



best brands

das deutsche
markenranking

Studiendesign 2014

Hintergrund

Die Erfolgsgeschichten zahlreicher Unternehmen belegen, dass es auch in schwierigen Zeiten möglich ist, mit visionären und innovativen Markenkonzepthen erfolgreich zu sein. best brands stellt diese Marken und ihre Macher in den Vordergrund.

Beim best brands Award entscheidet allerdings nicht das subjektive Urteil einer Jury über die Gewinner, sondern der Verbraucher selbst. Als einziger Marketingpreis misst best brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie der GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: Am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der psychologischen Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, die letztlich auch den zukünftigen Erfolg ausmacht.



Kategorien

Der best brands Award wird seit 2004 jährlich in den Kategorien »Beste Unternehmensmarke«, »Beste Produktmarke« und »Beste Wachstumsmarke« verliehen.

Im Jahr 2005 folgte die Sonderkategorie »Beste Entscheidermarke«, die jährlich wechselt. Damit stellen die Initiatoren von best brands die Top-Entscheider, eine für die deutsche Markenwirtschaft besonders wichtige Zielgruppe, gesondert in den Mittelpunkt. Mit der Auszeichnung wird ihrer Bedeutung als Meinungsbildner und konsumstarke Zielgruppe Rechnung getragen. In diesem Jahr wird mit dem Preis die »Beste Premium Beautymarke« ausgezeichnet.

best brands 2014 führt ein weiteres Novum ein: Mit der neuen Kategorie »best brands International« wird künftig jeweils ein Gastland in die Untersuchung der GfK miteinbezogen – den Auftakt macht China mit der jeweils besten Unternehmens- und besten Produktmarke.

Kategorien 2014

Beste Unternehmensmarke International
Beste Produktmarke
Beste Wachstumsmarke
Beste Premium Beautymarke

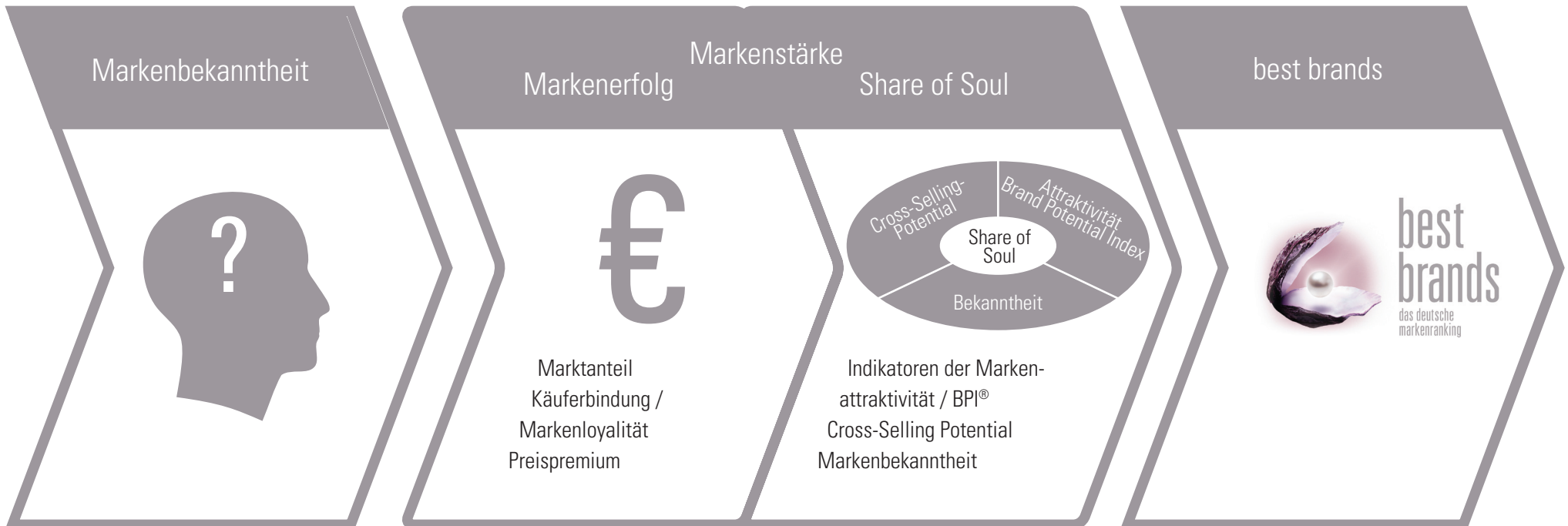
Beste Unternehmensmarke China
Beste Produktmarke China

Initiatoren

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

Der best brands Forschungsansatz

Die umfassende Markenbewertung zur Ermittlung der best brands wird jährlich von der GfK durchgeführt. Sie beruht auf einem detaillierten Studiendesign, das neben der Markenbekanntheit auch die quantitative (erlösorientierte) Perspektive der Markenstärke wie auch ihren qualitativen »Share of Soul« aussagekräftig misst.



Beste Unternehmensmarke International



Studiendesign & Methodik

Alle zwei Jahre wird die Kategorie »Beste Unternehmensmarke« auf internationaler Ebene untersucht und mit dem best brands Award ausgezeichnet – nach 2012 in diesem Jahr zum zweiten Mal. Dabei wird die Reputation deutscher Unternehmen in Deutschland sowie in den wichtigsten Exportländern der fünf bedeutendsten Wirtschaftsräume gemessen.

Untersuchungsgebiete: Nordamerika (USA), Lateinamerika (Brasilien), Europa (Deutschland, Frankreich), Russland, Asien (China)

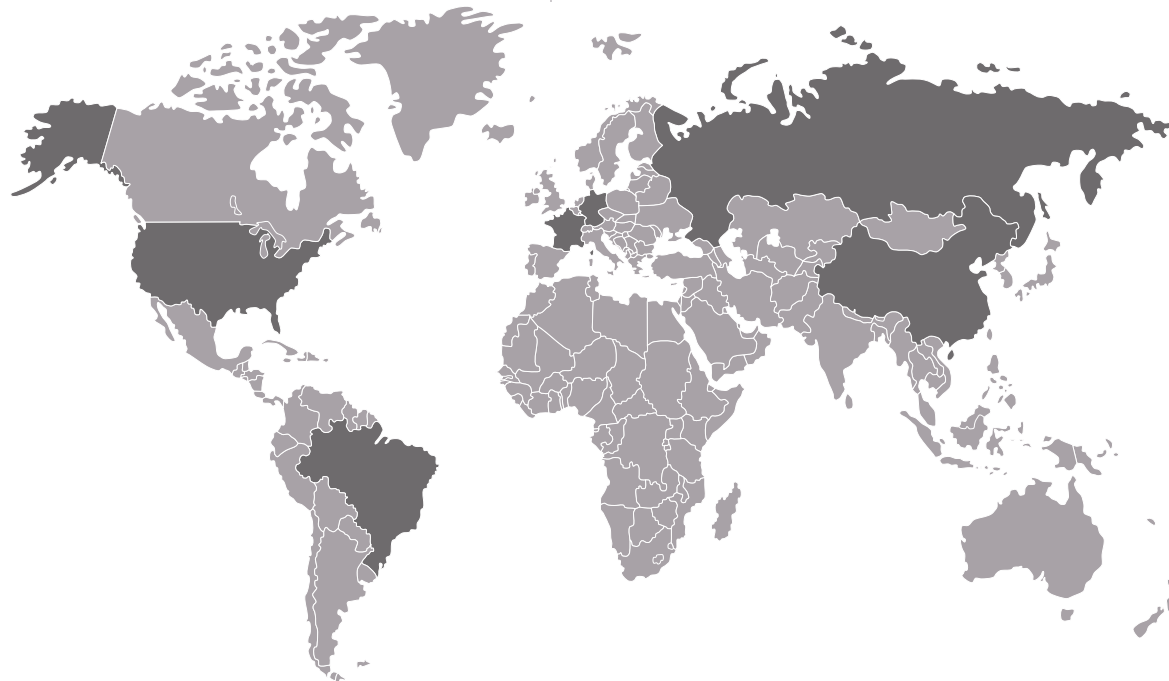
Stichprobe: je 1.100 Personen pro Land; befragt wurden Angestellte

Erhebungszeitraum: Oktober 2013

Methode: Online-Interviews

Die Auswahl der Marken erfolgte auf Basis der stärksten Unternehmensmarken bei best brands 2013, die in *allen* Untersuchungsgebieten vertreten sind.

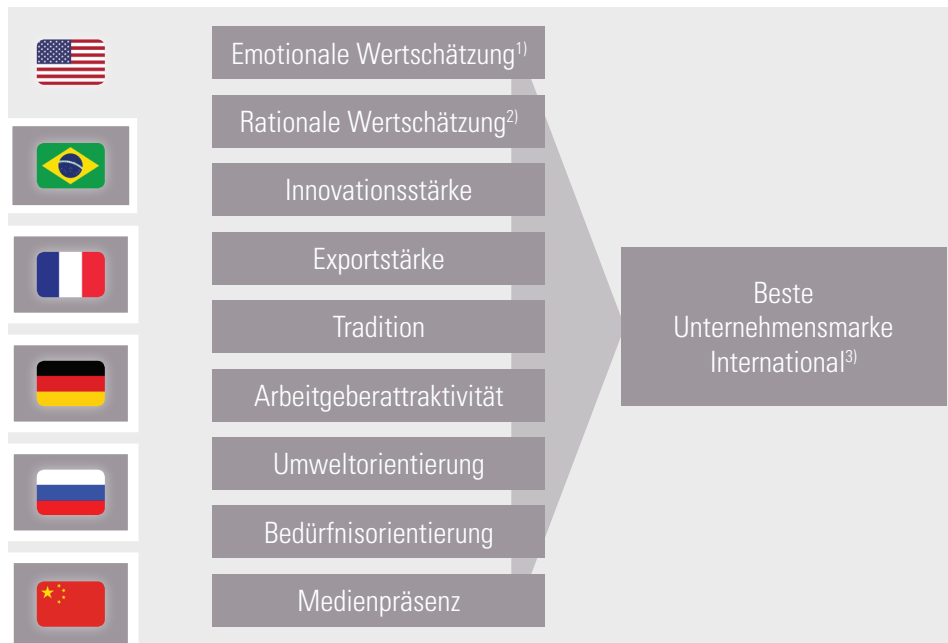
Die Vorauswahl der Unternehmen für die »Beste Unternehmensmarke« bei best brands 2013 erfolgte – wie in den Jahren zuvor – auf Basis von Umsatzvolumen, Bekanntheit und Marktkapitalisierung (dem aktuellen Börsenwert eines börsennotierten Unternehmens, der sich durch Multiplikation des aktuellen Aktienkurses mit der gesamten Aktienanzahl ergibt). Zusätzlich waren auch die bekanntesten Unternehmen aus dem Internetbusiness und der deutschen Handelslandschaft untersucht worden.



Beste Unternehmensmarke International

Bewertungsmodell

Das Modell zeigt die einzelnen Indikatoren, aus denen die »Beste Unternehmensmarke International« pro Land berechnet wird.



¹⁾ Setzt sich zusammen aus Sympathie, Identifikation, Uniqueness

²⁾ Setzt sich zusammen aus Top-Ansehen, Internationalität und Produktqualität/Leistungsvermögen

³⁾ Länder gewichtet entsprechend des gesamtdeutschen Exportanteils

Beste Unternehmensmarke International — Gewinner 2014

1. BMW

2. Audi

3. Porsche

4. Volkswagen

5. Bosch

6. Siemens

7. Daimler

8. Adidas

9. Miele

10. Henkel

Beste Produktmarke



Studiendesign & Methodik

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit
Stichprobe: 3.000 Personen, repräsentative Bevölkerung
Erhebungszeitraum: September und Oktober 2013
Methode: Telefonstudie (CATI)

Die Vorauswahl der Produktmarken erfolgt auf Basis ihres Marktanteils und der Markenbekanntheit. Die Markenstärke jeder beurteilten Marke wird über erlös- und einstellungsorientierte Dimensionen gemessen:

- Die Dimension »Markenerfolg« umfasst den Marktanteil, das Preispremium und die Käuferbindung.
- Die Dimension »Share of Soul« umfasst die Bekanntheit der Produktmarke, ihr Cross-Selling-Potential sowie den »Brand Potential Index« (BPI).

Der Input für die einzelnen Einflussgrößen wird aus den Panels der GfK entnommen sowie aus der repräsentativen Befragung gewonnen. Folgende GfK Panels wurden für die Untersuchung berücksichtigt:

- GfK Consumer Scan Individualpanel mit 40.000 Personen
- GfK Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten
- GfK Retail and Technology mit 27.000 Geschäften
- GfK Textilpanel mit 7.000 Haushalten und 16.000 Berichtspersonen
- GfK Automobilmarktforschung

276 potentielle best brands aus 39 Branchen

Die Liste der potentiellen Marken, die auf Basis dieses Studiendesigns mit dem best brands Award als »Beste Produktmarke« ausgezeichnet werden können, umfasst in diesem Jahr 276 Marken aus insgesamt 39 Branchen.

Güter des täglichen Bedarfs

1. Alkoholfreie Getränke
2. Bier, Biermischgetränke
3. Büro- und Schreibwaren
4. Geschirrspülmittel
5. Heißgetränke
6. Körperpflege, Kosmetik, Haarpflege
7. Molkereiprodukte
8. Mundpflege
9. Nahrungsmittel
10. Papierwaren (inkl. Hygiene)
11. Putz- und Reinigungsmittel
12. Sekt, Wein
13. Spirituosen
14. Süßwaren
15. Tiefkühlkost und Speiseeis
16. TV-Sender
17. Waschmittel (inkl. Zusatzbehandlung)
18. Zeitschriften
19. Zeitungen

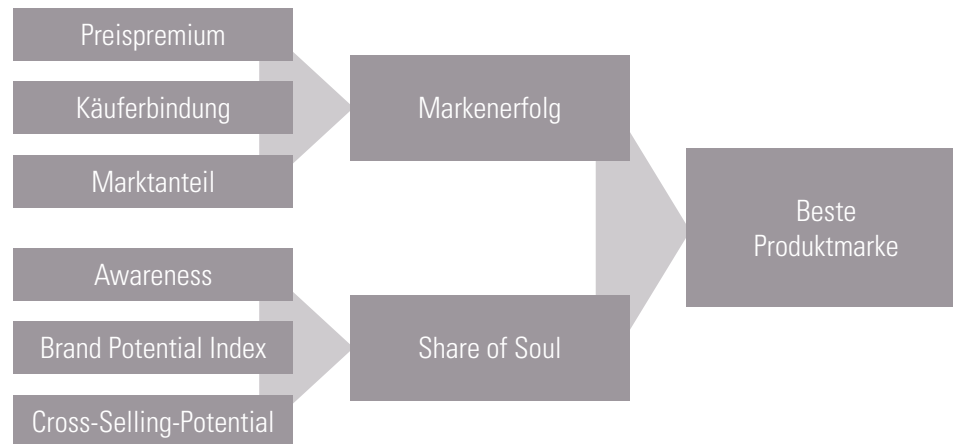
Langlebige Gebrauchsgüter

20. Automobil
21. Bau- und Heimwerkerbedarf
22. Besteck- und Küchenutensilien
23. Computer (Hardware)
24. Computerezubehör
25. Fotografie
26. Gartenbedarf
27. Haushaltsgroßgeräte
28. Haushaltskleingeräte
29. Mobilfunkanbieter
30. Oberbekleidung
31. Schuhe
32. Software
33. Spielwaren
34. Sportartikel (Sportbekleidung)
35. Sportartikel (Sportschuhe)
36. Telekommunikation
37. Unterhaltungselektronik Audio
38. Unterhaltungselektronik Sehen
39. Wäsche, Miederwaren, Strümpfe

Beste Produktmarke

Kausalmodell

Das Modell zeigt die Indikatoren, aus denen die »Beste Produktmarke« berechnet wird.



Beste Produktmarke — Gewinner 2014

1. Nivea

2. Lego

3. Bose

4. Miele

5. Canon

6. Gillette

7. Samsung (TV)

8. Apple

9. Rotkäppchen

10. Lindt

Beste Wachstumsmarke

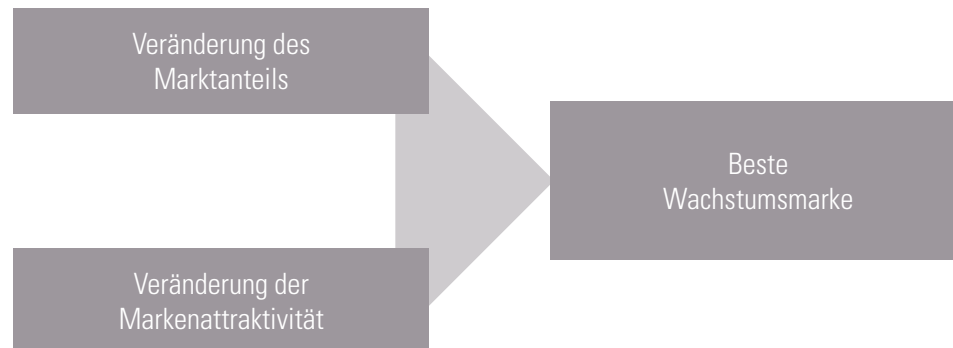
Studiendesign & Methodik

Die »Beste Wachstumsmarke« kennzeichnet die stärkste wertmäßige Marktanteilsveränderung in Verbindung mit der Veränderung der Markenattraktivität der jeweiligen Marke im Vergleich zur Vorperiode.

Das Studiendesign basiert auf dem der »Besten Produktmarke« (siehe oben).

Kausalmodell

Das Modell zeigt die einzelnen Indikatoren, aus denen die »Beste Wachstumsmarke« berechnet wird.



Beste Wachstumsmarke — Gewinner 2014

1. Captain Morgan

2. Schöner Wohnen Farbe

3. LG (Telefone)

4. Harman

5. Tom Tailor

6. Ehrmann

7. WC Frisch

8. Samsung (TV)

9. Persil

10. Frosch

Beste Entscheidermarke 2014 — Beste Premium Beautymarke

Studiendesign & Methodik

Sonderkategorie 2014: »Beste Premium Beautymarke«

Ermittlung der Markenstärke von Luxusmarken im Bereich der Gesichtspflege und der dekorativen Kosmetik.

Untersuchungsgebiet: Deutschland

Stichprobe: 1.000 Frauen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren

Erhebungszeitraum: Oktober 2013

Methode: Onlinebefragung

Zu den untersuchten Marken zählen ausschließlich solche, die über einen Depotvertrag in der selektiven Distribution vertrieben werden – also etwa in örtlichen Fachparfümerien wie Douglas, Pieper oder Aurel sowie in Parfümerien bei Müller, Karstadt/Kaufhof oder in Duty-Free-Shops auf Flughäfen.

Voraussetzungen:

- Die befragte Personen mussten Verwenderinnen von Produkten der dekorativen Kosmetik und/oder Gesichtspflege oder Gesichtsreinigung sein (Anwendung mindestens ein Mal pro Woche)
- Kauf mindestens einer Depotmarke in den vergangenen zwölf Monaten
- Hohe Ausgabenbereitschaft für Schönheitsprodukte im Bereich der Gesichtspflege und der dekorativen Kosmetik

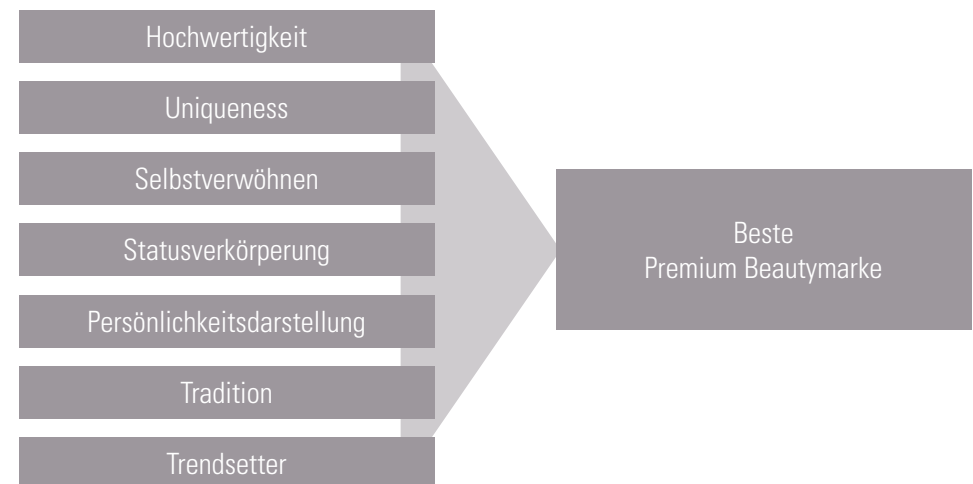
Die Shortlist umfasste die auf Basis von Paneldaten ermittelten 29 Marken mit den höchsten Marktanteilen in den Kategorien Gesichtspflege und Dekorative Kosmetik.

Kausalmodell

Die Markenstärke wurde auf Basis von sieben relevanten Erfolgsfaktoren von Luxus- und Kosmetikprodukten bewertet, die jeweils mithilfe einer Auswahl wissenschaftlich fundierter Indikatoren gemessen wurden.

Die Stärke der einzelnen Beautymarken wurde auf Basis eines Scoring-Ansatzes ermittelt, in den die einzelnen Erfolgsfaktoren und Messindikatoren gewichtet einfließen. Deren Wichtigkeit wurde im Rahmen eines Kausalmodells bestimmt.

Das Modell zeigt die sieben Erfolgsfaktoren, aus denen die »Beste Premium Beautymarke« berechnet wurde:



Beste Entscheidermarke 2014 — Beste Premium Beautymarke



Beste Premium Beautymarke — Gewinner

1. Chanel
2. Christian Dior
3. Sisley
4. Kanebo
5. Mac
6. Giorgio Armani
7. Givenchy
8. Juvena
9. Guerlain
10. Shiseido

Beste Premium Beautymarke

supported by 
KOSMETIKVERBAND

Beste Unternehmensmarke China — Studiendesign & Methodik

Untersuchungsgebiet: China, größere Städte (Tier 1, 2, 3)

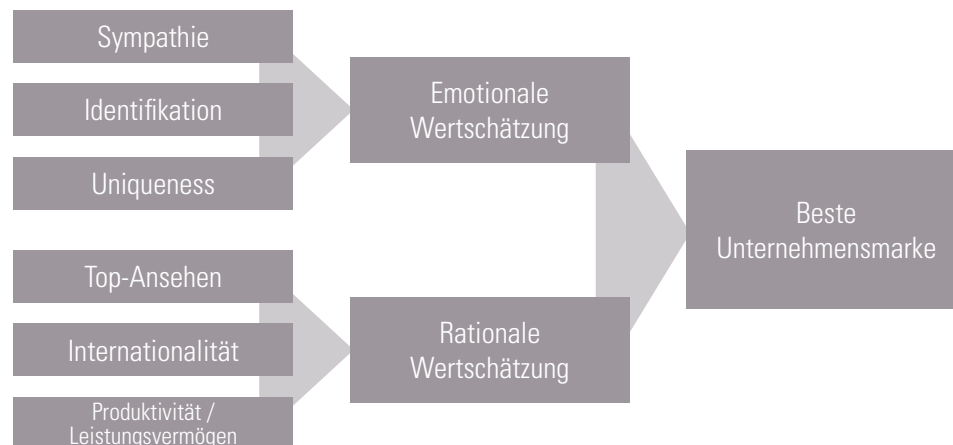
Stichprobe: 994 Personen

Erhebungszeitraum: Oktober 2013

Methode: Onlinebefragung

In einer Vorstudie wurden im August und September 2013 500 Personen im Untersuchungsgebiet gebeten, fünf Top-Unternehmen in China zu nennen (freie Nennung). Aus dieser Liste wurden die Kandidaten für die »Beste Unternehmensmarke China« auf Basis von Börsenindices und Markenbekanntheit ausgewählt.

Kausalmodell



Beste Unternehmensmarke China — Gewinner

1. Apple

2. Microsoft

3. Coca-Cola

4. BMW

5. Tencent

6. Baidu

7. Lenovo

8. Daimler

9. Adidas

10. Haier Group

Beste Produktmarke China — Studiendesign & Methodik

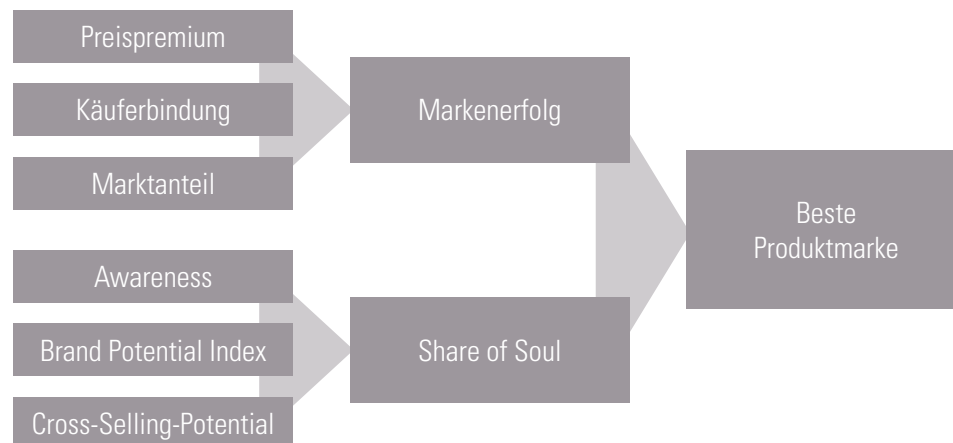
Untersuchungsgebiet: China, größere Städte (Tier 1, 2, 3)

Stichprobe: 3000 Personen

Erhebungszeitraum: Oktober 2013

Methode: Onlinebefragung

Im August und September 2013 wurden 500 Personen im Untersuchungsgebiet in einer Vorstudie zu Produktmarken befragt. Die Auswahl der möglichen Kandidaten für die »Beste Produktmarke China« erfolgte auf Basis ihrer Markenbekanntheit und Kaufhäufigkeit. Die Markenstärke jeder beurteilten Marke wurde – analog zum etablierten best brands Bewertungssystem – über erlös- und einstellungsorientierte Dimensionen gemessen; dem Markenerfolg und dem Share of Soul (vgl. S. 6), wie das Kausalmodell zeigt:



154 potentielle best brands aus 25 Branchen

Die Liste der potentiellen Marken, die auf Basis dieses Studiendesigns mit dem best brands Award als »Beste Produktmarke China« ausgezeichnet werden können, umfasst 154 Marken aus insgesamt 25 Branchen.

Güter des täglichen Bedarfs

1. Alkoholfreie Getränke
2. Bier
3. Chinesische Spirituosen
4. Gesichtspflege
5. Haarpflege
6. Hygienepapier
7. Körperpflegeprodukte
8. Kosmetik
9. Lebensmittel und Tiefkühlkost
10. Molkereiprodukte
11. Mundpflege
12. Nahrungsergänzungsprodukte
13. Nicht verschreibungspflichtige Medikamente
14. Süßwaren
15. Wasch- & Reinigungsmittel
16. Wein

Langlebige Gebrauchsgüter

17. Automobil
18. Bekleidung
19. Computer
20. Fotografie
21. Haushaltsgeräte
22. Schuhe
23. Sportartikel
24. Telekommunikation
25. Unterwäsche

best brands International 2014 — China



Beste Produktmarke China — Gewinner

1. Master Kong
2. Safeguard
3. Dove (Mars)
4. Mengniu
5. Volkswagen
6. Head & Shoulders
7. Estee Lauder
8. Yunnan Baiyao
9. Jin Long Yu
10. Crest

Beste Unternehmensmarke 2008 - 2014



best
brands
das deutsche
markenranking

Beste Unternehmensmarke	2014 International	2013	2012 International	2011	2010	2009	2008
1. Platz	BMW	Amazon	BMW	Volkswagen	Google	Google	Lufthansa
2. Platz	Audi	Volkswagen	Audi	Miele	Audi	Lufthansa	Aldi
3. Platz	Porsche	Audi	Volkswagen	Audi	Volkswagen	Miele	Adidas
4. Platz	Volkswagen	Miele	Bosch	Lufthansa	Lufthansa	Adidas	Miele
5. Platz	Bosch	Siemens	Siemens	Siemens	Miele	Volkswagen	Google
6. Platz	Siemens	BMW	Miele	Daimler	Daimler	BMW	Siemens
7. Platz	Daimler	Lufthansa	Porsche	ADAC	BMW	Bosch	Microsoft
8. Platz	Adidas	ADAC	Adidas	Adidas	Aldi	Audi	BMW
9. Platz	Miele	Adidas	Daimler	BMW	Adidas	Microsoft	Audi
10. Platz	Henkel	Daimler	Beiersdorf	Aldi	Siemens	eBay	Amazon

Beste Produktmarke 2008 - 2014



best
brands
das deutsche
markenranking

Beste Produktmarke	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
1. Platz	Nivea	Nivea	Apple	Lego	Lego	Miele	Canon
2. Platz	Lego	Apple	Nivea	Miele	Miele	Canon	Adidas
3. Platz	Bose	Lego	Miele	Nivea	Nivea	Elmex	Tchibo
4. Platz	Miele	Miele	Lego	Tchibo	Elmex	Tchibo	Miele
5. Platz	Canon	Gillette	Coca-Cola	Rotkäppchen	Microsoft	Microsoft	Rotkäppchen
6. Platz	Gillette	Triumph	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Lego	Lego
7. Platz	Samsung TV	Adidas	Tchibo	Gillette	Esprit	Nivea	Triumph
8. Platz	Apple	Coca-Cola	Gillette	Microsoft	Freixenet	Coca-Cola	Nokia
9. Platz	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Miele
10. Platz	Lindt	Lindt	Adidas	Langnese	Canon	Adidas	Nivea

Beste Wachstumsmarke 2008 - 2014



Beste Wachstumsmarke	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
1. Platz	Captain Morgan	Samsung	HTC	Apple <small>iPhone</small>	Samsung	Mey	Sony Ericsson
2. Platz	Schöner Wohnen Farbe	De'Longhi	Aperol	LG	Acer	Samsung	Panasonic
3. Platz	LG <small>Telefone</small>	Apple	Apple	Tamaris	Punica	Nike	Brise
4. Platz	Harman	Triumph	Base	Base	Lenovo	Landliebe	Triumph
5. Platz	Tom Tailor	Fit	Havana Club	De'Longhi	Echter Nordhäuser	Weihenstephan	Samsung
6. Platz	Ehrmann	Lenor	Barbie	Pampers	H&M	Technics/Panasonic	E-Plus
7. Platz	WC Frisch	Nur Die	Geox	Zewa	Hohes C	Puma	Dallmayr
8. Platz	Samsung <small>TV</small>	Asics	Jacobs	Frosch	Granini	Sony Ericsson	Brax
9. Platz	Persil	Yamaha	Samsung	Acer	Pelikan	Ramazotti	Esprit
10. Platz	Frosch	Nikon	Alpina	Volvic	Dallmayr	Nikon	HP

Beste Entscheidermarke

2008 - 2014 (Sonderkategorie)



Beste Entscheidermarke	2014 Premium Beautymarke	2013 Sportmarke	2012 Händlermarke Non-Food	2011 Dienstleistungs-marke	2010 Nachhaltigkeits-marke	2009 Designmarke	2008 Luxusautomobil
1. Platz	Chanel	Adidas	Amazon	Kempinski	Henkel	Artemide	Aston Martin DB9
2. Platz	Christian Dior	Jack Wolfskin	dm	ING DiBa	Linde	Rolf Benz	Lamborghini Murcielago
3. Platz	Sisley	Nike	Ikea	Lufthansa	BMW	Alessi	Audi R8
4. Platz	Kanebo	Odlo	Hugendubel	HUK	Volkswagen	Vitra	Ferrari 599 GTB Fiorano
5. Platz	Mac	Puma	Budnikowsky	Steigenberger	Miele	Rosenthal	Lamborghini Gallardo
6. Platz	Giorgio Armani	Lowa	Thalia	DHL	Siemens	Ritzenhoff	Mercedes SLR
7. Platz	Givenchy	Asics	Peek & Cloppenburg	Sparkasse	Fresenius Medical Care	Villeroy & Boch	Aston Martin V8 Vantage
8. Platz	Juvena	Schöffel	Esprit	Vodafone	RWE	Ligne Roset	Maybach
9. Platz	Guerlain	Globetrotter	Rossmann	SAP	EnBW	Robbe & Berking	Ferrari 612 Scaglietti
10. Platz	Shiseido	Reebok	Karstadt	Air Berlin	Audi	Tobias Grau	Porsche 911

best brands International	2014 China	2014 China
	Unternehmensmarke	Produktmarke
1. Platz	Apple	Master Kong
2. Platz	Microsoft	Safeguard
3. Platz	Coca-Cola	Dove (Mars)
4. Platz	BMW	Mengniu
5. Platz	Tencent	Volkswagen
6. Platz	Baidu	Head & Shoulders
7. Platz	Lenovo	Estee Lauder
8. Platz	Damiler	Yunnan Baiyao
9. Platz	Adidas	Jin Long Yu
10. Platz	Haier Group	Crest



best brands

das deutsche
markenranking

www.bestbrands.de