

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Germany	2005	Press Clippings

Superbrands Germany wählt die stärksten deutschen Marken

18.05.2005 – 10:21

Veitsbronn (ots) - Seit 10 Jahren ehrt Superbrands in nunmehr über 40 Ländern die besten und stärksten Produkt- und Unternehmensmarken. Nach einem Pilotprojekt 2003/2004 werden nun die Superbrands Germany 2005 gewählt.

Eamonn Sadler (CEO Superbrands South Africa, Switzerland & Germany) sowie Rhett Lego (Project Director Germany) sind vor allem auf die hohe Kompetenz der Jury stolz, ohne die eine unabhängige und ausgewogene Bewertung der nominierten Marken nicht möglich wäre.

Zusammen mit der Medienpartnerschaft von n-tv (Jury-Mitglied Herr Dr. Kai-Marcus Thäsler) und dem Handelsblatt (Andreas Arntzen) vervollständigen Rainer Barth (Grey Worldwide), Brigitte Bastgen (ZDF), Dr. Marc Beise (Süddeutsche Zeitung), Dr. Hans Hamer (Auto Bild), Harald Hasselmann (Roland Berger Market Research), Karen Heumann (Jung von Matt), Dr. Erich Kaub (GATO AG sowie ehem. BTW-, DZT und DeHoGa-Präsident), Wilhelm Kötting (Bloomberg TV) und Elisabeth Kohl (GPRA), Thorsten Matthies (dpa), Norbert Möller (Peter Schmidt Grp), Karl Georg Musiol (Icon Added Value), Ralf Nöcker (FAZ) sowie Hartmut Scheffler (TNS EMNID) die Jury des Superbrands Germany 2005 Projekts.

Die Jury hatte die Aufgabe, nach einem sensiblen Vorselektions-Verfahren unabhängiger Wirtschaftsfachleute der Organisation von über 9000 nun rund 1000 Brands zu bewerten. Die Bewertungskriterien schließen ein: Markendominanz, Kundenbindung, Goodwill sowie Langlebigkeit und gesamte

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Germany	2005	Press Clippings

Markenakzeptanz. Die Organisation genießt weltweit höchstes Ansehen. Sie ist Herausgeber einer einzigartigen und exklusiven Dokumentation der stärksten Marken des jeweiligen Landes in Form eines großformatigen Buches.

Das Erlangen des Status einer Superbrand fördert durch die weltweite Tätigkeit der Superbrands-Organisation den nationalen und internationalen Imagewert der so geehrten Marke und des Unternehmens in einzigartiger Weise.

Nur die bestplatzierten Marken werden von Superbrands aufgenommen und durch deren PR- und Marketingtools geehrt.

Neben dem bereits erwähnten, exklusiven Buch ist dabei das Tribute Event Ende Oktober der Höhepunkt der Kampagne.

Zu den ersten Superbrands zählen: Postbank, Aral, O2, Hofbräuhaus, Stiebel Eltron, DHL sowie ADAC, VARTA, Sebamed, Deutsche Post, C&A, Hörzu, TUI, adidas, Schlecker, die Deutsche Bank und Media Markt, Müller Milch, Paulaner, Tchibo, HUK-COBURG, Persil, Kühne, Auto Bild, Jaguar, Land Rover; ferner Klosterfrau, Katjes, Warsteiner, Nintendo, Ravensburger, Pro 7 und Samsonite, sowie Nutella.

Einen täglich aktualisierten Überblick über die Superbrands Germany gibt es auch unter www.Superbrands-Germany.de.

<https://www.presseportal.de/pm/54850/680457>

Superbrands

Media Coverage

Country	Date	Publication
Germany	2005	Press Clippings