



## Marke Frosch ist zum zwanzigsten Mal in Folge „Most Trusted Brand“!

01.04.2021 - Mainz

### **Auch in der Kategorie Nachhaltigkeit und Umweltschutz wird die Marke des Herstellerunternehmens Werner & Mertz am häufigsten genannt**

In Mainz wird ein Jubiläum gefeiert: Bereits zum zwanzigsten Mal in Folge sprachen die Befragten im Rahmen der jährlichen Trusted Brands Studie von Reader's Digest der Marke Frosch in der Kategorie Haushaltsreiniger das größte Vertrauen aus! Unter 130 genannten Marken wurde die bekannte Öko-Marke des Mainzer Familienunternehmens Werner & Mertz mit großem Abstand vor den Mitbewerbern genannt und ist damit erneut die „Most Trusted Brand“ (vertrauensvollste Marke): 37 % der Befragten würden die Marke Freunden und Familie weiterempfehlen.

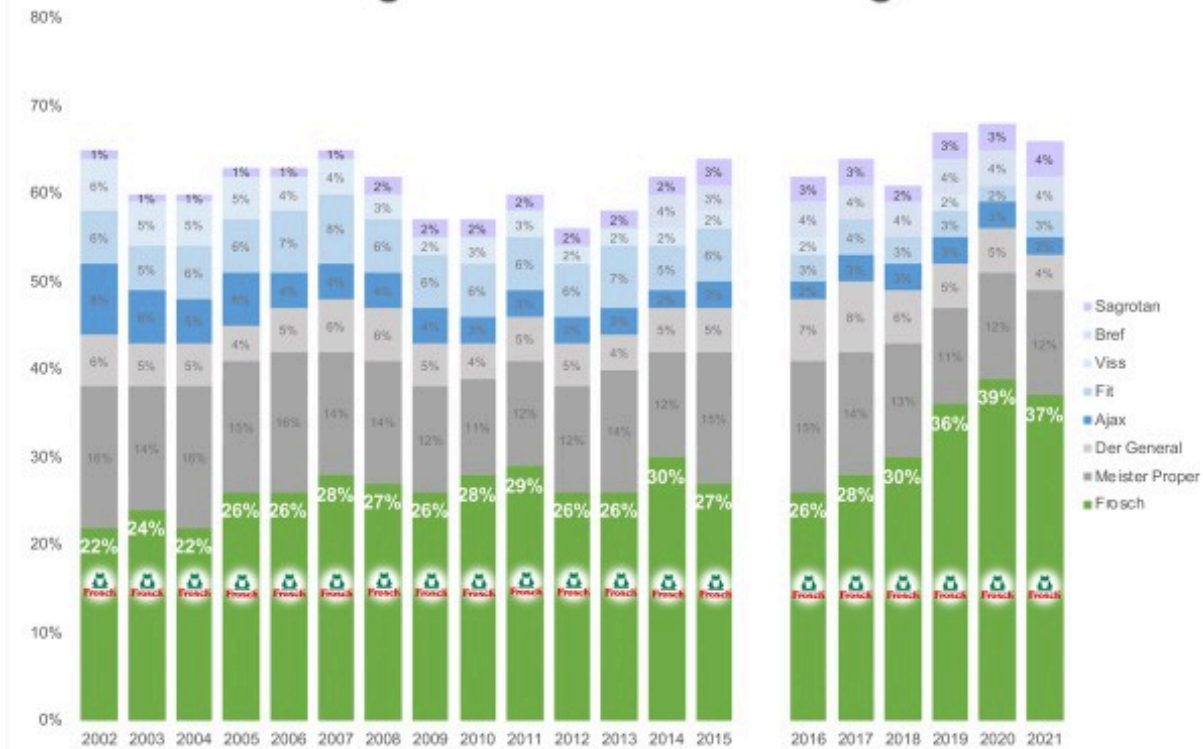
Zusätzlich wurde Frosch in der Leistungskategorie „Nachhaltigkeit und Umweltschutz“ Branchen-übergreifend am häufigsten genannt und konnte sich damit unter anderem gegen Alnatura und Tesla behaupten.

Die Lust zum Shoppen habe durch die Coronapandemie gelitten, so das Ergebnis der Studie, aber jeder Fünfte betonte, dass er in dieser Krisensituation häufiger zu bekannten, vertrauten Marken und Produkten gegriffen habe als davor. Nachhaltige Marken wie Frosch stehen dabei laut Reader's Digest ganz oben in der Gunst der Konsumenten:

„Was unsere über 20-jährige Initiative Trusted Brands in ihren alljährlichen Studien bestätigt: Sinnsuche und Nachhaltigkeit nehmen im Konsumverhalten einen immer breiteren Raum ein“, sagt Andreas Schröder, Geschäftsführer von Reader's Digest Deutschland. „Bezogen auf Kaufimpulse ergeben die Forschungen sogar: Vertrauen ist ansteckend und wirkt sich direkt darauf aus, wo und wie viel Geld Konsumenten investieren. Unternehmen sollen verlässlich nach ihren selbst ernannten Werten und Prinzipien handeln. Daraus erwächst Vertrauen. Auch das zeichnet eine Trusted Brand aus – dass sie halten kann, was sie verspricht.“



## Ergebnisse Most Trusted Brand 2002-2021 - Kategorie Haushaltsreiniger



Quelle: Reader's Digest, Trusted Brands 2021 Deutschland, Institut: Dialego Aachen,  
Datenbasis 2021: Total = 4.000 Befragte ab 18 Jahre, Basis Haushaltsreiniger = 2.819 Nennungen,  
Neues Studienkonzept ab 2016

Copyright Grafik: Werner & Mertz Quelle: Reader's Digest Trusted Brands 2021 Deutschland

### Klima- und Umweltschutz im Fokus

Seit ihrer Gründung vor 35 Jahren steht die Marke Frosch für ökologische und gleichzeitig leistungsstarke Reinigungsmittel und das Herstellerunternehmen Werner & Mertz setzt mit seinen Umwelt- und Klimaschutz-Initiativen neue Maßstäbe der ökologischen Machbarkeit.

Schon seit 2014 bestehen die PET-Flaschen der Marke Frosch aus 100 % Altplastik mit einem Anteil von 20 % aus dem Gelben Sack und 80 % aus der europäischen Getränkesammlung. Erst kürzlich konnte der Anteil von Material aus dem Gelben Sack sogar von 20% auf 50 %



erhöht werden – das schien bis dato unmöglich und ist erneut einzigartig in Deutschland. Die ersten 200.000 Flaschen für die Marke Frosch sind bereits im Handel.

Außerdem macht sich das Unternehmen stark für den Einsatz von Tensiden aus europäischem Anbau: Die Förderung des traditionellen Pflanzenanbaus, mit Blick auf die heimische Artenvielfalt und die Vermeidung von Monokulturen, steht dabei im Mittelpunkt. Kürzere Transportwege, im Vergleich zu Rohstoffen aus tropischem Anbau, sparen klimaschädliches CO<sub>2</sub> ein. Als jüngsten Erfolg konnte Werner & Mertz hier vermelden, dass bei den Weichspülern der Marke Frosch ab sofort Tenside aus 100 % Pflanzenölen auf Basis von Raps und Sonnenblume aus europäischem Anbau eingesetzt werden

„Seit Beginn der Marke Frosch zeigen wir immer wieder auf, was ganzheitliche Nachhaltigkeit bedeutet: Wir gehen sowohl bei der Verpackung als auch bei den Inhaltsstoffen als ein Pionier voran und setzen unsere Umwelt-Ziele konsequent um, statt in bloßen Ankündigungen zu verharren. Dass unser Engagement von den Verbraucherinnen und Verbrauchern mit einem so hohen Vertrauen honoriert wird, ist für uns eine große Motivation“, sagt Werner & Mertz-Inhaber Reinhard Schneider.

## Über die Studie Trusted Brands:

Reader's Digest hat die Trusted Brands Studien 2001 ins Leben gerufen und erhebt seitdem jährlich das Markenvertrauen der Deutschen. Einzigartig für die Studie ist, dass die Frage nach den vertrauenswürdigsten Marken offen, also ohne jegliche Markenvorgabe, gestellt wird. Der Konsument allein gibt preis, welche Vertrauensmarke bei ihm ganz oben steht. Für die aktuelle Studie wurden im Januar 2021 4.000 in Deutschland lebende Menschen ab 18 Jahre als repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung online befragt und ihre Beziehung zu den Marken untersucht. Dabei nannten die Befragten 3.500 verschiedene Marken in 21 Produktkategorien und 7 Leistungskategorien.

Das Magazin Reader's Digest gehört mit einer Auflage von mehr als 200.000 verkauften Exemplaren zu den meistverkauften Monatsmagazinen in Deutschland und erreicht 1,4 Millionen Leser.

### **Pressekontakt:**

Werner & Mertz GmbH  
Unternehmenskommunikation  
Birgitta Schenz  
Rheinallee 96  
55120 Mainz

BSchenz@werner-mertz.com  
Telefon 06131-964-20 28  
Fax 06131-964-20 30