

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8232/1433301/sieger-der-brand-awareness-international-2009-pc-welt-praesentiert-die-ergebnisse-der-marken-image> abgerufen werden.



**Sieger der "Brand Awareness International 2009":
PC-WELT präsentiert die Ergebnisse der Marken-Image-Studie für die ITK- und
Unterhaltungselektronik-Branche**

02.07.2009 - 10:32 Uhr, IDG PC-WELT

München (ots) - Canon mit Doppelsieg "Marke des Jahres 2009" / Sony erhält die Auszeichnung "Aufsteiger des Jahres" / Insgesamt 379 ITK- und UE-Marken sowie erstmals auch 57 Marken aus den Bereichen Automobilbranche und Banken-/Investmentangebot bewertet

Das Unternehmen Canon ist die "Marke des Jahres 2009", zum "Aufsteiger des Jahres" wurde Sony gewählt. Das sind die zentralen Ergebnisse der "Brand Awareness International 2009", der größten internationalen unabhängigen Marken-Image-Studie für den ITK- und Unterhaltungselektronikmarkt, die in diesem Jahr zum sechzehnten Mal von der Medienmarke PC-WELT vorgestellt wird. Erstmals wurden bei der diesjährigen Erhebung auch 57 Marken aus den Bereichen Automobilbranche und Banken-/Investmentangebot mit einbezogen, um Marketing-Entscheidern auch in diesen wichtigen Wirtschaftsbranchen wertvolle Informationen über Bekanntheit und Image der Marken bieten zu können. Bei den Automobilherstellern hat laut Studie Audi das beste Marken-Image, gefolgt von VW und BMW. Im Bereich Banken-/Investmentangebot setzte sich die Sparkasse an die Spitze, auf Platz zwei und drei kommen die Volks- und Raiffeisenbank sowie die ING-DiBA.

Im Kernbereich der "Brand Awareness International", dem ITK- und Unterhaltungselektronik-Sektor, konnte Canon in diesem Jahr einen Doppelsieg erringen. So erreichte das Unternehmen den Spitzenplatz in der Sparte "ITK". Die Marke TomTom belegte Rang zwei, gefolgt von HP auf dem dritten Platz.

In der Sparte "Unterhaltungselektronik" siegte wie schon in den beiden vorangegangenen Jahren ebenfalls Canon. Das Unternehmen erreichte mit seinen digitalen Spiegelreflexkameras in insgesamt sechs von sieben Kategorien (Qualitätsprodukt, guter Support/Service, neueste Technologie, Energieeffizienz, Zuverlässigkeit sowie Markensympathie) die stärkste Zustimmung seitens der Leser und PC-WELT.de-User. Den größten Zuwachs an Markenbekanntheit und Attraktivität gegenüber dem Vorjahr kann Sony für seine digitalen Spiegelreflexkameras verbuchen und erhält damit die Auszeichnung "Aufsteiger des Jahres".

Basisinformationen zur "Brand Awareness 2009"
Die "Brand Awareness International 2009" beruht auf einer großen Befragung der Medienmarke PC-WELT anhand interaktiver Fragebögen, an der von Dezember 2008 bis März 2009 allein in Deutschland mehr als 16.400 Leser und PC-WELT.de-User teilgenommen haben. Die Studie gibt Auskunft über Bekanntheit, Image und Marktpotenzial von insgesamt 379 Marken aus ITK und Unterhaltungselektronik in 24 Produktbereichen - von Desktop-PCs und Notebooks über Digitalkameras und Audiosysteme bis hin zu Navigations-Systemen und Internet-Zugangsprovidern. Erstmals wurden bei der 16. Befragungswelle auch 57 Marken der Automobilhersteller sowie aus dem Bereich Banken-/Investmentangebot bewertet. Studienpartner ist die Nürnberger Agentur RPF Online.

Darüber hinaus wurde die Befragung parallel auch von der Schwesterpublikation der PC-WELT in den Niederlanden durchgeführt.

Bedeutung und Stellenwert der "Brand Awareness 2009"
Die hohe Fallzahl von mehr als 16.400 befragten PC-WELT-Lesern und -Usern in Deutschland ermöglicht in fundierten Analysen zuverlässige Aussagen über die untersuchten Marken. Mit der "Brand Awareness International" gibt die PC-WELT Marketing-Entscheidern in den Segmenten ITK und Unterhaltungselektronik jedes Jahr wettbewerbsrelevante Daten und Fakten an die Hand, mit deren Hilfe die Marken-Positionierung überprüft werden kann. Dank der individuell selektierbaren Auswertungsschemata sind auch Vergleiche mit früheren Untersuchungsergebnissen möglich. So kann etwa aufgezeigt werden, wie sich ein Marken-Image im Wettbewerbsumfeld entwickelt hat. Darüber hinaus lassen sich Marken auch länderübergreifend darstellen.

Für weitere Informationen zur "Brand Awareness International 2009" steht Christoph Burkhart, Anzeigenleitung/Associate Publisher PC-WELT, gern zur Verfügung.

Hinweis für die Redaktionen:
Die Top-10-Plazierungen aller einzelnen Produktgruppen sowie der Gesamtsieger der "Brand Awareness International 2009" können in Form einer Excel-Datei bei der PubliKom Kommunikationsberatung GmbH unter Tel. 040/39 92 72-31 oder presse@publikom.com angefordert werden.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Christoph Burkhart,
Anzeigenleitung/Associate Publisher PC-WELT,
Tel. 089/360 86-294,
E-Mail: cburkhart@pcwelt.de

Originaltext:	IDG PC-WELT
Pressemappe:	http://www.presseportal.de/pm/8232/idg-pc-welt
Pressemappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_8232.rss2