READER'S DIGEST INFOLETTER

Ausgabe Mai 2017



Holger Grossmann Advertising Manager Deutschland

Achtsamkeit – Treiber des Markenvertrauens

Folgen wir neuesten Forschungserkenntnissen, dann gewinnt das Thema "Achtsamkeit" an Bedeutung. Mit ihrer Initiative THE DIGNIFIED SELF® und in ihrem Buch "Achtsamkeit in digitalen Zeiten" greift die Unternehmensberaterin und Digitalexpertin Lilian N.Güntsche auf, wie sehr sich die Menschen heute nach einer neuen Orientierung in einer immer schneller drehenden Welt sehnen. "In unserer digitalisierten Welt, die

durch Datenverkehr und Geschwindigkeit geprägt ist, wächst zugleich das Bedürfnis nach Menschlichkeit und Beständigkeit." Das betrifft Beziehungen und Kommunikation – auch zwischen Marken und Konsumenten.

"Authentizität, Ehrlichkeit und Wertschätzung sind in der steigenden Anonymität der digitalen Welt stark im Wert gestiegen. Die Menschen suchen einen Zufluchts-Ort als Gegenpol zur ständigen Beschleunigung. Die Kunst den Moment zu leben – das hier und jetzt – ist selten geworden. Eine Marke kann einen kostbaren Mehrwert schaffen indem sie Momente mit allen fünf Sinnen erlebbar, gar spürbar, werden lässt. Achtsame Markenführung heißt Menschlichkeit und Einfühlungsvermögen kultivieren. Empathie können wir nicht auf eine Software delegieren. Die gibt es nicht im App-Store." Genau das alles bestätigen die Aussagen der Befragten in unserer Trusted Brands Studie 2017. Sie wünschen sich von den Marken, denen sie vertrauen sollen, höchst mögliche Wahrnehmung und Empathie.

Schauen Sie auf den folgenden Seiten selbst, was die Konsumenten über Markennähe zu sagen haben.

Viel Erfolg bei Ihrer weiteren Markenarbeit wünscht Ihnen

M. Grossman

Konsumenten wünschen sich Achtsamkeit



Die Reader's Digest Trusted Brands-Studie beleuchtet seit 2001 mit validen Untersuchungen das Markenvertrauen der deutschen Konsumenten. Seit 2016 nehmen wir mit einem neuen Studien-Ansatz die Beziehung zwischen Konsumenten und ihren Marken noch näher unter die Lupe.

Markenbindung ist dort größer, wo Konsumenten sich stärker wahrgenommen fühlen. Verlässlichkeit und Vertrautheit ist dabei das stärkste Moment – offensichtlich stärker als der immer wieder ganz neue Auftritt.



Die Most Trusted Brands 2017 finden Sie auf www.rd-markengut.de





Achtsamkeit heißt: Die Ansprache erfolgt auf der Beziehungsebene (Empathie und Werte)*



Quelle offene Statements: Trusted Brands 2017/Reader's Digest & DIALEGO

* Zur Achtsamkeit siehe Lilian N. Güntsche Buch-Autorin "Achtsamkeit in Digitalen Zeiten" (Springer 2016) & Gründerin "THE DIGNIFIED SELFTM", URL: THEDIGNIFIEDSELF.COM | Berlin, 2017.

READER'S DIGEST INFOLETTER

Ausgabe Mai 2017

DIE READER'S DIGEST THEMENSPECIALS

Von Konsumenten gewählt: die vertrauenswürdigsten Marken der Deutschen – in der Juni-Ausgabe von Reader's Digest



MARKENSPECIALS 2017

JETZT VORMERKEN!

AUSGABE NOVEMBER: Erscheinungstermin: 30. Okt. Druckunterlagenschluss/ Anzeigenschluss: **5. September**

Reader's Digest – das einzigartige Monatsmagazin

- Monatlich über 300.000 verkaufte Exemplare
- Rund zwei Millionen Leser (AWA 2016)
- Zwei von drei Lesern sind Kernleser
- Reader's Digest ist das Vertrauensmedium 45 plus und steht im direkten Dialog mit den Aktiven Gestaltern