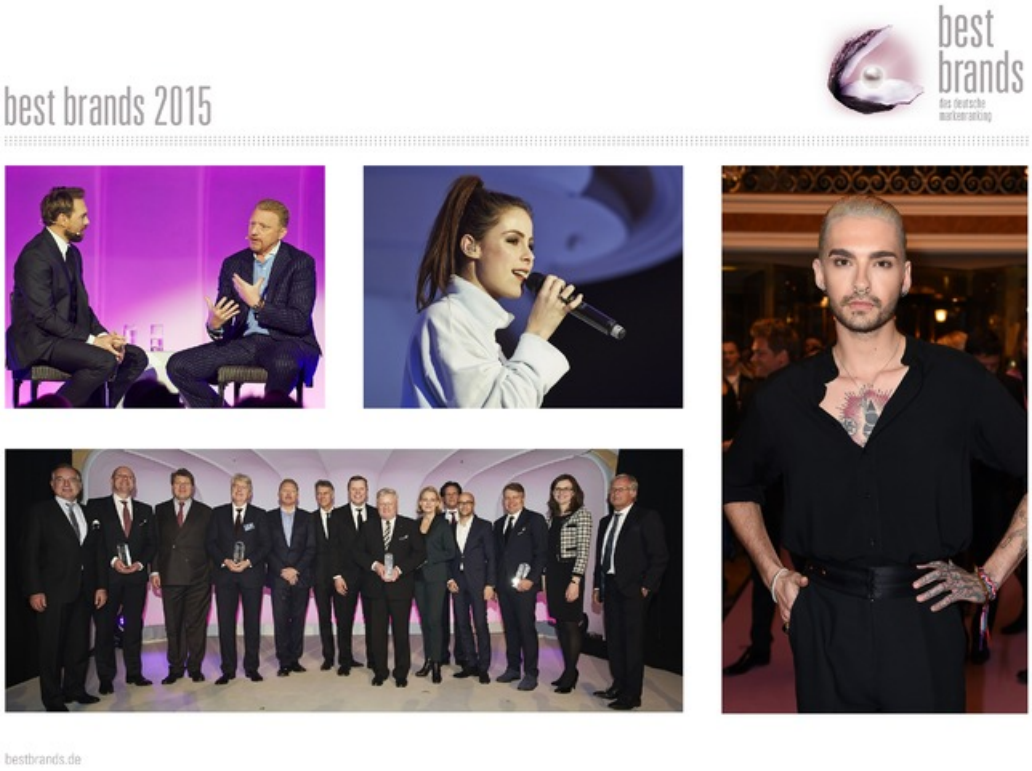
12.02.2015 – 10:33 Uhr

"best brands" 2015: Deutscher Marken-Oscar geht an Miele, Bose, Nike und Hugo Boss



München (ots) -

Zum zwölften Mal wurden gestern Abend im Bayerischen Hof in München die stärksten Marken des Jahres mit der Verleihung des best brands Award gefeiert, der sich seit 2004 zum "Marken-Oscar" etabliert hat. Mehr als 600 geladene Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien verfolgten die Auszeichnung von Miele als "Beste Unternehmensmarke", Bose als "Beste Produktmarke" und Nike als "Beste Wachstumsmarke". In der Sonderkategorie "Beste Modemarke" erhielt Hugo Boss die Trophäe und das Traditionsunternehmen Ferrero erlangte beim dieses Mal untersuchten Gastland Italien den ersten Platz.

Ein Format, das sich seit 2004 zum Branchenevent des Jahres etabliert hat - das ist best brands. Auf Basis einer repräsentativen Studie von GfK wurden auch in diesem Jahr die nach Meinung der Verbraucher besten Marken Deutschlands in vier Kategorien ermittelt und im Rahmen einer feierlichen Gala im Bayerischen Hof in München mit dem best brands Award ausgezeichnet. Es sind Miele, Bose, Nike und Hugo Boss, die heute Abend eine Trophäe mit nach Hause nehmen und sich über einen Scheck für Kommunikations- und Medialeistungen im Wert von insgesamt über einer Million Euro freuen dürfen. Bei der Betrachtung des diesjährigen Gastlandes Italien und dessen erfolgreichster Unternehmensmarken ging Ferrero als Sieger hervor.

Die Keynote der best brands Gala 2015 hielt Entrepreneur, Tennispro und Wimbledonchampion Boris Becker, nachdem Moderator Steven Gätjen den Abend eröffnet hatte. Im Anschluss wurde als erstes die beste Produktmarke gefeiert, die, wie auch alle anderen Gewinner, mit einer Laudatio sowie einem kurzen Trailer angekündigt wurde. Zwischen der Verleihung der Kategorien "Beste Wachstumsmarke" und "Beste Unternehmensmarke", begeisterte Lena Meyer-Landrut die rund 600 Gäste aus der Wirtschafts- und Medienwelt mit ihrer Stimme; danach kürte "Tokio Hotel"-Sänger und Model Bill Kaulitz im Interview mit Steven Gätjen die beste Modemarke.

Die Partner

Der über die Jahre gewachsene Erfolg von best brands fußt auf der professionellen Zusammenarbeit aller Partner - das sind GfK, die ProSiebenSat.1 Media AG, die WirtschaftsWoche, iq media, der Markenverband, Serviceplan und seit 2013 auch die Ströer Media SE. Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe, betont: "Es ist für alle Partner von best brands großartig zu sehen, welchen Stellenwert das Format heute besitzt. Jeder einzelne leistet mit seinem Know-how, seinem Netzwerk und seinen Ideen einen unverzichtbaren Beitrag zum Gelingen einer erfolgreichen Veranstaltung, bei der Inspiration, gegenseitiger Austausch und Unterhaltung im Mittelpunkt stehen."

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung des ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkters SevenOne Media, betont: "Das Fernsehen gibt Marken eine Bühne und bringt sie zum Strahlen. Auch in diesem Jahr konnten wir mit dem best brands Award Marken auszeichnen, die es geschafft haben, durch konsequente Markenführung, das Festhalten an ihren Markenwerten und die zielgruppengerechte Kommunikation ihre Marke zum strahlenden Sieger in der jeweiligen Kategorie zu machen. Als TV-Gruppe

freuen wir uns, den glamourösen Zauber der Fernsehwelt in die best brands Gala einbringen zu können."

Siegfried Högl, CEO Consumer Experiences Germany bei GfK, beschreibt die Bedeutung des Formats so: "best brands ist und bleibt das einzige Markenranking, das ganz auf die Meinung und das Verhalten der Verbraucher setzt. Unsere validen Daten garantieren die hohe Relevanz des Rankings. Die diesjährigen Gewinnermarken haben 2014 mit einer außergewöhnlichen Performance und kundennahen Innovationen geglänzt. Damit zeichnet sich best brands durch eine extrem hohe Glaubwürdigkeit bei den Marktexperten aus."

WirtschaftsWoche-Chefredakteurin Prof. Dr. Miriam Meckel meint: "best brands ist Deutschlands validestes Markenranking, weil es nicht auf subjektiven Expertenmeinungen basiert, sondern auf einer Kombination aus Markterfolg und Wertschätzung durch den Kunden. Damit urteilen diejenigen, auf die es ankommt: die Verbraucher."

Für Martin Fischer, Geschäftsführer iq media marketing gmbh, steht fest: "best brands ist das Qualitätsformat, das auf Entscheiderebene höchste Relevanz besitzt. In der Gewinnerliste spiegelt sich exzellente und langjährige Markenführung wider. Dieses Umfeld der Exzellenz entspricht auch dem Selbstverständnis der iq media und ihrem Qualitätsportfolio."

Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes, erklärt: "Jahr für Jahr lobt eine Jury die von ihr definierten best brands aus, eine ehrenvolle Selektion, die allein von Verbrauchern, also einem unabhängigen Publikum getroffen wird und es Ranking nennt. Eben dieses zwischen Verbrauchern und Marken eng gewobene Band macht den Preis im zwölften Jahr seines Bestehens so glaubwürdig und attraktiv. Denn der Erfolg und die Glaubwürdigkeit einer jeden Marke liegen einzig in der souveränen Entscheidung der Verbraucher begründet - und damit in deren Wertschätzung und Verbundenheit."

Für Christian Schmalzl, COO der Ströer Media SE, ist best brands "einer der renommiertesten Marken-Awards. Einzigartig ist die kombinierte Betrachtung von emotionalen und rationalen Aspekten der Markenführung. Als Partner von best brands stehen wir genau dafür: Über unsere Werbeträger liefern wir große Bilder und mit ihnen Ideen und Visionen sowie Emotionen und Informationen, die täglich Millionen von Menschen wahrnehmen."

Die Gewinner 2015

Die umfangreiche Untersuchung zur besten Unternehmensmarke Deutschlands brachte als Sieger in diesem Jahr Miele hervor. Bereits 2007 war die Marke Gewinner dieser Kategorie und auch in allen anderen Jahren sicherte sie sich stets einen Platz unter den Top Ten im best brands Ranking. Dr. Reinhard Zinkann, geschäftsführender Gesellschafter des Traditionsunternehmens, dazu: "Die erneute Auszeichnung als beste Unternehmensmarke ist ein großartiges Kompliment, aber auch Ansporn und Herausforderung. Sie zeigt einmal mehr, wie sich eine hohe Kontinuität in den Werten und Zielen, darunter die sprichwörtliche Qualitäts- und Kundenorientierung von Miele, für alle Beteiligten auszahlt. Besonders aussagekräftig macht diesen ersten Platz, dass er nicht zuletzt auf der empirischen Auswertung von Kundenvoten fußt." Auf dem zweiten Platz folgt Audi, drittbeste Unternehmensmarke 2015 ist Daimler.

In der Kategorie "Beste Produktmarke" steht in diesem Jahr Bose ganz oben auf dem Siegertreppchen und holte somit seit dem letzten Jahr, als die Marke erstmals im best brands Ranking vertreten war, zwei Plätze auf. Anton Schalkamp, Geschäftsführer Bose Deutschland, sagt: "Für uns ist es das schönste Kompliment überhaupt, vom Verbraucher an die Spitze so namhafter Produktmarken gewählt zu werden. Die Auszeichnung ist für uns Belohnung und Ansporn zugleich, unsere Kunden auch weiterhin mit innovativen Produkten für ein bestmögliches Musikerlebnis zu begeistern."

Als beste Wachstumsmarke wurde schließlich Nike ausgezeichnet, gefolgt von Sony und Western Digital. Hubertus Hoyt, Vice President & General Manager Western Europe Nike Inc., erklärt: "Der Sportmarkt Deutschland ist einer der spannendsten in Europa. Wir freuen uns sehr, dass es uns gelingt, die hiesigen Konsumenten zu einem sportiven Lifestyle zu motivieren und sie dazu offenbar sehr gerne unsere innovativen Produkte und Services nutzen. Nike hat sich in einem sehr wettbewerbsorientierten Markt sehr gut entwickelt und es geschafft, immer wieder Impulse mit neuen Produktkonzepten und inspirierender Kommunikation zu setzen und so einen veritablen Platz im Mindset des deutschen Sportkonsumenten zu erobern. Wir freuen uns sehr über dies Auszeichnung als beste Wachstumsmarke - vielen herzlichen Dank."

In der diesjährigen Sonderkategorie "Beste Modemarke" gewann Hugo Boss vor Bogner und Wellensteyn. Claus-Dietrich Lahrs, Vorstandsvorsitzender der Hugo Boss AG, freut sich über die Auszeichnung: "Ich freue mich sehr über die Auszeichnung. Diese bestätigt einen starken Platz unserer Marken bei unseren Endverbrauchern und dem Fachhandel."

Seit 2014 folgt das deutsche Markenranking dem Motto "best brands goes international": So begrüßten die Partner nach China 2014 in diesem Jahr das Gastland Italien. Der Blick der GfK auf die Markenlandschaft der Republik ergab, dass die Verbraucher Ferrero als "beste Unternehmensmarke" bewerten. Stephan Nießner, Geschäftsführer Ferrero Deutschland, der die best brands Trophäe entgegen nahm, erklärte: "Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und darüber, dass die Leidenschaft, mit der wir als italienisches Familienunternehmen unsere großen Marken wie z.B. Mon Chéri, nutella oder kinder Schokolade pflegen, bei den Verbrauchern spürbar wird. Denn das macht uns wirklich aus: Wir arbeiten mit Herzblut daran, mit unseren Produkten besondere Momente im Alltag zu schaffen."

Über best brands

Das deutsche Markenranking "best brands" wurde im Jahr 2004 ins Leben gerufen und soll erfolgreiche Markenführung in Deutschland fördern: Seither wird der Award in vier Kategorien jährlich im Februar während einer Gala im Bayerischen Hof in München verliehen. Über die Gewinner entscheidet dabei nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern stets der Verbraucher selbst, denn als einziger Marketingpreis basiert das "best brands" Ranking auf einer repräsentativen Studie von GfK. Gemessen wird die Stärke der Marken an zwei Kriterien: Am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung des Verbrauchers - kein anderes Markenranking berücksichtigt bisher beide Facetten der Markenstärke. Die

Partner von "best brands" sind die Serviceplan Gruppe, GfK, die ProSiebenSat.1 Media AG, die WirtschaftsWoche, der Markenverband, iq media marketing und seit 2013 auch die Ströer Media SE. Weitere Informationen zu best brands finden Sie unter www.bestbrands.de Fotos unter http://sp-url.com/pressefotos

Kontakt:

Claudia Kirchmair
Senior Referentin Unternehmenskommunikation & PR
Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG
Haus der Kommunikation, Brienner Straße 45 a-d, 80333 München
Telefon: +49 89 2050-2273
E-Mail: c.kirchmair@serviceplan.com
www.serviceplan.com

Medieninhalte

"best brands" 2015: Deutscher Marken-Oscar geht an Miele, Bose, Nike und Hugo Boss. Weiterer Text über OTS und www.presseportal.de/pm/116074 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Serviceplan Gruppe"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100057469/100768484 abgerufen werden.