

## Aufgeführte Markenwerte (Mehrfachnennungen möglich)

Qualität (69%)	Qualität										Kompetenz	Marktführer	Erfahrung	Made in Germany	wertig	Know-how	Spezialist	zertifiziert	
Kundenorientierung (49%)	Kundenorientierung					Kundennähe	Kundennutzen	Beratung	Barreung	Lösungsanbieter	Service	Bedürfnisorientierung	Kundenzufriedenheit						
Beziehungsmerkmale (40%)	Respekt	Vertrauen	Partnerschaftlichkeit	Verlässlichkeit	Ehrlichkeit	Authentizität	Fairness	Integrität	Menschen	Wertschätzung	wohlfühlen								
Zuverlässigkeit (40%)	Zuverlässigkeit							Terminreue	Berechenbarkeit	Beständigkeit	Sicherheit								
Innovation (40%)	Innovation							Technologieführerschaft	Entwicklungs-	kompetenz									
Sonstiges (40%)	familienfreundlich	international	zukunftsorientiert	ästhetisch	aufgeschlossen	dynamisch	feminin	individuell	Kostenführer	liebendig	gerechte Preise	modern	Produktidentifikation	Quaderker	überraschend	Unternehmenskultur	vorausschauend	weltoffen	zielstrebig
Verantwortung (36%)	Nachhaltigkeit		umweltausgewusst			Mitarbeiterorientierung	verantwortungs-	bewusst	Responsible Care	soziale Ausrichtung	Wertehäut								
Mittelstand (27%)	familär	regional	unabhängig	solide	bescheiden	bodenständig	traditionell	unternehmerisch											
Prozessmerkmale (24%)	Flexibilität	Präzision	Schnelligkeit	ganzheitlich	Gründlichkeit	Komplettanbieter	Produktintegration	Prozessorientierung	Systemgedanke	Vielfältigkeit									
Wirtschaftlichkeit (18%)	Rendite	Leistungs-	orientierung	Effizienz	Produktivität	Wachstum	wirtschaftlich												

(n=55)

Quelle: Markt und Mittelstand-Research