

BEST BRANDS 2020



bestbrands.de

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

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

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

Wir freuen uns, dass Sie sich für »Best Brands 2020« interessieren! In dieser Broschüre haben wir Ihnen alle Informationen und alle Gewinner des diesjährigen Events zum Nachblättern zusammengestellt.
Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre.

SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION

GfK
Growth
from
Knowledge

ProSiebenSat.1
Media SE

M
MARKENVERBAND

Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

RMS

media impact

INHALT

Best Brands	5	Die Partner	16
Der Best Brands Forschungsansatz.....	6	Serviceplan Gruppe.....	17
Best Brands 2020 – die Kategorie-Gewinner	7	GfK.....	18
Best Brands 2020 – Das Ranking.....	8	ProSiebenSat.1 Media SE.....	19
Die Kategorien im Detail	9	Markenverband.....	20
Beste Unternehmensmarke In Europa	10	WirtschaftsWoche	21
Beste Produktmarke.....	11	DIE ZEIT	22
Beste Wachstumsmarke	13	RMS. Der Audiovermarkter.....	23
Beste Nachhaltigkeitsorganisation.....	14	Media Impact.....	24
Best Future Tech Brand	15	Das Archiv der besten Marken	25
		Die besten Unternehmensmarken 2008–2020	27
		Die besten Produktmarken 2008–2020.....	29
		Die besten Wachstumsmarken 2008–2020.....	31
		Die Sonderkategorien 2008–2020	33

BEST BRANDS

»Best Brands« – das sind Marken, die nicht nur wirtschaftlich erfolgreich sind, sondern auch Emotionen auslösen. Marken, die strahlen, die es in das Gedächtnis der Konsumenten geschafft haben, die mit Innovationen und vor allem mit positiven Erfahrungen verbunden werden.

Best Brands stellt diese Marken und ihre Macher in den Vordergrund: Erfolgreiche Markenführung zu honorieren, zu fördern und neuen, zukunftsweisenden Kommunikationslösungen ein starkes Forum zu bieten, ist das Ziel des Best Brands College und der Best Brands Gala, die jährlich im Bayerischen Hof in München stattfindet und sich längst als festes Highlight der Marketingbranche etabliert hat. Das Event wurde im Jahr 2004 von der Serviceplan Gruppe, GfK, der ProSiebenSat.1 Media SE, der WirtschaftsWoche und dem Markenverband ins Leben gerufen. Seit 2016 ist DIE ZEIT weiterer Partner des Awards, seit 2018 RMS Radio Marketing Service und seit diesem Jahr Media Impact. Inzwischen wird der begehrte Award auch jährlich in China, Italien, Frankreich, Belgien und Russland verliehen. 2021 ist die Preisverleihung erstmals auch in Großbritannien und Polen geplant.

Das Besondere an der Auszeichnung ist, dass nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern ausschließlich die Verbraucher über die Gewinner entscheiden. Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am »Share of Market«, also dem tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg, sowie am »Share of Soul«, der psychologischen Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, die insbesondere auch ihren künftigen Erfolg ausmacht.

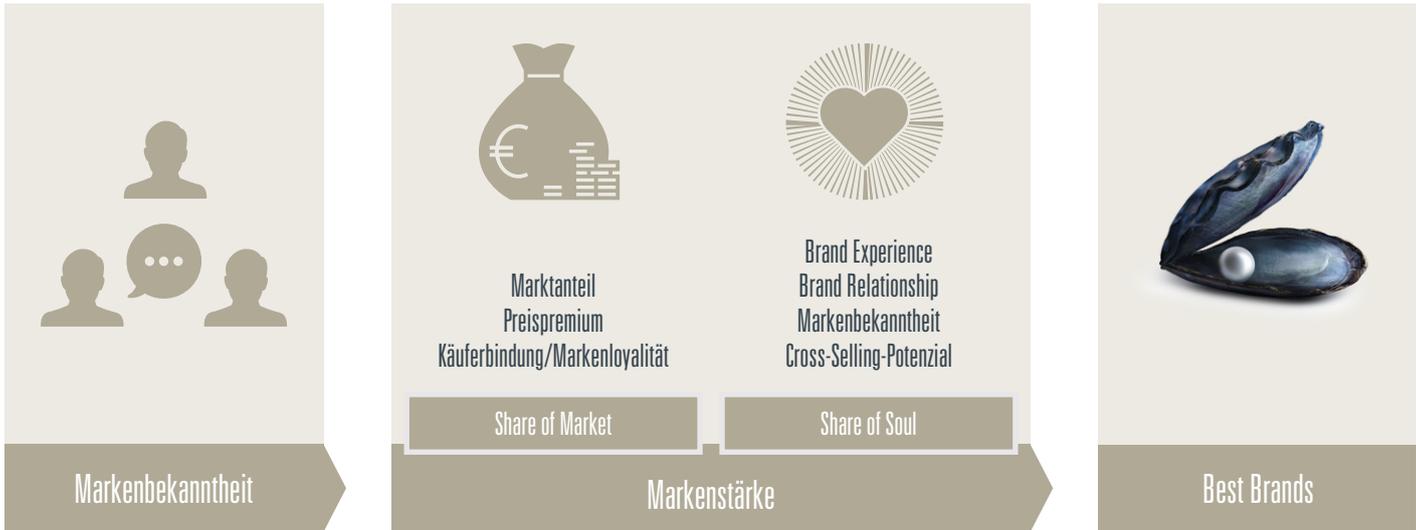
Verliehen wird der Award jeweils in den drei Kategorien »Beste Unternehmensmarke«, »Beste Produktmarke«, »Beste Wachstumsmarke« sowie in jährlich wechselnden Sonderkategorien, bei der gezielt Fokusthemen unter die Lupe genommen werden. 2020 werden sogar zwei Sonderkategorien berücksichtigt: Die »Beste Nachhaltigkeitsorganisation« ehrt Organisationen/Siegel, die sich für Nachhaltigkeit engagieren; ein Thema, das wie kaum ein anderes die gesellschaftliche Debatte geprägt hat. Die »Best Future Tech Brand« zeichnet Marken aus, die sich in schnelllebigen, technologiegetriebenen Märkten behaupten, deren Dynamik anhand automatisierter Analysen erfasst wird. Auch in den vergangenen Jahren widmete sich die Sonderkategorie relevanten Trendthemen, unter anderem »Best Digital Life Brand« (Amazon, 2019), »Best Millennials' Brand« (Nike, 2018) oder »Best Future Mobility Brand« (Tesla, 2017).

Seit 2012 wird die »Beste Unternehmensmarke« regelmäßig auf internationaler Ebene analysiert. 2020 wurde in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien über die »Beste Europäische Unternehmensmarke« abgestimmt.



DER BEST BRANDS FORSCHUNGSANSATZ

Die umfassende Markenbewertung zur Ermittlung der »Best Brands« beruht auf einem detaillierten Studiendesign der GfK, das neben der Markenbekanntheit sowohl die quantitative (erlösorientierte) Perspektive der Markenstärke als auch ihren qualitativen »Share of Soul« aussagekräftig misst.



BEST BRANDS 2020 — DIE KATEGORIE-GEWINNER



Beste
Unternehmensmarke
in Europa



Beste
Produktmarke



Beste
Wachstumsmarke



Beste
Nachhaltigkeits-
organisation



Best
Future Tech Brand

BEST BRANDS 2020 — DAS RANKING

	Beste Unternehmens- marke in Europa	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Beste Nachhaltigkeits- organisation	Best Future Tech Brand
1. Platz	Adidas	WMF Keramikwaren/Kochgeschirr	Char-Broil Grillen/Barbecue	WWF	Dyson Staubsauger
2. Platz	Ikea	Samsung TV	Bugatti Schuhe	Greenpeace	Siemens Kochen
3. Platz	Porsche	Lego Spielwaren	Dyson Haushaltskleingeräte	NABU	JBL Headsets
4. Platz	Audi	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Huawei Smartphones/Wearables	Fairtrade	Samsung TV
5. Platz	Ferrari	Nivea Körper-/Haarpflege	JBL Hören (Audio)	BUND Freunde der Erde – Deutschland	Apple Headsets
6. Platz	Bosch	Gardena Gartengeräte	Jack Daniel's Spirituosen	Demeter	Sonos Audio Home Systems
7. Platz	BMW	Adidas Sportbekleidung/-schuhe	Napoleon Grillen/Barbecue	Blauer Engel	Bose Lautsprecher
8. Platz	Ferrero	Microsoft Software	Tommy Hilfiger Oberbekleidung	Plant-for-the-Planet	Liebherr Kühlgeräte
9. Platz	L'Oréal	Rotkäppchen Sekt/Wein	Aperol Spirituosen	Bioland	Philips Kaffeemaschinen
10. Platz	Miele	Coca-Cola Alkoholfreie Getränke	Fiskars Gartengeräte	Rettet den Regenwald e.V.	Fujifilm Drucker

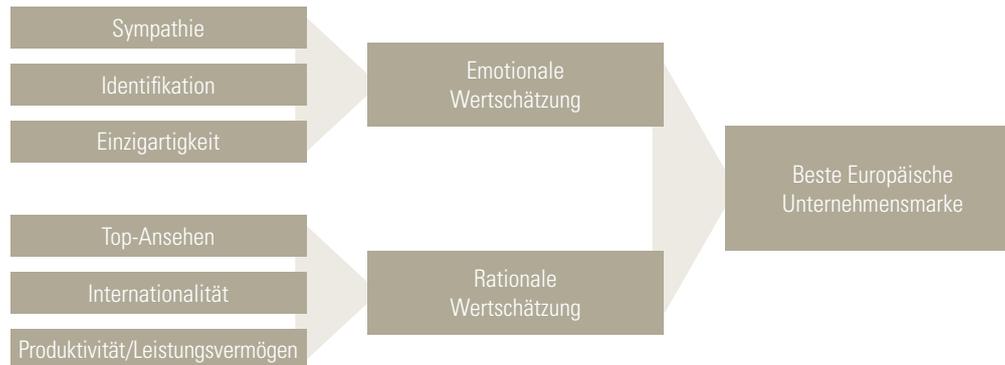


DIE KATEGORIEN IM DETAIL

BESTE UNTERNEHMENSMARKE IN EUROPA

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Im jährlichen Wechsel wird die »Beste Unternehmensmarke« seit 2012 im globalen sowie im europäischen Wirtschaftskontext gekürt. In diesem Jahr stellten sich Unternehmen mit Sitz in Europa, aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien zur Wahl der Besten Europäischen Unternehmensmarke.



Aus jedem Land wurden 1.000 Personen repräsentativ in einer Online-Studie zu europäischen Unternehmen befragt. Die Vorauswahl der Unternehmen erfolgte nach Umsatzvolumen, Marktkapitalisierung und der Aktivität der Unternehmen in allen Ländern. Neben ihrer internationalen Präsenz mussten die Marken sowohl ihre rationale als auch emotionale Wertschätzung unter Beweis stellen.

Gewinner 2020

1. Adidas
2. Ikea
3. Porsche
4. Audi
5. Ferrari
6. Bosch
7. BMW
8. Ferrero
9. L'Oréal
10. Miele

BESTE PRODUKTMARKE

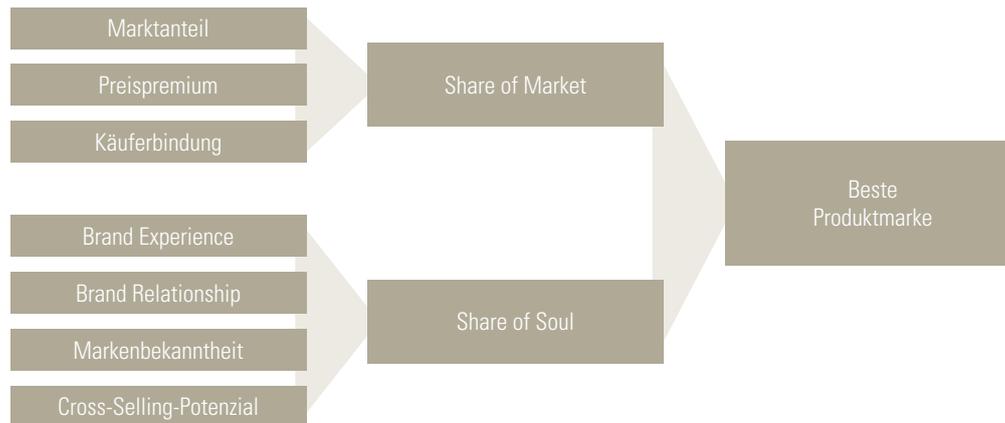
Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Online-Interviews

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Stichprobe: 7.500 Personen, repräsentative Bevölkerung

Erhebungszeitraum: August/September 2019



Die Vorauswahl der Produktmarken erfolgte auf Basis ihres Marktanteils und der Markenbekanntheit. 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 ihre Brand Relationship und die Brand Experience (vgl. Seite 5).

Gewinner 2020

1. WMF
2. Samsung
3. Lego
4. Bosch
5. Nivea
6. Gardena
7. Adidas
8. Microsoft
9. Rotkäppchen
10. Coca-Cola

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

- GfK ConsumerScan Individualpanel mit 40.000 Personen
- GfK ConsumerScan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten
- GfK Retail & Technology Panel mit 27.000 Geschäften
- GfK Textilpanel mit 7.000 Haushalten und 16.000 Berichtspersonen

Die Liste der potenziellen Marken, die als »Beste Produktmarke« ausgezeichnet werden konnten, umfasste in diesem Jahr insgesamt 269 Marken aus 37 Branchen.

Langlebige Gebrauchsgüter

Automobil, Bau- und Heimwerkerbedarf,
Computer (Hardware), Computerzubehör,
Fotografie, Gartengeräte (Elektrogeräte,
Bewässerung, Reinigung), Grillen/Barbecue,
Haushaltsgroßgeräte, Haushaltskleingeräte,
Hören (Audio), Keramikwaren/Kochgeschirr,
Mobilfunk-Anbieter, Oberbekleidung (Damen,
Herren, Kinder), Schuhe, Sehen (TV), Smartphones/
Wearables, Software, Spielekonsolen, Spielwaren,
Sportbekleidung, Sportschuhe, Wäsche/
Miederwaren/Strümpfe.

Güter des täglichen Bedarfs

Alkoholfreie Getränke, Bier/Biermischgetränke,
Heißgetränke, Geschirrspülmittel, Körperpflege/
Haarpflege, Milchprodukte, Mundpflege,
Nahrungsmittel, Putz- und Reinigungsmittel,
salzige Snacks, Sekt/Wein, Spirituosen,
Süßwaren, Tiefkühlkost/Speiseeis, Waschmittel
inkl. Zusatzbehandlung.

BESTE WACHSTUMSMARKE

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

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« (vgl. Seite 10).

Gewinner 2020

1. Char-Broil
2. Bugatti
3. Dyson
4. Huawei
5. JBL
6. Jack Daniel's
7. Napoleon
8. Tommy Hilfiger
9. Aperol
10. Fiskars

BESTE NACHHALTIGKEITSORGANISATION

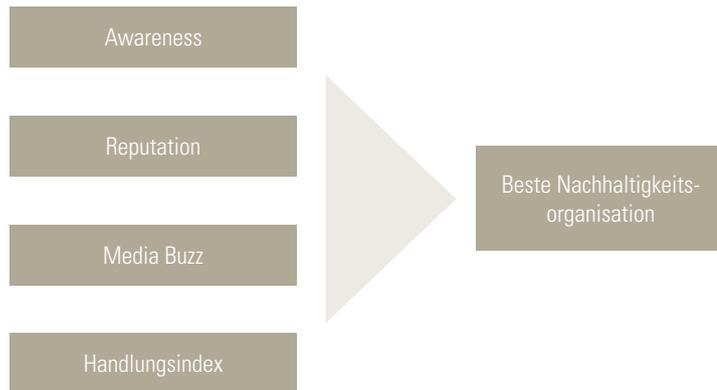
Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Social Media Intelligence & Online-Interviews

Untersuchungsgebiet: Deutschland

Stichprobe: 1.000 Konsumenten, online-repräsentativ

Erhebungszeitraum: August/September 2019



Das Thema Nachhaltigkeit wird immer relevanter. Fridays for Future und die letztjährige Klimakonferenz bewegen Bevölkerung und Politik – die Unternehmen beginnen umzudenken. Die diesjährige Sonderkategorie beschäftigt sich daher mit Organisationen/Siegeln, die sich seit Jahren im Bereich der Nachhaltigkeit engagieren und diese Entwicklung in Deutschland stark vorangetrieben haben. Sie widmet sich der Frage, welche Organisation/welches Siegel aus Sicht der deutschen Bevölkerung ihre/seine Ziele am besten erreicht. Hierzu wurde die Bekanntheit, die Reputation und die aktive Unterstützungsbereitschaft für die einzelnen Organisationen innerhalb der Bevölkerung untersucht und mit der medialen Präsenz dieser Organisationen abgeglichen.

Gewinner 2020

1. WWF
2. Greenpeace
3. NABU
4. Fairtrade
5. BUND
6. Demeter
7. Blauer Engel
8. Plant-for-the-Planet
9. Bioland
10. Rettet den Regenwald e.V.

BEST FUTURE TECH BRAND

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Sales Analytics & Online-Review-Analyse auf E-Commerce-Seiten
Zeitraum der Analyse: Juli 2018–Juni 2019



Die technologische Entwicklung legt ein sehr hohes Tempo vor: Connected Home, Smart Devices, Nachhaltigkeit durch effizientere Energieklassen sind nur einige Beispiele des Fortschritts. Der Konsument von heute ist deutlich anspruchsvoller als vor zehn Jahren – und technologische Entwicklung wird fast schon zur Selbstverständlichkeit. Daher widmet sich die zweite Sonderkategorie genau diesem Thema: Es wird aufgezeigt, welche Marken in Deutschland diesen Fortschritt maßgeblich mitgestalten und wie durch neue Modelle und Herangehensweisen auf dynamische Entwicklungen und Innovationszyklen reagiert werden kann. Durch automatisierte Analysen, basierend auf den Abverkaufsdaten (Wachstum, Marktanteil & Marken-Contribution) sowie auf Reviews, werden die zukunftsfähigsten Marken aus dem Bereich Tech ermittelt.

Gewinner 2020

1. Dyson
2. Siemens
3. JBL
4. Samsung
5. Apple
6. Sonos
7. Bose
8. Liebherr
9. Philips
10. Fujifilm



DIE PARTNER

SERVICEPLAN GRUPPE

Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte, partnergeführte und am breitesten aufgestellte Agenturgruppe Europas, die global vertreten ist. Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, vereint Serviceplan seit jeher alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach: Ob Markenstrategen, Kreative, Media- oder Online-Spezialisten, Webdesigner, Dialog- oder CRM-Experten, Marktforscher, PR-Berater oder Sales-Profis – bei Serviceplan ziehen alle an einem Strang im »Haus der Kommunikation«, dem einzigartigen, komplett integriert aufgestellten Agenturmodell.

An weltweit mehr als 38 Standorten arbeiten über 4.300 Mitarbeiter für Kunden wie BMW, Beck's, Continental, HiPP, Lufthansa, Metro, MINI, Sky oder WMF. In zahlreichen Rankings belegt die Gruppe mit ihren sechs Marken Serviceplan, Plan.Net, Mediaplus, Facit, Solutions und Consulting regelmäßig Spitzenpositionen.

serviceplan.com
facebook.com/Serviceplan
twitter.com/Serviceplan



Florian Haller
Hauptgeschäftsführer Serviceplan Gruppe

Unsere Welt verändert sich rasant. Täglich werden neue Dinge möglich und darüber hinaus komplizierter. Um die bestmöglichen Entscheidungen für Ihr Unternehmen zu treffen, müssen Sie verstehen, was um Sie herum passiert: jetzt und auch in Zukunft.

Wir bei GfK verbinden Daten mit Wissen. Wir sind Digital Engineers, die ihren Kunden mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren faktenbasierte Antworten auf die wichtigsten Unternehmensfragen geben.

Denn wir sind überzeugt: Wachstum basiert auf Wissen.

GfK. Growth from Knowledge.

gfk.com/de
twitter.com/GfKDeutschland



Michael Müller
President Northern, Central and Eastern Europe, GfK

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

ProSiebenSat.1 ist das führende deutsche Entertainment-Unternehmen mit einem starken E-Commerce-Geschäft. Das Unternehmen bietet beste Unterhaltung – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Mit 15 Free- und Pay-TV-Sendern erreicht ProSiebenSat.1 45 Millionen TV-Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Insgesamt generiert ProSiebenSat.1 mit seinen Online-Angeboten monatlich 1 Milliarde Video Views. In die 120.000 Programmstunden investiert das Unternehmen jedes Jahr mehr als eine Milliarde Euro.

Das weltweite Video-Channel-Network Studio71 erreicht monatlich rund 10 Milliarden Video Views und betreibt über rund 1.400 Kanäle. Die NuCom Group ist der schnell wachsende E-Commerce-Player von ProSiebenSat.1 mit führenden Portfoliounternehmen aus den Bereichen Verbraucherberatung, Partnervermittlung, Erlebnisse sowie Beauty & Lifestyle. Hinter ProSiebenSat.1 stehen rund 7.000 Mitarbeiter, die mit großer Leidenschaft die Zuschauer und Kunden jeden Tag aufs Neue unterhalten und begeistern.

prosiebensat1.com



Thomas Wagner
Vorsitzender der Geschäftsführung des ProSiebenSat.1-Vermarkters SevenOne Media

MARKENVERBAND

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und für rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa.

Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmitteln über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, Telefónica, WMF und viele andere renommierte Firmen.

markenverband.de
facebook.com/markenverband



Franz-Peter Falke
Präsident des Markenverbandes

WIRTSCHAFTSWOCHE

Die WirtschaftsWoche ist das größte aktuelle und vertrauenswürdigste Wirtschaftsmagazin in Deutschland. Sie erklärt die Welt der Wirtschaft in seiner Tiefe und zeigt dem Leser, wie er dieses Wissen für sein privates Vermögen und seine Karriere nutzen kann. Die WirtschaftsWoche ist Navigator und Coach in einem – mit einer klaren Haltung.

Die WirtschaftsWoche Markenwelt bietet die einzigartige Möglichkeit, Entscheider-Zielgruppen auf vielfältige Weise anzusprechen: Neben der Zeitschrift, der Website und der App bietet die Medienmarke ein breites Portfolio an Sonderpublikationen, Direct Mailings und Veranstaltungen für die unterschiedlichsten Zielgruppen. Die Marke WirtschaftsWoche wird durch die enge Vernetzung der verfügbaren Medienkanäle dem Informations- und Nutzungsverhalten der Wirtschaftselite gerecht. Das macht sie zu einem unverzichtbaren Bestandteil für jede Entscheider-Kommunikation.

Die Leser der WirtschaftsWoche gehören zur Wirtschaftselite Deutschlands. Sie sind Entscheider aus dem Mittelstand, männlich, im Alter von 30 bis 59 Jahren, überdurchschnittlich wohlhabend und vorwiegend als leitende Angestellte tätig. Investitionsentscheidungen treffen sie nicht nur im Beruf, sondern auch als Privatperson. Als Meinungsführer und Multiplikatoren bilden sie eine unverzichtbare Premium-Zielgruppe.

wiwo.de

iqm.de/wirtschaftswoche

facebook.com/wirtschaftswoche

twitter.com/wiwo



Beat Balzli
Chefredakteur der WirtschaftsWoche

DIE ZEIT

DIE ZEIT bietet eine große Themenvielfalt: Politik und Wirtschaft sind zentrale Bestandteile, aber auch alle anderen Themen, die unsere Gesellschaft bewegen, finden ausreichend Platz: Kultur und Wissenschaft, Technik und Medizin, Gesellschaft und Bildung, Reisen, Lifestyle und Sport. Der besondere redaktionelle Anspruch der Berichterstattung, die hohe Glaubwürdigkeit und ein preisgekröntes Layout machen DIE ZEIT zu einer ganz besonders geschätzten Informationsquelle.

Seit der ersten Ausgabe, die am 21. Februar 1946 in Hamburg erschien, hat sich DIE ZEIT zu Deutschlands meistgelesener Qualitätszeitung entwickelt. Die verkaufte Auflage liegt heute bei über 500.000 Exemplaren, jede Ausgabe erreicht mehr als zwei Millionen Leser.

zeit.de
iqm.de/zeit
facebook.com/diezeit
twitter.com/diezeit



Dr. Rainer Esser
Geschäftsführer ZEIT Verlagsgruppe

RMS. DER AUDIOVERMARKTER.

Die Zukunft klingt gut für uns: Audio ist das mit Abstand wachstumsstärkste Massenmedium. Ein spannender, dynamischer und von vielen Playern geprägter Markt, den wir als innovativer Marktführer aktiv gestalten. Als führender Audiovermarkter haben wir die Kompetenz, die Erfahrung, das Portfolio und die Mittel, um unsere Kunden mithilfe von Radio- und Audiokampagnen näher als jeder andere an ihre Zielgruppen und deren Kaufentscheidung zu bringen.

Mit Begeisterung für die Möglichkeiten neuer Technologien und Formate machen wir das Medium Audio in seiner ganzen Vielfalt erfolgreich nutzbar, setzen Impulse, treiben voran – und verfolgen dabei weiter unsere Vision, die Zukunft von Audio zu gestalten.

Das Vermarktungsangebot von RMS umfasst alle Dienstleistungen aus dem gesamten Audiospektrum: Werbezeiten und -formate von 169 privaten Radiosendern sowie über 1.400 Online-Audio-Streams, mobile Apps und Podcasts.

rms.de
xing.to/RMS
linkedin.com/company/rms-radio-marketing-service-gmbh-&-co-kg
facebook.com/RMS.DerAudiovermarkter



Marianne Bullwinkel
Sprecherin der Geschäftsführung RMS Radio Marketing Service

MEDIA IMPACT

Media Impact kombiniert als Vermarkter von Axel Springer und Funke die Qualitätsreichweiten großer deutscher Medienmarken wie BILD und WELT mit intelligenten Technologie- und Kreationenlösungen. Seit dem 1. September 2019 kooperiert Media Impact außerdem mit der Ad Alliance in der Digital-Vermarktung. Durch die Kooperation entsteht eine einzigartige Qualitätsreichweite in Deutschland mit 7 TV-, 91 Print- und 110 Digital-Marken, davon 39 Digital-Marken von Media Impact. Damit werden monatlich rund 51,28 Millionen Nutzer erreicht (Quelle: agof daily digital facts, Januar 2020).

Media Impact inszeniert Marken ganzheitlich auf allen Kanälen von Print, Digital, Mobile bis hin zu Live-Events und versteht sich als Full-Service-Partner für innovative Kommunikationslösungen. Im Fokus steht immer die Kombination von Qualitätsreichweite mit Technologie und/oder Kreation. Dank der Nähe zu den besten Journalisten Deutschlands ist Storytelling Teil der Media Impact DNA.

[linkedin.com/company/media-impact-gmbh-co-kg/](https://www.linkedin.com/company/media-impact-gmbh-co-kg/)
[mediaimpact.de](https://www.mediaimpact.de)
twitter.com/mediaimpactde
facebook.com/mediaimpactde



Carsten Schwecke
Vorsitzender der Geschäftsführung Media Impact GmbH & Co. KG



DAS ARCHIV DER BESTEN MARKEN

Auf den folgenden Seiten finden Sie die »Best Brands« Gewinner aller Kategorien der vergangenen 13 Jahre. Alle Rankings seit 2004 finden Sie auf unserer Website bestbrands.de

DIE BESTEN UNTERNEHMENSMARKEN 2008—2020

	2020 Europa	2019 International	2018 Europa	2017 International	2016 Europa	2015
1. Platz	Adidas	Adidas	Ikea	BMW	Porsche	Miele
2. Platz	Ikea	BMW	Adidas	Porsche	BMW	Audi
3. Platz	Porsche	Porsche	BMW	Adidas	Bosch	Daimler
4. Platz	Audi	Audi	Audi	Audi	Ikea	Bosch
5. Platz	Ferrari	Bosch	Porsche	Daimler	Adidas	Adidas
6. Platz	Bosch	Volkswagen	Bosch	Miele	Audi	BMW
7. Platz	BMW	Puma	Daimler	Bosch	Miele	Volkswagen
8. Platz	Ferrero	Dr. Oetker	Michelin	SAP	Michelin	Porsche
9. Platz	L'Oréal	Miele	Miele	Siemens	Nestlé	Siemens
10. Platz	Miele	SAP	L'Oréal	Bayer	L'Oréal	Henkel

	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

DIE BESTEN PRODUKTMARKEN 2008—2020

	2020	2019	2018	2017	2016	2015
1. Platz	WMF	Lego	Nivea	Coca-Cola	Nivea	Bose
2. Platz	Samsung TV	Bosch	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Nivea	Coca-Cola	Nivea
3. Platz	Lego	Samsung	Coca-Cola	Bose	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Lindt
4. Platz	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Adidas	WMF	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Lego
5. Platz	Nivea	WMF	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Lego	Miele Großgeräte
6. Platz	Gardena	Microsoft	Adidas	Apple Smartphones & Wearables	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Coca-Cola
7. Platz	Adidas	Nivea	Lego	WMF	Persil	Apple Telekommunikation
8. Platz	Microsoft	Sony PlayStation	Sony PlayStation	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	WMF	Samsung TV, DVD, Blu-Ray
9. Platz	Rotkäppchen	Gardena	Bose	Oral-B	Apple Telekommunikation	Persil
10. Platz	Coca-Cola	Canon	Funny-frisch	Miele	Lindt	Bosch

	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, DVD, Blu-Ray	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

DIE BESTEN WACHSTUMSMARKEN 2008—2020

	2020	2019	2018	2017	2016	2015
1. Platz	Char-Broil	Lillet	Lay's	Duplo Ferrero	WMF	Nike Sportschuhe
2. Platz	Bugatti	Tefal	Airbnb	Perwoll	Husqvarna	Sony Fotografie
3. Platz	Dyson	Under Armour	Nintendo	Miele	Sony Fotografie	Western Digital
4. Platz	Huawei	Puma	Huawei	Tefal	Ritter Sport	Asus
5. Platz	JBL	Nintendo	Asus	Beck's	LG TV, DVD, Blu-Ray	Fissler
6. Platz	Jack Daniel's	Lloyd	Booking.com	Baileys	Bosch Gartenbedarf	Lenovo
7. Platz	Napoleon	Huawei	Sonos	Makita	Ford	Hyundai
8. Platz	Tommy Hilfiger	Dyson	Ariel	Granini	Weihenstephan	Somat
9. Platz	Aperol	Ecco	Dyson	Sony	Zewa	Captain Morgan
10. Platz	Fiskars	Aperol	Nike	Bose	Apple Telekommunikation	Havana Club

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
1. Platz	Captain Morgan	Samsung	HTC	Apple	Samsung	Mey	Sony Ericsson
2. Platz	Schöner Wohnen Farbe	De'Longhi	Aperol	LG	Acer	Samsung	Panasonic
3. Platz	LG Telekommunikation	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 TV, DVD, Blu-Ray	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

DIE SONDERKATEGORIEN 2008—2020

Beste ...	2020 Future Tech Brand	2020 Nachhaltigkeits- organisation	2019 Digital Life Brand	2018 Millennials' Brand	2017 Future-Mobility-Marke	2016 E-Commerce- Marke	2015 Modemarke
1. Platz	Dyson Staubsauger	WWF	Amazon	Nike	Tesla	Amazon	Hugo Boss
2. Platz	Siemens Kochen	Greenpeace	Google	Sony PlayStation	Öffi	Rewe	Bogner
3. Platz	JBL Headsets	NABU	Apple	Netflix	BMW	Douglas	Wellensteyn
4. Platz	Samsung TV	Fairtrade	Samsung	Adidas	Audi	Ikea	Tommy Hilfiger
5. Platz	Apple Headsets	BUND	PayPal	Spotify	Call a Bike	Lidl	Desigual
6. Platz	Sonos Audio Home Systems	Demeter	Bosch	Samsung Smartphones & Wearables	Mercedes-Benz	eBay	Jack Wolfskin
7. Platz	Bose Lautsprecher	Blauer Engel	Microsoft	Coca-Cola	Google	MediaMarkt	Marc Cain
8. Platz	Liebherr Kühlgeräte	Plant-of-the-Planet	Siemens	Nintendo	DriveNow	H&M	Superdry
9. Platz	Philips Kaffeemaschinen	Bioland	WhatsApp	H&M	Flinkster	Zalando	Camp David
10. Platz	Fujifilm Drucker	Rettet den Regenwald e.V.	FritzBox!	Red Bull	Car2Go	Booking.com	Olymp

Beste ...	2014 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 Murciélago
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

EIN DANK AN DIE SPONSOREN 2020

GMUND
PAPIER



CLARINS
GROUPE



KLUMPP

DREISSIGACKER

MOBILITY-PARTNER



Impressum

Best Brands ist eine gemeinsame Veranstaltung der folgenden Partner:

Serviceplan Group, GfK, ProSiebenSat.1 Media SE, Markenverband, WirtschaftsWoche, DIE ZEIT, RMS Radio Marketing Service, Media Impact.

Das vollständige Impressum finden Sie unter bestbrands.de/de/footer/imprint.html

Für die Inhalte verantwortlich sind die Partner.

Foto Dr. Rainer Esser: Johannes Arlt

Gestaltung der Broschüre: Serviceplan Group

SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION

GfK Growth
from
Knowledge

ProSiebenSat.1
Media SE

M
MARKENVERBAND

Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

RMS

media **impact**