9
2 WhatsApp	77.9	32 Naturaplan	64.2	62 Fernsehen SRF	60.4	92 Apple	57.8
3 Google	75.0	33 Ovomaltine	64.2	63 Heinz	60.4	93 Canon	57.3
4 coop.ch	72.4	34 IKEA	64.0	64 Jumbo	60.3	94 Swatch	57.3
5 Twint	72.2	35 Migros Bio	63.7	65 Lidl	60.3	95 Coop Zeitung	57.0
6 Aus der Region, für die Reg. (neu)	71.5	36 VISA	63.4	66 Schweiz Toursimus	60.2	96 booking.com	57.0
7 Coop	71.1	37 SwissMilk	63.4	67 Samsung	60.0	97 Maggi	56.9
8 Le Gruyère	71.0	38 Lego	63.3	68 Victorinox	60.0	98 Stadt Luzern (neu)	56.9
9 Lindt	70.6	39 Kägi	63.1	69 Spotify	59.9	99 die Mobiliar	56.8
10 Coop Supercard	70.5	40 Swiss	63.0	70 Landi	59.8	100 migros.ch (neu)	56.8
11 Die Post	69.8	41 Tempo	62.7	71 Post Finance	59.8		
12 Wikipedia (neu)	69.2	42 Coop Pronto (neu)	62.6	72 Emmentaler (Käse)	59.7		
13 Migros Cumulus	69.1	43 Ragusa	62.6	73 Nike	59.5		
14 M-Budget	68.8	44 Toblerone	62.5	74 Aldi Suisse	59.4		
15 YouTube	68.6	45 Kambly	62.5	75 Dosenbach	59.1		
16 PayPal	68.4	46 Swisscom	62.4	76 Sony	58.9		
17 Zweifel	68.4	47 galaxus.ch	62.4	77 Electrolux	58.9		
18 SBB	67.7	48 Bio Suisse	62.3	78 Migros DO IT+GARDEN	58.9		
19 Swiss made	67.4	49 Nivea	62.0	79 Schweizer Käse (neu)	58.8		
20 Mastercard	66.2	50 M-Electronics	61.6	80 Wernli	58.8		
21 Barilla	66.0	51 Coop City	61.6	81 Netflix	58.8		
22 Coop Qualité & Prix	66.0	52 Appenzeller (Käse)	61.4	82 Manor	58.8		
23 Thomy	65.7	53 Chocolat Frey	61.4	83 Miele	58.5		
24 Emmi	65.2	54 digitec.ch	61.3	84 Adidas	58.5		
25 Denner	65.1	55 Samsung Galaxy	61.3	85 Kantonalbank	58.5		
26 IP Suisse	64.8	56 Max Havelaar	61.1	86 Rivella	58.4		
27 Cailler	64.6	57 Interdiscount	61.1	87 Ramseier	58.3		
28 Ricola	64.5	58 Maestro	61.0	88 20 Minuten	58.3		
29 Microsoft	64.4	59 Fairtrade	60.7	89 Miini Region (neu)	58.1		
30 Prix Garantie	64.4	60 TCS	60.7	90 Philips	58.0		

Die grössten Aufsteiger in den 100 Top-Marken sind u.a.:

- Lindt (von Rang 17 auf 9)
- PayPal (von Rang 122 auf 16)
- Schweizer Fleisch (von Rang 53 auf 31)
- Swiss Milk (von Rang 80 auf 37)
- Kägi (von Rang 60 auf 39)
- Swiss (von Rang 65 auf 40)
- digitec.ch (von Rang 81 auf 54)
- Samsung Galaxy (von Rang 103 auf 55)
- Raiffeisen (von Rang 114 auf 61)
- Nike (von Rang 108 auf 73)
- Canon (von Rang 116 auf 93)
- Maggi (von Rang 133 auf 97)

Das digitale Bezahlsystem PayPal schafft dabei die grösste positive Veränderung in Bezug auf Relevanz und Beliebtheit, verbessert sich um über 100 Ränge und lässt auch Mastercard hinter sich. Und Raiffeisen ist zurück (Sprung von Rang 114 auf 61) – und die am besten bewertete Bank vor PostFinance (Rang 71) und den Kantonalbanken (Rang 78). Auch Samsung Galaxy macht einen grossen Sprung von Rang 103 auf 55 und überholt erstmals das iPhone (Rang 103). Interessanterweise gehören auch die Dachmarken «Schweizer Fleisch» und «Swiss Milk» zu den grossen Aufsteigern, nachdem sie in den vergangenen Jahren verloren haben. Da es bei einer Markenstudie nicht nur um die Rangliste, sondern auch um die Entwicklung der Marke über die Zeit geht, ist die Wertsteigerung bei «Schweizer Fleisch» (von 59.8 auf 64.3 Punkte) und «Swiss Milk» (von 56.8 auf 63.4 Punkte) bemerkenswert. Swissness, Heimat und der Wunsch nach Orientierung scheinen in einer immer schnelleren, unübersichtlicheren Welt an Wert zu gewinnen.

Bei den (rangmässig) grössten Absteigern fällt auf, dass Youtube aus den Top10 verschwindet (von Rang 5 auf 15) und dass der Höhenflug von Netflix vorbei ist (von Rang 46 auf 81). Auch die traditionellen Medienmarken stehen weiter unter Druck: Radio SRF fällt von Rang 69 auf 106, Fernsehen SRF von Rang 42 auf Rang 62 und «20 Minuten» von Rang 58 auf 88. Die SocialMedia-Marken Instagram, Facebook und TikTok haben es nicht einmal in die 100 Top-Marken der Schweizer Bevölkerung geschafft.

## Die 100 Top-Marken der 16- bis 29-Jährigen:

1 Spotify	76.9	31 Prix Garantie	65.7	61 Amazon	61.3	91 Thomy	57.9
2 Google	76.8	32 Swisscom	65.1	62 20 Minuten	61.2	92 DHL	57.9
3 YouTube	76.5	33 VISA	65.1	63 Mercedes	61.2	93 booking.com	57.9
4 Die Post	75.7	34 Raiffeisen	65.0	64 Migrolino	61.0	94 Capri Sun	57.9
5 WhatsApp	75.4	35 Denner	64.9	65 Volkswagen	61.0	95 Naturaplan	57.8
6 Migros	75.0	36 M-Budget	64.8	66 Rivella	60.8	96 Sony	57.8
7 Wikipedia	73.1	37 Barilla	64.6	67 Kantonalbank	60.8	97 Swatch	57.8
8 Instagram	72.8	38 Fernsehen SRF	64.2	68 Disney+	60.7	98 Levi's	57.8
9 coop.ch	72.7	39 H&M	64.1	69 Landi	60.6	99 Nestlé	57.8
10 Zalando	71.5	40 Lego	63.7	70 Coca-Cola	60.5	100 24heures	57.8
11 Twint	71.0	41 TCS	63.7	71 Interdiscount	60.3		
12 Microsoft	69.9	42 Maestro	63.6	72 McDonalds	60.1		
13 SBB	69.8	43 Audi	63.6	73 Tempo	60.0		
14 Nike	69.6	44 Nivea	63.4	74 Schweizer Fleisch	59.8		
15 iPhone	69.4	45 Migros Cumulus	63.2	75 M-Electronics	59.8		
16 Apple	69.3	46 Le Gruyère	63.2	76 Ochsner Sport	59.6		
17 Aus der Region, für die Reg. 6 neu	68.8	47 Coop Qualité & Prix	63.0	77 BMW	59.6		
18 PayPal	68.6	48 galaxus.ch	62.8	78 Emmi	59.4		
19 Lidl	68.5	49 Heinz	62.6	79 M6	59.4		
20 Swiss	68.4	50 EasyJet	62.6	80 Radio SRF	59.3		
21 Coop	68.2	51 Aldi Suisse	62.2	81 AirBnB	59.3		
22 Netflix	68.2	52 Cailler	62.1	82 Max Havelaar	58.9		
23 IKEA	68.0	53 Coop City	62.1	83 Fairtrade	58.8		
24 Mastercard	67.5	54 migros.ch neu	62.0	84 Toblerone	58.8		
25 Adidas	67.2	55 Swiss Made	61.8	85 Swiss Life	58.4		
26 Zweifel	67.0	56 Migros Bio	61.7	86 UBS	58.4		
27 Lindt	66.8	57 digitec.ch	61.7	87 TF 1 (France 1)	58.2		
28 Coop Pronto	66.8	58 Snapchat	61.6	88 Zara	58.2		
29 Coop Supercard	66.7	59 SwissMilk	61.5	89 Kambly	58.0		
30 Ovomaltine	65.8	60 Post Finance	61.5	90 Nespresso	58.0		

Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei den 16- bis 29-Jährigen. Insgesamt gesehen sind die Jungen bei den Marken digitaler, mobiler, sportlicher und modeaffiner unterwegs als die Gesamtbevölkerung. Spotify, Google und Youtube belegen die ersten drei Ränge der 100 Top-Marken. Auch WhatsApp, Instagram, Wikipedia und Zalando schaffen es in die Top Ten, welche durch die traditionellen Schweizer Marken Migros, Coop (mit coop.ch) und Die Post (auf Rang 4!) vervollständigt wird. Die grössten Aufsteiger bei den Jungen sind Snapchat (von Rang 206 auf 58), Easy Jet (von Rang 153 auf 50) und Raiffeisen (von Rang 125 auf 34). Auch Volkswagen (von Rang 162 auf 65), «Swiss Milk» (von Rang 152 auf 59), UBS (von Rang 176 auf 86) und Swisscom (von Rang 122 auf 32) legen deutlich, während unter anderem iPhone (von Rang 3 auf 15) und Netflix (von Rang 4 auf 22) zu den Verlierern gehören. Tesla liegt bei den Jungen auf Rang 195 weit abgeschlagen hinter den führenden deutschen Automarken.





## Die Top-Marken der Zukunft:

Welches sind die Top-Marken der Zukunft? Welche Marken haben das grösste Wachstumspotenzial? Hierfür holt der «Brand Indicator Switzerland» die Meinung von Influential Opinion Leaders (IOL) ab. Damit sind nicht per se Influencer gemeint, sondern Personen, die der Zeit voraus und markenaffiner sind, Trends setzen und überdurchschnittlich Einfluss haben. Die Altersspanne der IOLs reicht von 16 bis 62 Jahren, das Durchschnittsalter beträgt 32 Jahre. Je grösser die Differenz zwischen der Meinung der Gesamtbevölkerung und der Meinung der IOLs ist, desto grösser ist die Chance auf ein überdurchschnittliches Wachstum für die betreffende Marke. Die grössten Differenzen weisen X (vormals Twitter) und Bitcoin auf.

Die Top-Marken der Zukunft sind u.a.:

- X (vormals Twitter): +45.3
- Bitcoin: +41.7
- Fifa: +36.9
- TikTok: +36.3
- Snapchat: +35.3
- AliExpress: +33.5
- Apple TV: +33.3

## Die beliebtesten Städte der Schweizer Bevölkerung 2024:

1		62.2 Stadt Luzern	2		61.4 Stadt Bern	3		56.5 Stadt Zürich	4		54.9 Stadt Lausanne
5		53.9 Stadt Basel	6		53.2 Stadt Genf	7		52.8 Stadt St. Gallen	8		50.3 Stadt Winterthur

Erstmals hat der «Brand Indicator Switzerland» die beliebtesten Städte der Schweizer Bevölkerung 2024 erhoben. Die Stadt Luzern holt sich die Goldmedaille, gefolgt von der Stadt Bern und der Stadt Zürich. Auf den Rängen 4 bis 8 landen Lausanne, Basel, Genf, St. Gallen und Winterthur. Die Jungen kommen zu einem etwas anderen Bild: Für sie ist Bern die beliebteste Stadt der Schweiz vor Zürich und Luzern. Lausanne, Genf, St. Gallen, Basel und Winterthur folgen auf den nächsten Plätzen.

### Zur Methodik des «Brand Indicator Switzerland»:

Der Brand Indicator Switzerland (BIS, [www.brandindicator.ch](http://www.brandindicator.ch)) misst als einzige Schweizer Markenstudie die zwei Markenfaktoren, die für den tatsächlichen Erfolg eines Brands ausschlaggebend sind: a) die Relevanz («Wie wichtig ist oder wird diese Marke in Ihrem Leben?») und b) die Emotionalität («Bitte bewerten Sie, wie sehr Sie die folgende Marke mögen oder nicht mögen»). Insgesamt wurde die Meinung zu ca. 320 Marken befragt.

Beim «Brand Indicator Switzerland» handelt es sich um eine nach Sprachregion, Alter und Geschlecht bevölkerungsrepräsentative Online-Umfrage bei 2'631 Personen (D-CH / W-CH) im Alter von 16 bis 65 Jahren.

Die Umfrage wurde zwischen dem 21. und 30. November 2023 durchgeführt.

Die Initianten sind bodin.consulting, deeprtrue, furrerhugi und Converto.

### Auskunft:

Frank Bodin, bodin.consulting, Mobile +41 78 7777 007