

Pressemitteilung

15 Jahre Best Brands 2018:

Ikea, Nivea, Lay's und Nike auf dem Siegereppchen

Zum 15. Mal wurden heute Abend im Bayerischen Hof in München die stärksten Marken des Jahres mit der Verleihung des Best Brands Awards gefeiert. Mehr als 600 geladene Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien feierten die Auszeichnung von Ikea als „Beste internationale Unternehmensmarke in Europa“, Nivea als „Beste Produktmarke“ und Lay's als „Beste Wachstumsmarke“. In der Sonderkategorie „Best Millennials' Brand“ wurde Nike im Rahmen der feierlichen Gala als Nummer 1 gewürdigt. In diesem Jahr gab es zudem eine Sonderauszeichnung. Nivea ist im Rahmen von 15 Jahren Best Brands als „15 Jahre Beste Produktmarke“ ausgezeichnet worden.

München, den 21. Februar 2018 — Best Brands – das Event, das sich seit 2004 zur Branchenveranstaltung des Jahres entwickelt hat – feierte am 21. Februar zum 15. Mal die besten Marken Deutschlands, die im Zuge einer repräsentativen Studie von GfK identifiziert wurden. Die Gewinner wurden auch 2018 im Rahmen einer feierlichen Gala im Bayerischen Hof in München ausgezeichnet. Vergeben wurden die Awards in den Kategorien „Beste Unternehmensmarke“, „Beste Produktmarke“, „Beste Wachstumsmarke“ sowie in der diesjährigen Sonderkategorie „Best Millennials' Brand“. Seit 2012 wird die „Beste Unternehmensmarke“ auch regelmäßig auf internationaler Ebene analysiert, sodass 2018 die „Beste Unternehmensmarke in Europa“ ausgezeichnet wurde. Darüber hinaus wurde in diesem Jahr zusätzlich die „Beste Produktmarke“ der vergangenen 15 Jahre gefeiert.

Ikea, Nivea und Lay's wurden dieses Jahr mit den Awards ausgezeichnet. In der Sonderkategorie „Best Millennial's Brand“ wurde Nike im Rahmen der feierlichen Gala als Nummer 1 gewürdigt.

Altkanzler und Europaexperte Gerhard Schröder eröffnete die Gala im Ballsaal des Bayerischen Hofes mit einer engagierten Keynote zur Marke Europa. Durch das Programm führte auch in diesem Jahr Moderator Klaas Heufer-Umlauf. Begeistern konnte das Publikum auch der Showact – die Schauspielerin und Sängerin Yvonne Catterfeld sorgte für Stimmung im Ballsaal mit ihrer Musikeinlage.

Seite 1 von 7

Die Partner

Der über die Jahre gewachsene Erfolg von Best Brands ist das Ergebnis der professionellen Zusammenarbeit aller Partner – das sind GfK, die ProSiebenSat.1 Media SE, die WirtschaftsWoche, der Markenverband, DIE ZEIT, der Audiovermarkter RMS und die Serviceplan Gruppe.

Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe, sagt: „In einer immer schnelllebigeren und digitalen Welt wächst die Bedeutung von Marken. Sie geben dem Konsumenten Sicherheit und bieten Orientierung. Damit gewinnt auch unser Ranking weiter an Relevanz – und das seit 15 Jahren! Aber nicht nur das Ranking, auch die Veranstaltung ist zu einem Leuchtturmevent in unserer Branche geworden. Hier treffen unsere teils langjährigen Gäste nicht nur auf spannende Speaker und erleben einen tollen Showact, sondern können sich im Rahmen der feierlichen Gala mit Kolleginnen und Kollegen aus der Branche austauschen und vernetzen.“

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung des ProSiebenSat.1-Vermarkters SevenOne Media: „In diesem Jahr zeigt sich wieder einmal, wie sich „Best Brands“ definieren: Sie vereinen starke emotionale Bindung mit hoher Bekanntheit – die sie auch durch die Kraft des Fernsehens erreichen. Als Partner feiern wir diese großen Marken im Rahmen der Best Brands Gala gebührend!“

Michael Müller, Regional General Manager Central Europe bei GfK: „Best Brands zeichnet die Marken aus, die eine langfristige, emotionale Beziehung zu den Konsumenten aufbauen konnten. Die Sonderkategorie Best Millennials‘ Brands zeigt in diesem Jahr sehr eindrucksvoll, was erfolgreiche Marken zukünftig ausmachen wird. Ihnen gelingt es, die individuellen Interessen der Millennials anzusprechen und gleichzeitig dem Wunsch nach Gemeinschaft gerecht zu werden. Dazu gehört eine smarte Inszenierung in sozialen Medien, die das emotionale Gemeinschaftserlebnis betont und trotzdem innovative Coolness vermittelt.“

Frank Dopheide, Geschäftsführer Handelsblatt Media Group: „Schumpeters Modell der „schöpferischen Zerstörung“ hat jede Branche erfasst. Von A wie Auto bis Z wie Zeitung bleibt kein Stein auf dem anderen. Wohl dem, der eine vertraute Marke als Fundament hat. Ein Wettbewerbsvorteil, der kaum aufzuholen ist. Eindrucksvoll wie es den etablierten Marken gelingt, aktuell und begehrt zu bleiben.“

Franz-Peter Falke, Präsident Markenverband e.V.: „Seit 15 Jahren zeichnen die Best Brands Awards in jedem Jahr die Crème de la Crème der großen Markenfamilie aus und haben sich dabei von Beginn an als das Markenranking mit höchster Glaubwürdigkeit positioniert. Denn die Wahrnehmung der Markenstärke bei tausenden von befragten Verbrauchern bestimmt das Ergebnis. Und genau dies macht die Auszeichnung bis zum heutigen Tag so einzigartig und attraktiv.“

Dr. Rainer Esser, Geschäftsführer der ZEIT Verlagsgruppe: „Starke Marken sind das Ergebnis harter Arbeit: Sie erzählen Geschichten, sie bewegen, schaffen Vertrauen und bringen uns Freude. Mit dem Best Brands Award erfährt diese Leistung eine tolle Würdigung.“

Matthias Wahl, Sprecher der Geschäftsführung RMS Radio Marketing Service: „Das Beste, was Marken passieren kann ist, gehört und gefeiert zu werden. Das wird im Zeitalter der Digitalisierung, wenn Kunden durch ihre Mediennutzung Produkte ganz anders wahrnehmen, umso wichtiger. Wenn Marken es schaffen, auf einer persönlichen Ebene anzusprechen, die Wahrnehmung beim Kunden positiv zu beeinflussen und das in wirtschaftlichen Erfolg umzusetzen, gebührt ihnen eine besondere Würdigung. Deshalb freuen wir uns, diese wichtige Veranstaltung als Partner zu begleiten. Wir gratulieren den Best Brands 2018.“

Die Gewinner 2018

Vergeben wurden die Best Brands Awards 2018 in den Kategorien „Beste Produktmarke“, „Beste Wachstumsmarke“ und „Beste Unternehmensmarke in Europa“ sowie in der diesjährigen Sonderkategorie „Best Millennials‘ Brand“. Seit 2016 wird die „Beste Unternehmensmarke in Europa“ analysiert, sodass 2018 zum zweiten Mal ein Sieger in dieser Kategorie prämiert wird. In diesem Jahr gab es zudem eine Sonderauszeichnung. Nivea ist im Rahmen von 15 Jahren Best Brands als „15 Jahre Beste Produktmarke“ ausgezeichnet worden.

In der Kategorie „Beste internationale Unternehmensmarke in Europa“ steht in diesem Jahr IKEA ganz oben auf dem Siegereppchen und ist damit zum ersten Mal die Nummer eins. In dieser Kategorie wird die Reputation internationaler Unternehmen in Deutschland, UK, Italien, Frankreich und Spanien gemessen. Hinter dem Möbelhersteller folgen Adidas und BMW.

Claudia Willvonseder, CMO IKEA Group: „Wir bei Ikea freuen uns sehr über diese Auszeichnung als ‚Beste Unternehmensmarke Europas‘. Wir sind ein wertebasiertes Unternehmen und Marke, in deren Mittelpunkt die vielen Menschen stehen. Dass der Preis aus einem demokratischen, an den Konsumenten orientierten Prozess entstanden ist, macht ihn daher zu einer schönen Bestätigung unserer Arbeit. Er motiviert uns weiterhin, Marketing und Engagement zu entwickeln, das wertschöpfend fuer das Unternehmen ist und die Marke IKEA aus ihrem einzigartigen Purpose heraus im digitalen Zeitalter relevant positioniert.“

Die „Beste Produktmarke“ ist 2018 Nivea. Nivea ist seit Beginn in jedem Jahr in dieser Kategorie im Ranking vertreten und zum vierten Mal auf Platz eins.

Die Markenstärke jeder beurteilten Marke wurde über erlös- und einstellungsorientierte Dimensionen gemessen: Die Dimension „Share of Market“ umfasst den Marktanteil, die Käuferbindung bzw. Markenloyalität und das Preispremium. Die Dimension „Share of Soul“ umfasst die Bekanntheit der Produktmarke, ihr Cross-Selling-Potenzial sowie Brand Relationship und Brand Experience. Auf Nivea folgen Bosch (Bau- und Heimwerkerbedarf) auf Platz zwei und Coca-Cola, der Vorjahressieger, auf Platz drei.

Iain Holding, General Manager Nivea Deutschland/Schweiz sagt: „Das Nivea Team fühlt sich sehr geehrt, in diesem Jahr sogar zwei ‚Best Brands Awards‘ zu erhalten – den Preis als ‚Beste Produktmarke‘ sowie die Auszeichnung als ‚Beste Produktmarke der vergangenen 15 Jahre‘. Dieser Erfolg bestätigt die starke emotionale Beziehung, die die Menschen seit mehr als 100 Jahren mit der Ikone Nivea haben. Die Bedürfnisse unserer Verbraucher werden für die Nivea Mitarbeiter auch in der Zukunft stets im Mittelpunkt stehen, denn nur, wenn man dem Verbraucher richtig zuhört, kann Vertrauen entstehen und wachsen. Das Vertrauen zu Nivea ist unser höchstes Gut und jedes Nivea Teammitglied arbeitet mit viel Herzblut und Leidenschaft unermüdlich daran, diesem Anspruch jeden Tag aufs Neue gerecht zu werden.“

Als „Beste Wachstumsmarke“ wurde erstmalig Lay’s ausgezeichnet. 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“. Dem Sieger Lay’s folgen Airbnb und Nintendo.

Tom Albold, Geschäftsführer PepsiCo Deutschland, Österreich, Schweiz freut sich: „Wir sind sehr stolz, als Wachstumsmarke ausgezeichnet zu werden! Es freut uns,

dass sich die Investitionen in die Marke auszahlen und wir das Kategoriewachstum antreiben – sei es durch unsere Aktivierungen beim Konsumenten und im Handel oder durch unsere Innovationen, die sich am Konsumenten ausrichten. Im kommenden Jahr setzen wir noch einen drauf: Konsumenten und Handel können sich auf großartige Initiativen freuen!“

In der diesjährigen Sonderkategorie „Best Millennials‘ Brand“ gewann Nike vor Sony Play Station und Netflix. In dieser Kategorie wurden 300 führende Marken basierend auf der Kategorie beste Produktmarke und weitere Millennial-affine Produktkategorien analysiert. Die Markenstärke jeder beurteilten Marke wurde mittels einer Online Befragung und Social Media Intelligence in drei Dimensionen gemessen: Die Dimension »Equity Potential« (mittels Befragung erhoben) umfasst die Kategorien „Brand Relationship“ und „Brand Experiences“. Die Dimension »Assets« (mittels Befragung erhoben) umfasst die Kategorien „Coolness“ und „Innovation“ und die Dimension »Connectivity« (mittels Social Media Daten erhoben) umfasst die Kategorien „Buzz“, „Interaktivität“ und „Engagement“.

Ulrike Köhler, Nike DACH-Geschäftsführerin: „Im Mittelpunkt steht die Beziehung zu unseren Konsumenten. Wir arbeiten ständig daran, das Markenerlebnis für unsere Konsumenten zu optimieren und über alle Kanäle hinweg zu verbinden. Das Bild einer Marke wird heute vor allem von den Konsumenten selbst geprägt – auf Instagram, WhatsApp, in lokalen Communities und auf der Straße. Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung. Sie motiviert uns weiter an der jungen Zielgruppe und ihren Bedürfnissen dran zu bleiben. There is no finish line!“

Best Brands 2018: die Top 10

Beste Unternehmensmarke in Europa	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Beste Millennials´ Brand
IKEA	Nivea	Lay´s	Nike
Adidas	Bosch (Bau- & Heimwerkerbedarf)	Airbnb	Sony PlayStation
BMW	Coca-Cola	Nintendo	Netflix
Audi	WMF	Huawei	Adidas
Porsche	Samsung (TV, DVD, Blu-ray)	Asus	Spotify
Bosch	Adidas (Sportbekleidung)	Booking.com	Samsung (Smartphones & Wearables)
Daimler	Lego	Sonos	Coca-Cola
Michelin	Sony PlayStation	Ariel	Nintendo
Miele	Bose	Dyson	H&M
L´Oreal	Funny-frisch	Nike	Red Bull

Über Best Brands

Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis umfangreicher repräsentativer Studien von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg – dem so genannten „Share of Market“ – sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, dem „Share of Soul“.

Mehr als 14.000 Konsumenten nehmen an den unterschiedlichen Best Brands Studien teil und bilden zusammen mit den 30.000 Haushalten der GfK Consumer Panels und den 27.000 Geschäften der GfK Retail & Technology Panels die empirische Basis – die Verbraucher sind es, die jährlich die Gewinner aus mehr als 300 potentiellen Best Brands Kandidaten aus rund 40 Branchen wählen.

Seit 2004 wird der Award in den Kategorien „Beste Produktmarke“, „Beste Wachstumsmarke“, „Beste Unternehmensmarke“ sowie einer jährlich wechselnden Sonderkategorie verliehen – 2018 wird die „Best Millennials‘ Brand“ ausgezeichnet.

Inzwischen wird der begehrte Marketing-Preis auch jährlich in China, Italien und Belgien verliehen. Das erste Event in Frankreich wird im März 2018 stattfinden.

Weitere Informationen zu Best Brands finden Sie unter www.bestbrands.de sowie unter www.twitter.com/BestBrands und www.facebook.com/BestBrandsRanking.

Pressekontakt

Christiane Wolff

Chief Corporate Communications Officer

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

Haus der Kommunikation, Brienner Straße 45 a-d, 80333 München

Telefon: +49 89 2050-2270

E-Mail: c.wolff@serviceplan.com

www.serviceplan.com

bestbrands.de

 [/bestbrands](https://twitter.com/bestbrands)

 [/bestbrandsranking](https://www.facebook.com/bestbrandsranking)

[#bestbrands](https://twitter.com/bestbrands)