



## Pressemitteilung

Serviceplan Gruppe, GfK Gruppe, ProSiebenSat.1 Media AG, WirtschaftsWoche, Markenverband, iq media marketing

# best brands 2011

Die erfolgreichsten Marken Deutschlands sind Volkswagen, Lego, Apple und Kempinski

Deutschlands erfolgreichste Marken wurden heute während einer feierlichen Gala im Bayerischen Hof in München mit dem **best brands**-Award ausgezeichnet: Den Siegertitel in der Kategorie »Beste Unternehmensmarke« holte sich der Autobauer Volkswagen, in der Kategorie »Beste Produktmarke« sicherte sich der Spielwarenhersteller Lego zum zweiten Mal in Folge den ersten Platz. Der Unterhaltungselektronikkonzern Apple gewann in der Kategorie »Beste Wachstumsmarke«. Der **best brands**-Award in der diesjährigen Sonderkategorie

»Beste Dienstleistungsmarke bei Entscheidern« ging an die älteste europäische Luxushotelkette Kempinski. 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 WirtschaftsWoche und der Serviceplan Gruppe.

**München, den 9. Februar 2011** — Die achte Verleihung des **best brands**-Awards ließ einmal mehr die Elite der Deutschen Markenindustrie in München zusammentreffen: 450 geladene Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien verfolgten im Festsaal des Bayerischen Hofes die bewegende Eröffnungsansprache des geadelten irischen Sängers Sir Bob Geldof. Musikalisch sorgte Kim Wilde für Furore: Die britische Pop-Legende feiert derzeit das Chart-Comeback des Jahres. Durch den Abend führte TV-Moderator Matthias Opdenhövel. An seiner Seite trommelte Schauspielerin und Charity-Botschafterin Désirée Nosbusch bei den **best brands**-Gästen für die Patenschafts-Aktion der SOS-Kinderdörfer. Mit Spannung erwartet wurde die Auszeichnung der »**best brands** 2011«: Die Sieger Volkswagen, Apple, Lego und Kempinski 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 WirtschaftsWoche, dem Markenverband und der iq media marketing ins Leben gerufen. Ziel der Preisverleihung und des begleitenden Tageskongresses ist, erfolgreiche Markenführung in Deutschland zu fördern. Seither wird der **best brands**-Award jährlich im Februar verliehen.



## best brands Die Gewinner

Der Automobilbauer Volkswagen hat sich in der Kategorie **Beste Unternehmensmarke** in diesem Jahr den ersten Platz sichern können – vor den Marken Miele (Platz 2) und Audi (Platz 3). Damit zählen die Wolfsburger zum Durchstarter in dieser Kategorie: Vor zwei Jahren katapultierte sich die Marke auf Platz 5 (2009) und kämpfte sich jährlich um zwei Plätze nach vorn (Platz 3 in 2010). Dazu Christian Klingler, Vorstand für Vertrieb und Marketing des Volkswagen Konzerns und der Marke Volkswagen Pkw: »Die Marke Volkswagen steht für Wertigkeit, Innovation und Verantwortung. Hohe Qualität, Spitzentechnologien und die richtigen Produkte – das alles macht Volkswagen zu einer starken Marke. Diese Auszeichnung belegt die große Wertschätzung und Reputation, die Volkswagen in Deutschland genießt. Wir werden auch in Zukunft alles daran setzen, um die Wünsche unserer Kunden zu erfüllen.«

In der Kategorie **Beste Produktmarke** gewann Vorjahressieger Lego, dicht gefolgt von Miele (Platz 2) und Nivea (Platz 3). Der Spielwarenhersteller gehört zu den Dauerbrennern der Nation: So wurde die Marke bereits zum achten Mal in Folge unter die Top Ten des deutschen Markenrankings gewählt. »Wir freuen uns ganz besonders, weil **best brands** ein Publikumspreis ist und Lego direkt von unserer Zielgruppe zur beliebtesten Marke gewählt wurde«, kommentiert Dirk Engehausen, Geschäftsführer Lego Central Europe, das Ranking. »Wir möchten uns bei allen kleinen und großen Lego Fans für diese Auszeichnung bedanken und versprechen auch weiterhin, mit innovativen Lego Produkten unseren Teil dazu beizutragen, Kinder durch spielerisches Lernen zu fördern.«

Ein Durchmarsch an die Spitze gelang dem Sieger der Kategorie **Beste Wachstumsmarke**: Apple. Der Unterhaltungselektronikkonzern, der bis dato noch nie in den **best brands**-Rankings vertreten war, sicherte sich mit seinen Produkten in diesem Jahr auf Anhieb den ersten Platz. Ebenfalls ein **best brands**-Debüt feierten der Zweitplatzierte LG und der Schuhhersteller Tamaris, der auf dem dritten Platz landete. Im Vergleich zu den anderen **best brands**-Kategorien herrscht unter den Nominierten der **Besten Wachstumsmarke** jährlich die größte Dynamik: So konnte sich mit Acer nur eine einzige Marke gegenüber dem Vorjahr in den Top Ten dieser Kategorie halten.

Die diesjährige Sonderkategorie **Beste Entscheidermarke im Bereich Dienstleistungen und Services** führt die Marke Kempinski an. Europas älteste Luxushotelkette konnte sich gegenüber Deutschlands größter Direktbank ING DiBa (Platz 2) und der Deutschen Lufthansa (Platz 3) durchsetzen und sich die Top-Position sichern. »Die Anerkennung unseres Services durch **best brands** macht uns unglaublich stolz, denn bei Kempinski erwartet die Gäste kein standardisierter Luxus, sondern ehrliche Gastfreundschaft mit einem Lächeln, das von Herzen kommt«, freut sich Reto Wittwer, CEO und Präsident von Kempinski Hotels. »Der Preis bestätigt uns in unseren Anstrengungen, eine individuelle Betreuung sicherzustellen und den Gästen unvergleichliche Augenblicke zu bereiten, an die sie sich gerne erinnern.«



## best brands 2011 Die Top Ten im Überblick

Ranking best brands 2011	Beste Unternehmensmarke	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Beste Dienst- leistungsmarke
1. Platz	Volkswagen	Lego	Apple	Kempinski
2. Platz	Miele	Miele	LG	ING DiBa
3. Platz	Audi	Nivea	Tamaris	Lufthansa
4. Platz	Lufthansa	Tchibo	Base	HUK
5. Platz	Siemens	Rotkäppchen	De'Longhi	Steigenberger
6. Platz	Daimler	Triumph	Pampers	DHL
7. Platz	ADAC	Gillette	Zewa	Sparkasse
8. Platz	Adidas	Microsoft	Frosch	Vodafone
9. Platz	BMW	Canon	Acer	SAP
10. Platz	Aldi	Langnese	Volvic	Air Berlin

## best brands 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 so genannten »Share of Market« sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, dem so genannten »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.



Um die **Beste Produktmarke** zu ermitteln, untersuchte die GfK zunächst den tatsächlichen Markterfolg («Share of Market») der 236 bekanntesten Marken aus 33 Branchen bei Fast Moving Consumer Goods (FMCG) und langlebigen Gebrauchsgütern. Dazu wurden von Oktober 2009 bis September 2010 Informationen zu Erfolgsindikatoren wie Marktanteil, Preispremium und Käuferbindung aus den GfK-Panels ausgewertet (GfK ConsumerScan Individualpanel mit 35.000 Personen, GfK ConsumerScan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten, GfK Retail and Technology mit 27.000 Geschäften, GfK Textilpanel mit 7.000 Haushalten, GfK Automobilmarktforschung). Um anschließend die Attraktivität der Marken bei den Konsumenten, den sogenannten »Share of Soul« zu bestimmen, wurden in den Monaten Oktober und November 2010 Telefoninterviews mit nochmals 3.000 bundesweit repräsentativ ausgewählten Personen durchgeführt. Diese wurden danach befragt, wie attraktiv sie die Marken finden, die zuvor branchenübergreifend als die Erfolgreichsten ermittelt wurden. Gemessen wurde hier an Kriterien wie Markenvertrauen und -identifikation, Mehrpreisakzeptanz und Qualität. Durch das Zusammenführen der beiden Komponenten, des erlösorientierten Markterfolges und der einstellungsorientierten Markenattraktivität konnte die beste Produktmarke bestimmt werden.

Welche Marke die **Beste Wachstumsmarke** des Jahres ist, zeigt sich anhand der verhältnismäßig dynamischen Entwicklung dieser Marken im Vergleich zum Vorjahr. Die wachstumsstärkste Produktmarke ist gekennzeichnet durch die stärkste Veränderung beim Marktanteil und auch bei der Markenattraktivität. Auch hier wurden – wie auch bei der »Besten Produktmarke« – sowohl der zählbare als auch der emotionale Markterfolg gemeinsam analysiert.

Um die **Beste Unternehmensmarke** zu ermitteln, werden die rationale Einstellung wie auch die emotionale Wertschätzung der breiten Öffentlichkeit zu diversen Unternehmen ermittelt. Diese separate Messung erfolgte im Rahmen von Telefoninterviews im Oktober 2010. Deutschlandweit 2.000 repräsentativ ausgewählte Verbraucher wurden nach Erfolgsfaktoren wie Internationalität, Ansehen als Top-Unternehmen, Produktqualität, Sympathie oder Einzigartigkeit befragt. Als Basis der Untersuchung diente eine Shortlist von 66 Unternehmen, die zuvor nach den drei Kriterien Umsatzvolumen, Bekanntheit und Marktkapitalisierung erstellt wurde.

Die Untersuchung für die Sonderkategorie **Beste Entscheidermarke im Bereich Dienstleistungen und Services** unterscheidet sich hinsichtlich der befragten Zielgruppe deutlich von den übrigen **best brands**-Kategorien: Der Fokus liegt hier auf den so genannten Entscheidern, die als Meinungsbildner und ebenfalls als besonders konsumstarke Gruppe gelten. Die Verteilung der Berufsgruppen erfolgt dabei analog zur Leseranalyse Entscheider (LAE) und setzt sich aus 52 Prozent leitenden Angestellten, 22 Prozent Selbständigen mit mindestens zehn Mitarbeitern, 17 Prozent Freiberuflern und 9 Prozent Beamten im höheren Dienst zusammen, die alle über ein Haushaltsnettoeinkommen von jeweils mehr als 3.500 Euro verfügen.

Für die diesjährige Sonderkategorie wurden 850 repräsentativ ausgewählte Entscheider im Oktober und November 2010 per Online-Interview zu Indikatoren wie »Leistungskompetenz«, »Verlässlichkeit«, »Erreichbarkeit«, »Wirtschaftlichkeit« und »Reputation« befragt. Als Basis der Untersuchung diente eine Shortlist der 50 bekanntesten Dienstleistungsmarken. Die Bewertung dieser Sonderkategorie lässt sich dabei mit den **best brands**-Kriterien für Unternehmensmarken vergleichen: Auch hier geht es primär um die Anziehungskraft der Marken auf die Zielgruppe, weniger um spezifische Kaufhandlungen.



## best brands college Der Tageskongress

Um den Informationscharakter von **best brands** zu unterstreichen, geht der abendlichen Preisverleihung ein Tageskongress voraus: Im Rahmen des **best brands college** diskutierten hochkarätige Referenten aus der Medienwirtschaft über die aktuellsten Themen aus Marketing und Kommunikation. Neben wissenschaftlichen Vorträgen zum Thema Markenführung gewährten auch die Vorjahressieger Lego, Henkel und Samsung einen Einblick in ihre erfolgreiche Markenpraxis.

## best brands Pressekontakt

Katrin Kühl

Telefon: +49 89 2050-2270

Telefax: +49 89 2050-60-2270

E-Mail: [katrin.kuehl@bestbrands.de](mailto:katrin.kuehl@bestbrands.de)

Gerne stellen wir Ihnen auf Anfrage weiteres Informations- und Bildmaterial zur Verfügung. Hochauflösende Fotos der **best brands**-Gala stehen für Sie ab dem 10. Februar, 11 Uhr unter [www.bestbrands.de/fotogalerie](http://www.bestbrands.de/fotogalerie) zum Download bereit.