



Studie: «Emotional schlägt Swatch die Apple Watch – noch.»
Quelle: <http://globalemotionsforum.com/swatch-vs-apple-emocompass-studie/>
Laut einer Studie löst Swatch derzeit noch mehr Emotionen aus als die Apple Watch.

The large bar chart compares the emotional volume of Swatch and Apple Watch across three regions: SCHWEIZ, USA, and CHINA. The y-axis represents the emotional volume index from 0 to 40. Swatch consistently scores higher than Apple Watch in all regions.

Region	Swatch	Apple Watch
SCHWEIZ	~38	~22
USA	~28	~22
CHINA	~35	~28

Das Emotionsvolumen gibt Aufschluss darüber, wie viel Emotion eine Marke bei Konsumenten insgesamt auslöst. Insbesondere in der Schweiz ist der Gewinner eindeutig: Swatch mit 40 von 100 möglichen Indexpunkten. Ein sehr gutes Resultat, denn etwa gleich viel lösen Auto-Marken wie Audi und BMW aus. Nur gewisse Schokoladenprodukte erreichen dank dem Genuss über alle Sinne ein Emotionsvolumen, das noch höher liegt.

«Emotionsvolumen» im Vergleich