

Die erfolgreichsten Marken Deutschlands

Deutschlands erfolgreichste Marken wurden während einer feierlichen Gala im Bayerischen Hof in München mit dem Best Brands Award ausgezeichnet: Den Siegertitel in der Kategorie Beste Unternehmensmarke International – die Kategorie wurde in diesem Jahr erstmals auf internationaler Ebene untersucht – holte sich der Autobauer BMW, in der Kategorie Beste Produktmarke sicherte sich Apple den ersten Platz. HTC gewann in der Kategorie Beste Wachstumsmarke. Der Best Brands Award in der diesjährigen Sonderkategorie Beste Händlermarke Non-Food bei Entscheidern ging an den Online-Versand Amazon. Das Besondere an der begehrten Auszeichnung, die jährlich verliehen wird: Nicht eine Jury entscheidet über die Gewinner, sondern die Verbraucher selbst – ermittelt in einer repräsentativen Studie der GfK. Neben der gläsernen Best-Brands-Trophäe erhielten die Preisträger einen Scheck für Kommunikations- und Medialeistungen im Wert von insgesamt über einer Million Euro von der ProSiebenSat.1 Media AG, der Wirtschafts-Woche und der Serviceplan-Gruppe.



best
brands
2012 das deutsche
markenranking



CHRISTIANE WOLFF,

Leiterin Unternehmenskommunikation
und PR, Serviceplan.

Die neunte Verleihung des Best Brands Awards ließ einmal mehr die Elite der Deutschen Markenindustrie in München zusammentreffen: Mehr als 600 geladene Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien verfolgten im Festsaal des Bayerischen Hofes die Eröffnungsansprache des ehemaligen Außenministers Joschka Fischer. Musikalisch sorgte das frühere „Spice Girl“ Melanie C für Furore. Durch den Abend führte kein anderer als die TV- und Entertainment-Ikone Harald Schmidt. Auma Obama, die Schwester des US-Präsidenten Barack Obama, fand unter den prominenten Gästen neue Partner für ihre Kinderhilfsstiftung Sauti Kuu. Mit Spannung erwartet wurde die Auszeichnung der Best Brands 2012: Die Sieger BMW, Apple, HTC und Amazon nahmen einen Scheck für Kommunikations- und Medialeistungen im Wert von insgesamt über einer Million Euro entgegen.

Das Besondere an der Best-Brands-Auszeichnung ist, dass nicht eine Jury, sondern die Konsumenten über die Gewinner entscheiden – denn die prämierten Kandidaten werden in einer repräsentativen GfK-Studie an zwei wesentlichen Kriterien gemessen: an ihrem tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg und an der Beliebtheit ihrer Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher. Kein anderes Markenranking hat bisher beide Facetten der Markenstärke berücksichtigt.

Das deutsche Markenranking Best Brands wurde bereits im Jahr 2004 von der Serviceplan-Gruppe, der GfK-Gruppe, der ProSiebenSat.1 Media AG, der *Wirtschafts-Woche*, dem Markenverband und der IQ Media Marketing ins Leben gerufen. Ziel der Preisver-

leihung und des begleitenden Tageskongresses ist, erfolgreiche Markenführung in Deutschland zu fördern. Seither wird der Best Brands Award jährlich im Februar verliehen.

Der Automobilhersteller BMW hat sich in der Kategorie *Beste Unternehmensmarke International* den ersten Platz sichern können – vor den ebenfalls aus dem Automobilbereich stammenden Marken Audi (Platz 2) und Volkswagen (Platz 3). Die Kategorie *Beste Unternehmensmarke* wurde in diesem Jahr erstmals auf internationaler Ebene untersucht, wobei die Reputation heimischer Unternehmen in Deutschland sowie in den wichtigsten Exportländern der fünf bedeutend-

DAS DEUTSCHE MARKENRANKING MIT METHODE

Bei der Ermittlung der Gewinnermarken setzt Best Brands nicht auf das subjektive Urteil einer Jury: Vielmehr müssen sich die in die Prämierung aufgenommenen Kandidaten an zwei wesentlichen Untersuchungskriterien einer von der GfK durchgeführten repräsentativen Studie messen lassen: an ihrem gegenwärtigen wirtschaftlichen Markterfolg, dem sogenannten „Share of Market“ sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, dem sogenannten „Share of Soul“. Damit ist Best Brands das einzige Markenranking in Deutschland, das Marken sowohl nach ihrer tatsächlichen Marktperformance als auch nach ihrer Beliebtheit beim Konsumenten bewertet, welche letztendlich ihren zukünftigen Erfolg ausmacht. Kein anderes Markenranking hat bisher beide Facetten der Markenstärke berücksichtigt.

Fotos: Holger Rauner, Dominik Münch, Sebastian Zvez



Beste Unternehmensmarke:
Dr. Uwe Ellinghaus (BMW)



Gewinner, Laudatoren & Partner
der Best Brands 2012



v.l.n.r.: Martin Krapf (IP Deutschland),
Joachim Schütz (OWM), Thomas Wagner
(SevenOne Media), Stephan Tahy (Mattel)

ten Wirtschaftsräume Nordamerika, Lateinamerika, Europa, Russland und Asien gemessen wurde. Dazu Uwe Ellinghaus, Leiter Markenführung BMW und BMW Group Marketing Services: „Dass die Marke BMW in genau jener Kategorie den ersten Platz erhält, die international ausgerichtet ist und deren Grundlage Befragungen auf der ganzen Welt sind, freut uns natürlich ganz besonders. Die Auszeichnung zeugt vom hohen Wert und beweist, wie stark die Marke in den

unterschiedlichsten Kulturen und Wirtschaftsräumen begehrt ist.“

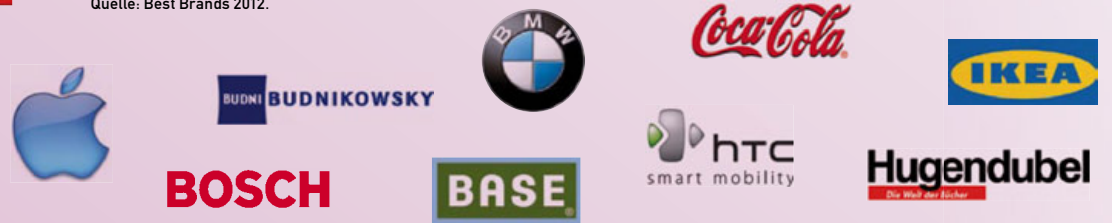
In der Kategorie *Beste Produktmarke* gewann Apple. Die Marke ist damit in dieser Kategorie von Null auf Platz eins eingestiegen, so, wie im vergangenen Jahr in der Kategorie *Beste Wachstumsmarke*, in der sie in diesem Jahr den 3. Platz belegt. Hinter Apple folgen die Marken Nivea (Platz 2) und Miele (Platz 3), die bereits in den vergangenen beiden Jahren den 2. (Miele) und 3. Platz (Nivea) belegten.

Miele

BEST BRANDS – GEWINNER 2012

Platzierung	Beste Unternehmensmarke International	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Beste Händlermarke Non-Food
1. Platz	BMW	Apple	HTC	Amazon
2. Platz	Audi	Nivea	Aperol	dm
3. Platz	Volkswagen	Miele	Apple	Ikea
4. Platz	Bosch	Lego	Base	Hugendubel
5. Platz	Siemens	Coca-Cola	Havana Club	Budnikowsky
6. Platz	Miele	Canon	Barbie	Thalia
7. Platz	Porsche	Tchibo	Geox	Peek & Cloppenburg
8. Platz	Adidas	Gillette	Jacobs	Esprit
9. Platz	Daimler	Rotkäppchen	Samsung	Rossmann
10. Platz	Beiersdorf	Adidas	Alpina	Karstadt

Quelle: Best Brands 2012.





Beste Händlermarke: Christine Höger und Ralf Kleber (beide Amazon)



Beste Wachstumsmarke: André Lönne, Stefan Streit, Martin Kang, Marcus Breglec (alle HTC)



Führte charmant durch die Veranstaltung: Sat.1-Mann Harald Schmidt

Ebenfalls von Null auf Platz eins und erstmals mit einem Best Brands Award ausgezeichnet wurde in diesem Jahr HTC. Die Handy-Marke konnte die Kategorie *Beste Wachstumsmarke* für sich entscheiden. „Wir freuen uns sehr über den ersten Platz bei Best Brands 2012“, erklärt Stefan Streit, Vice President Marketing & Retail HTC EMEA. „Seit Beginn ist es HTC ein Anliegen, auf die individuellen Bedürfnisse der unterschiedlichen Konsumentengruppen zu hören und deren Wünsche bei der Entwicklung von mobilen Endgeräten umzusetzen. Umso mehr freut es uns, dass das positive Echo der Kunden nun zurückkommt.“ Ganz neu im Best-Brands-Ranking präsentiert sich auf Platz zwei die Marke Aperol. Apple, der Vorjahressieger dieser Kategorie, belegt dieses Mal den dritten Platz.

Die diesjährige Sonderkategorie *Beste Entscheidermarke* im Bereich *Händlermarke Non-Food* führt Amazon an. Das Internet-Versandhaus konnte sich gegenüber der Drogeriemarktkette dm (Platz 2) und dem Möbelhaus Ikea (Platz 3) durchsetzen. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als beste Händlermarke beim Best Brands Award – denn sie ist eine Wertschätzung der kontinuierlichen Arbeit all unserer Teams im Dienste der Amazon-Kunden. Die Interessen und Wünsche unserer Kunden durch innovative Entwicklungen und zuverlässige Services umzusetzen, steht im Mittelpunkt all unserer Aktivitäten. Und es ist schön, hierfür diese Anerkennung zu erhalten“, erklärt Ralf Kleber, Geschäftsführer Amazon. de GmbH.

von Christiane Wolff



Links: Archibald Horlitz (Gravis), Joschka Fischer, Robert Salzl (Schörghuber Unternehmensgruppe); rechts: Ex-Spice-Girl Melanie C

