

'Driekwart van de merken kan gemist worden'

16-08-2021 16:05



Driekwart van de merken kan gemist worden. Dat blijkt uit het Meaningful Brandonderzoek van Havas. Het onderzoeksbureau spreekt van een 'historisch dieptepunt'.

Wereldwijd zeggen consumenten slechts 47 procent van de merken te vertrouwen. In West-Europa is dit percentage zelfs 43 procent. Een groot deel van de merken is dus onbetrouwbaar. In het verlengde daarvan zegt 71 procent van de consumenten klaar te zijn met de lege beloftes van merken.

Het vertrouwen in merken ligt dan op een historisch dieptepunt, consumenten verwachten tegelijkertijd meer van merken dan ooit tevoren. 73 procent van de ondervraagden zegt dat merken nu stappen moeten zetten ten behoeve van de samenleving en de planeet.

De tien meest betekenisvolle merken van 2021:

1. Google
2. PayPal
3. WhatsApp
4. YouTube
5. Samsung
6. Microsoft

7. Walmart
8. Cadbury
9. Visa
10. IKEA

Bekijk de belangrijkste conclusies uit het onderzoek [hier](#).