



Fake News, Warenaustauschbarkeit, Vertrauensverlust: Die Konsumenten sehnen sich nach Authentizität und Glaubwürdigkeit

Authentische Marken haben eine **klare Positionierung**, stiften **Vertrauen** und sorgen für **Orientierung**. Zudem zeigt sich: Hohe Authentizität bedeutet **hohe Kundenbindung**.

Mit Hilfe eines **international validierten Fragebogens** erheben wir die Authentizität von Produkt-, Unternehmens- und Medienmarken.

Das Messinstrument ermöglicht eine **schnelle und gezielte Überprüfung und Steuerung** der Markenauthentizität entlang aller relevanten Dimensionen.

Anhand der Ergebnisse können **konkrete Empfehlungen hinsichtlich der Steigerung** der Markenauthentizität herausgearbeitet werden.

Weitere Informationen:

Dr. Andrea Fronaschütz
a.fronaschuetz@gallup.at