



best brands

2013 das deutsche
markenranking

Studiendesign

Hintergrund

Die Erfolgsgeschichten zahlreicher Unternehmen belegen, dass es auch in schwierigen Zeiten möglich ist, mit visionären und innovativen Markenkonzepten 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 Produktmarke«, »Beste Wachstumsmarke« und »Beste Unternehmensmarke« verliehen.

Im Jahr 2005 folgte die zusätzliche 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 Sportmarke« ausgezeichnet.

Anlässlich des zehnjährigen Jubiläums von best brands wird 2013 außerdem die »Beste Unternehmermarke« in einer Jubiläumskategorie geehrt.

Kategorien 2013

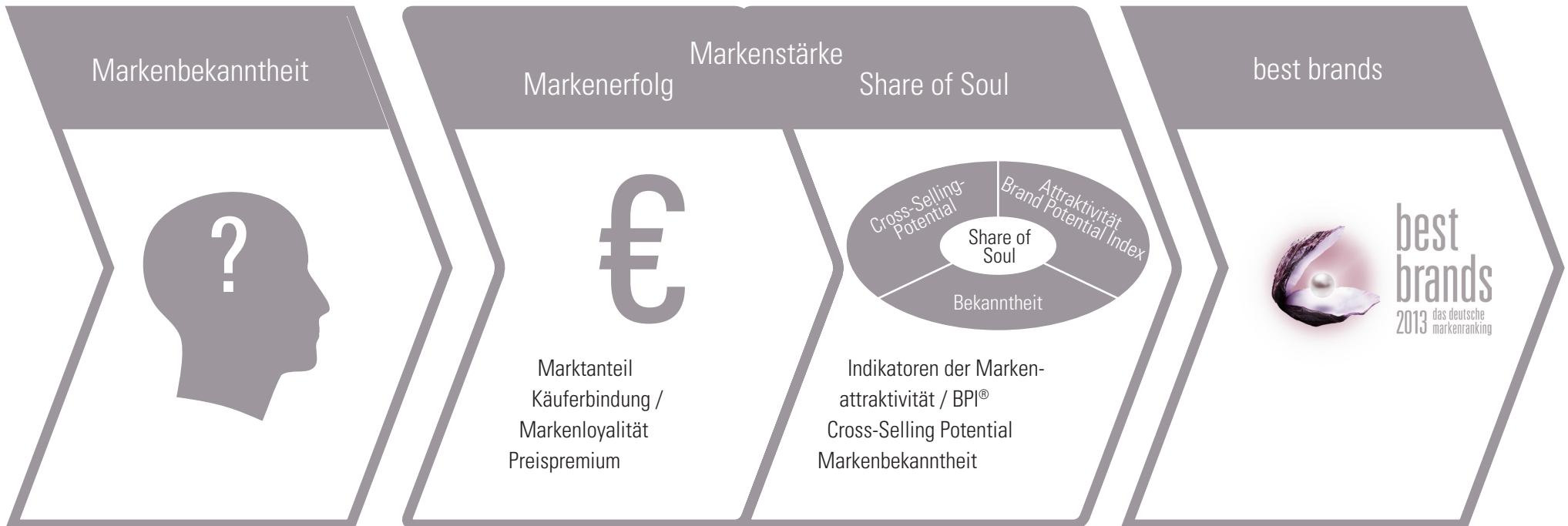
- Beste Produktmarke
- Beste Wachstumsmarke
- Beste Unternehmensmarke
- Beste Sportmarke (Sonderkategorie)
- Bester Unternehmer (Jubiläumskategorie)

Initiatoren

- Serviceplan Gruppe
- GfK
- ProSiebenSat.1 Media AG
- WirtschaftsWoche
- Markenverband
- iq media marketing GmbH
- Ströer Out-of-Home Media AG

Der best brands Forschungsansatz

Die umfassende Markenbewertung zur Ermittlung der best brands wird jährlich von der GfK Gruppe 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 Produktmarke



Studiendesign & Methodik

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit
Stichprobe: 3.000 Personen, repräsentative Bevölkerung
Erhebungszeitraum: September und Oktober 2012
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 35.000 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

265 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 265 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

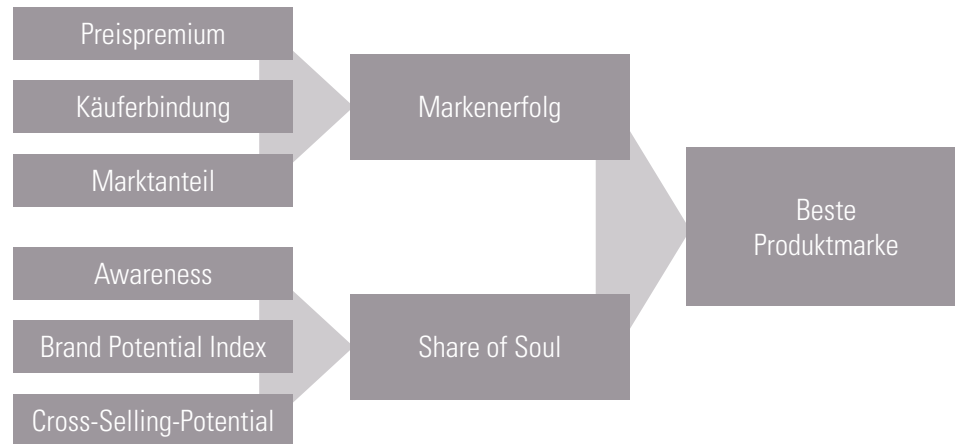
Langlebige Gebrauchsgüter

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.



Gewinner 2013

1. Nivea

2. Apple

3. Lego

4. Miele

5. Gillette

6. Triumph

7. Adidas

8. Coca-Cola

9. Rotkäppchen

10. Lindt

Beste Wachstumsmarke

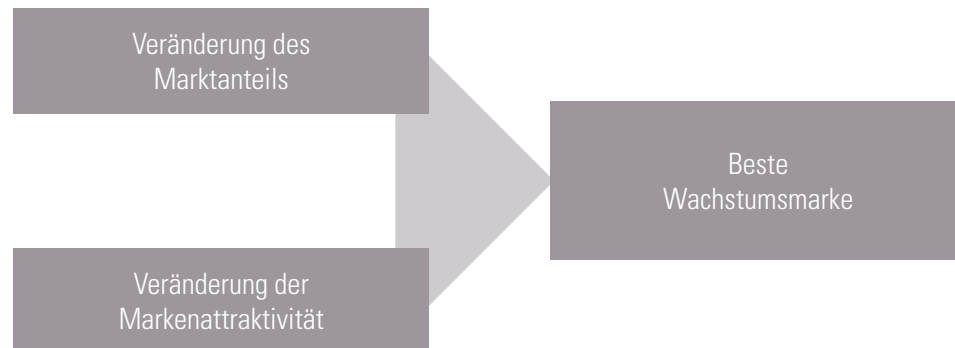
Studiendesign & Methodik

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.



Gewinner 2013

1. Samsung

2. De'Longhi

3. Apple

4. Triumph

5. Fit

6. Lenor

7. Nur Die

8. Asics

9. Yamaha (Audio)

10. Nikon

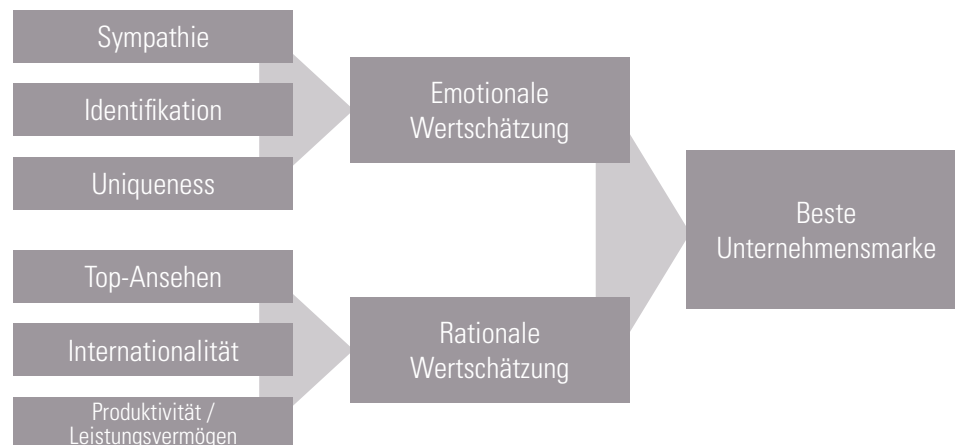
Beste Unternehmensmarke



Studiendesign & Methodik

Die Reputation von Unternehmen wird beeinflusst durch die rationale und emotionale Wertschätzung eines Unternehmens. Die Studie zur Bewertung der Unternehmen wurde in Form einer Telefonstudie (CATI) mit einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe im September und Oktober 2012 durchgeführt. Die Vorauswahl der Unternehmen erfolgte auf Basis von Umsatzvolumen, Bekanntheit und Marktkapitalisierung (aktueller Börsenwert einer börsennotierten Firma, der sich durch Multiplikation des aktuellen Aktienkurses mit der gesamten Aktienanzahl ergibt). Zusätzlich wurden die bekanntesten Unternehmen aus dem Internetbusiness und der deutschen Handelslandschaft untersucht. Die »Beste Unternehmensmarke« wurde schließlich aus einer Shortlist von 69 Unternehmen ermittelt.

Kausalmodell



Gewinner 2013

1. Amazon

2. Volkswagen

3. Audi

4. Miele

5. Siemens

6. BMW

7. Lufthansa

8. ADAC

9. Adidas

10. Daimler

Beste Entscheidermarke 2013 — Beste Sportmarke



Studiendesign & Methodik

Sonderkategorie 2013: »Beste Sportmarke«

Ermittlung der Markenattraktivität von Herstellern und Händlern im Bereich Sport

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Erhebungszeitraum: September und Oktober 2012

Methode: Onlinebefragung

Stichprobenszusammensetzung: 500 Entscheider, repräsentativ entsprechend der Leseranalyse Entscheider (LAE). Auch die Verteilung der Berufsgruppen erfolgte analog zur LAE: 22% Selbstständige, 17% Freiberufler, 52% Leitende Angestellte, 9% Beamte im höheren Dienst). Am Ende des Interviews erfolgte eine Überprüfung der Screening-Kriterien und die Abfrage weiterer Beschreibungsmerkmale durch Selbstauskunft des Befragten.

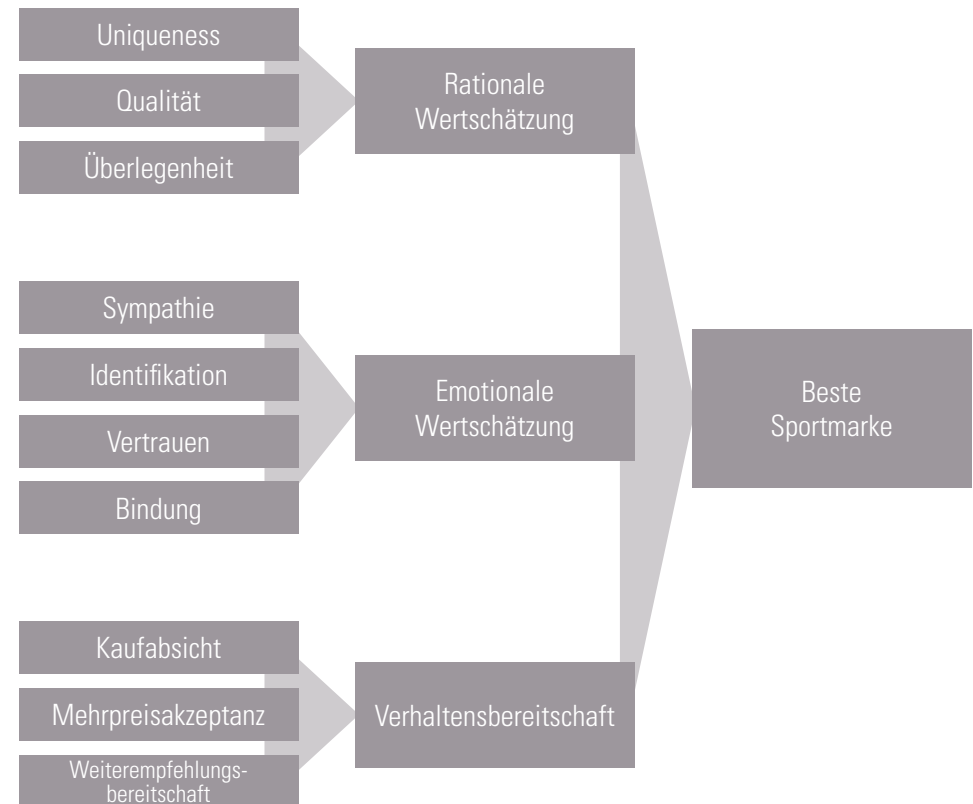
»Entscheider« sind laut LAE

- Beamte im höheren Dienst (Haushaltsnettoeinkommen > 3.500 Euro)
- Leitende Angestellte (Haushaltsnettoeinkommen > 3.500 Euro)
- Selbstständige (Eigentümer eines Unternehmens mit mindestens zehn Mitarbeitern und Haushaltsnettoeinkommen > 3.500 Euro)
- Freiberufler (u.a. Rechts-, Steuer-, Unternehmensberater, Architekten, Ingenieure, Ärzte, Veterinärmediziner etc. mit mindestens einem Mitarbeiter und Haushaltsnettoeinkommen > 3.500 Euro)

Die Shortlist umfasste insgesamt 23 Sportmarken (13 Herstellermarken und zehn Sportfachhändler) auf Basis der GfK Panels und NPD Sports Tracking Europe (Kriterium: Umsatzstärke).

Kausalmodell

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



Beste Entscheidermarke 2013 — Beste Sportmarke



Gewinner 2013

1. Adidas

2. Jack Wolfskin

3. Nike

4. Odlo

5. Puma

6. Lowa

7. Asics

8. Schöffel

9. Globetrotter

10. Reebok

Jubiläumskategorie — Beste Unternehmermarke



Studiendesign & Methodik

Jubiläumskategorie »10 Jahre best brands«

Ermittlung der »Besten Unternehmermarke« aus Sicht von Entscheidern

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Erhebungszeitraum: September und Oktober 2012

Methode: Onlinebefragung

Stichprobenszusammensetzung: 2 x 500 Entscheider (siehe »Beste Entscheidermarke«)

In einer Sekundärforschung wurden zunächst 88 Unternehmerpersönlichkeiten ermittelt. Ein »Unternehmer« ist dabei gekennzeichnet durch den Besitz eines signifikanten Anteils am Gesamtunternehmen (in Abgrenzung zum CEO) sowie seine Tätigkeit im operativen Management des Unternehmens (Führungsposition, aktuell oder ehemals).

In einer ersten Befragung wurde zunächst die Bekanntheit und Vertrautheit der ausgewählten Unternehmermarken bei 500 Entscheidern abgefragt (Bildgestützt, mit Portrait der Person sowie Nennung des Unternehmens per Bild- bzw. Wortmarke). Daraus entstand eine Shortlist mit 22 Unternehmerpersönlichkeiten.

Anschließend wurde in einer zweiten Befragung mit wiederum 500 Entscheidern die »Beste Unternehmermarke« über eine indirekte Ermittlung der Wertschätzung basierend auf dem individuellen Wertesystem des Befragten mit Hilfe eines modifizierten Paarvergleichs (»MaxDiff«) bestimmt.

Gewinner 2013

Götz W. Werner

dm-drogerie markt



Beste Produktmarke 2007 - 2013



**best
brands**
2013 das deutsche
markenranking

Beste Produktmarke	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1. Platz	Nivea	Apple	Lego	Lego	Miele	Canon	Canon
2. Platz	Apple	Nivea	Miele	Miele	Canon	Adidas	Lego
3. Platz	Lego	Miele	Nivea	Nivea	Elmex	Tchibo	Tchibo
4. Platz	Miele	Lego	Tchibo	Elmex	Tchibo	Miele	Nivea
5. Platz	Gillette	Coca-Cola	Rotkäppchen	Microsoft	Microsoft	Rotkäppchen	Miele
6. Platz	Triumph	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Lego	Lego	Freixenet
7. Platz	Adidas	Tchibo	Gillette	Esprit	Nivea	Triumph	Nokia
8. Platz	Coca-Cola	Gillette	Microsoft	Freixenet	Coca-Cola	Nokia	Adidas
9. Platz	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Miele	Rotkäppchen
10. Platz	Lindt	Adidas	Langnese	Canon	Adidas	Nivea	Siemens

Beste Wachstumsmarke 2007 - 2013



Beste Wachstumsmarke	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1. Platz	Samsung	HTC	Apple <small>iPhone</small>	Samsung	Mey	Sony Ericsson	Sony Ericsson
2. Platz	De'Longhi	Aperol	LG	Acer	Samsung	Panasonic	Beck's
3. Platz	Apple	Apple	Tamaris	Punica	Nike	Brise	Motorola
4. Platz	Triumph	Base	Base	Lenovo	Landliebe	Triumph	Pepsi Cola
5. Platz	Fit	Havana Club	De'Longhi	Echter Nordhäuser	Weihenstephan	Samsung	Veltins
6. Platz	Lenor	Barbie	Pampers	H&M	Technics/Panasonic	E-Plus	Dove
7. Platz	Nur Die	Geox	Zewa	Hohes C	Puma	Dallmayr	Persil
8. Platz	Asics	Jacobs	Frosch	Granini	Sony Ericsson	Brax	Krombacher
9. Platz	Yamaha	Samsung	Acer	Pelikan	Ramazotti	Esprit	Faber Castell
10. Platz	Nikon	Alpina	Volvic	Dallmayr	Nikon	HP	Somat

Beste Unternehmensmarke 2007 - 2013



Beste Unternehmensmarke	2013	2012 (International)	2011	2010	2009	2008	2007
1. Platz	Amazon	BMW	Volkswagen	Google	Google	Lufthansa	Miele
2. Platz	Volkswagen	Audi	Miele	Audi	Lufthansa	Aldi	Google
3. Platz	Audi	Volkswagen	Audi	Volkswagen	Miele	Adidas	Porsche
4. Platz	Miele	Bosch	Lufthansa	Lufthansa	Adidas	Miele	Aldi
5. Platz	Siemens	Siemens	Siemens	Miele	Volkswagen	Google	Lufthansa
6. Platz	BMW	Miele	Daimler	Daimler	BMW	Siemens	Daimler Chrysler
7. Platz	Lufthansa	Porsche	ADAC	BMW	Bosch	Microsoft	eBay
8. Platz	ADAC	Adidas	Adidas	Aldi	Audi	BMW	ADAC
9. Platz	Adidas	Daimler	BMW	Adidas	Microsoft	Audi	BMW
10. Platz	Daimler	Beiersdorf	Aldi	Siemens	eBay	Amazon	Siemens

Beste Entscheidermarke

2007 - 2013 (Sonderkategorie)



Beste Entscheidermarke	2013 Sportmarke	2012 Händlermarke Non-Food	2011 Dienstleistungsmarke	2010 Nachhaltigkeitsmarke	2009 Designmarke	2008 Luxusautomobil	2007 Luxusmarke
1. Platz	Adidas	Amazon	Kempinski	Henkel	Artemide	Aston Martin DB9	Gucci
2. Platz	Jack Wolfskin	dm	ING DiBa	Linde	Rolf Benz	Lamborghini Murcielago	Glashütte
3. Platz	Nike	Ikea	Lufthansa	BMW	Alessi	Audi R8	IWC
4. Platz	Odlo	Hugendubel	HUK	Volkswagen	Vitra	Ferrari 599 GTB Fiorano	Louis Vuitton
5. Platz	Puma	Budnikowsky	Steigenberger	Miele	Rosenthal	Lamborghini Gallardo	Dior
6. Platz	Lowa	Thalia	DHL	Siemens	Ritzenhoff	Mercedes SLR	Lange & Söhne
7. Platz	Asics	Peek & Cloppenburg	Sparkasse	Fresenius Medical Care	Villeroy & Boch	Aston Martin V8 Vantage	Prada
8. Platz	Schöffel	Esprit	Vodafone	RWE	Ligne Roset	Maybach	Jaeger-LeCoultre
9. Platz	Globetrotter	Rossmann	SAP	EnBW	Robbe & Berking	Ferrari 612 Scaglietti	Giorgio Armani
10. Platz	Reebok	Karstadt	Air Berlin	Audi	Tobias Grau	Porsche 911	Versace