



best brands

das deutsche
markenranking

bestbrands.de

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

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

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

Wir freuen uns, dass Sie unser Gast bei best brands 2016 waren! In dieser Broschüre haben wir Ihnen alle Informationen und alle Gewinner des diesjährigen Events nochmals zum Nachblättern zusammengestellt. Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre.

SERVICEPLAN 



ProSiebenSat.1
Media SE



Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

STRÖER

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 gleichzeitig neuen, zukunftsweisenden Kommunikationslösungen ein starkes Forum zu bieten, ist das Ziel des best brands Colleges und der abendlichen best brands Gala, die sich in den vergangenen Jahren längst als die Verleihung des »deutschen Marken-Oscars« etabliert hat. Der Award wurde im Jahr 2004 von der Serviceplan Gruppe, GfK, der ProSiebenSat.1 Media SE, der WirtschaftsWoche und dem Markenverband ins Leben gerufen. Seit 2013 ist die Ströer SE Partner von best brands, 2016 erstmals auch DIE ZEIT.

Das Besondere an der Auszeichnung ist, dass nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern einzig die Verbraucher selbst über die Gewinner entscheiden. Als einziger Marketingpreis misst best brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie der GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der psychologischen Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher, die letztlich auch den künftigen Erfolg ausmacht.

Der Award wird in den Kategorien »Beste Unternehmensmarke«, »Beste Produktmarke«, »Beste Wachstumsmarke« sowie in einer jährlich

wechselnden Sonderkategorie verliehen, bei der jeweils gezielt ein Branchenweig unter die Lupe genommen wird. 2016 war es die »Beste wachstumsstärkste E-Commerce-Marke« – in den vergangenen Jahren wurden unter anderem auch die »Beste Modemarke« (Hugo Boss), die »Beste Beautymarke« (Chanel), die »Beste Sportmarke« (Adidas) oder die »Beste Händlermarke Non-Food« (Amazon) ermittelt.

In der Kategorie »best brands International« wird seit 2014 jährlich auch ein Gastland in die Untersuchung miteinbezogen. Nach China und Italien stand best brands 2016 insgesamt unter dem Leitgedanken »Europa«, weshalb die »Beste Unternehmensmarke« diesmal mit einem besonderen Augenmerk auf Europa verliehen wurde.



Der best brands Forschungsansatz

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



best brands 2016 — die Gewinner



PORSCHE

Beste europäische
Unternehmensmarke in Europa



Beste
Produktmarke



Beste
Wachstumsmarke

amazon.de

Beste wachstumsstärkste
E-Commerce-Marke

best brands 2016 — die Top Ten

	Beste europäische Unternehmensmarke in Europa	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Beste wachstumsstärkste E-Commerce-Marke
1. Platz	Porsche	Nivea	WMF	Amazon
2. Platz	BMW	Coca-Cola	Husqvarna	Rewe
3. Platz	Bosch	Samsung TV, DVD, Blu-ray	Sony Fotografie	Douglas
4. Platz	Ikea	Rotkäppchen	Ritter Sport	Ikea
5. Platz	Adidas	Lego	LG TV, DVD, Blu-ray	Lidl
6. Platz	Audi	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Bosch Gartenbedarf	eBay
7. Platz	Miele	Persil	Ford	Media Markt
8. Platz	Michelin	WMF	Weihenstephan	H&M
9. Platz	Nestlé	Apple Telekommunikation	Zewa	Zalando
10. Platz	L'Oréal	Lindt	Apple Telekommunikation	Booking.com



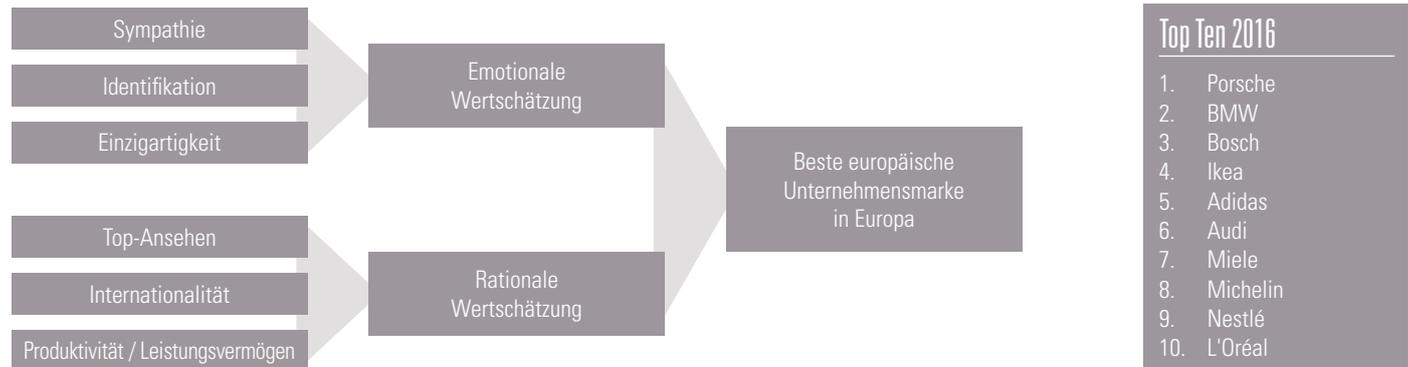
Die Kategorien im Detail

Beste europäische Unternehmensmarke in Europa

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Die Reputation von Unternehmen wird durch die rationale und emotionale Wertschätzung eines Unternehmens beeinflusst. Die Studie zur Bewertung der Unternehmen wurde im Oktober 2015 in Form einer Online-Studie mit einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe in Deutschland, England (Vereinigtes Königreich), Frankreich, Italien und Spanien mit jeweils 1.000 Befragten pro Land durchgeführt.

Die Vorauswahl der Unternehmen erfolgte auf Basis von Umsatzvolumen, Bekanntheit (in Europa) und Marktkapitalisierung (aktueller Börsenwert einer börsennotierten Firma, der sich durch Multiplikation des aktuellen Aktienkurses mit der gesamten Aktienanzahl ergibt). Die »Beste europäische Unternehmensmarke in Europa« wurde schließlich aus einer Shortlist von 58 in Europa tätigen Top-Unternehmen ermittelt.

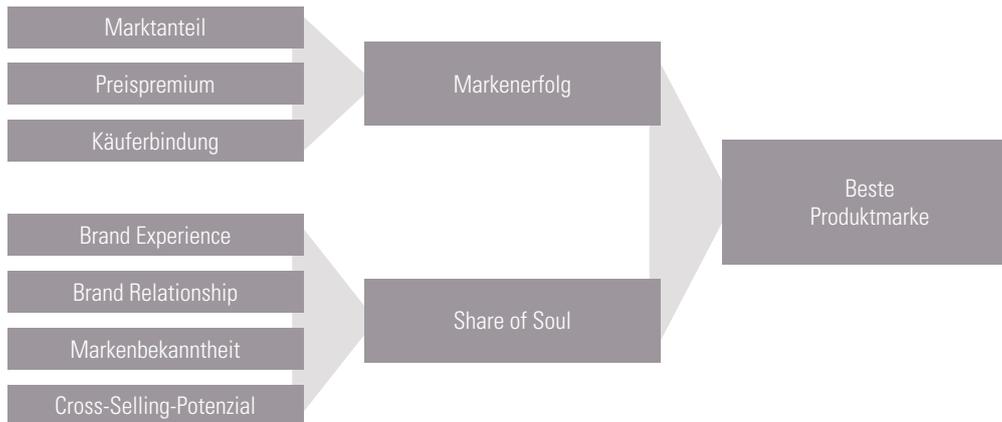


Beste Produktmarke

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit
Stichprobe: 7.500 Personen, repräsentative Bevölkerung
Erhebungszeitraum: Oktober 2015
Methode: Online-Interviews

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 »Markenerfolg« 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 (vgl. Seite 5).



Top Ten 2016

1. Nivea
2. Coca-Cola
3. Samsung (TV, DVD, Blu-ray)
4. Rotkäppchen
5. Lego
6. Bosch (Bau- & Heimwerkerbedarf)
7. Persil
8. WMF
9. Apple (Telekommunikation)
10. Lindt

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

- GfK Consumer Scan Individualpanel mit 40.000 Personen
- GfK Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten
- GfK Retail and Technology mit 27.000 Geschäften
- GfK Textilpanel mit 7.000 Haushalten und 16.000 Berichtspersonen
- GfK Automobilmarktforschung

276 potenzielle best brands aus 39 Branchen

Die Liste der potenziellen Marken, die als »Beste Produktmarke« ausgezeichnet werden können, umfasste für best brands 2016 insgesamt 276 Marken aus 39 Branchen. Welche Branchen das waren, sehen Sie unten.

Güter des täglichen Bedarfs

1. Alkoholfreie Getränke
2. Bier, Biermischgetränke
3. Geschirrspülmittel
4. Heißgetränke
5. Körperpflege, Kosmetik, Haarpflege
6. Molkereiprodukte
7. Mundpflege
8. Nahrungsmittel
9. Papierwaren (inkl. Hygiene)

10. Putz- und Reinigungsmittel

11. Sekt, Wein
12. Spirituosen
13. Süßwaren
14. Tiefkühlkost und Speiseeis
15. TV-Sender
16. Waschmittel (inkl. Zusatzbehandlung)
17. Zeitschriften
18. Zeitungen

Langlebige Gebrauchsgüter

19. Automobil
20. Bau- und Heimwerkerbedarf
21. Besteck- und Küchenutensilien
22. Computer (Hardware)
23. Computerzubehör
24. Fotografie
25. Gartenbedarf
26. Haushaltsgroßgeräte
27. Haushaltskleingeräte
28. Mobilfunkanbieter

29. Oberbekleidung
30. Schuhe
31. Software
32. Spielwaren
33. Spielekonsolen
34. Sportartikel (Sportbekleidung)
35. Sportartikel (Sportschuhe)
36. Telekommunikation
37. Unterhaltungselektronik Audio
38. Unterhaltungselektronik Sehen
39. Wäsche, Miederwaren, Strümpfe

»Was macht für Sie eine 'best brand' aus?«

»Dass sie einen hohen 'Share of Soul' und nicht nur einen hohen 'Share of Market' erzielt.«

Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe

»Eine 'best brand' ist eine begehrtere Marke, die zu einem unverzichtbaren Teil im Leben der Konsumenten geworden ist.«

Siegfried Högl, CEO GfK Consumer Experiences Germany

»'best brands' sind Marken, die es schaffen, sich durch konsequente Markenführung, das Festhalten an Markenwerten und die zielgruppengerechte Kommunikation zu positionieren.«

Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne Media

»'best brands' sind leuchtende Signale unserer aktuellen Kultur. Sie antizipieren die Entwicklungen unserer Gesellschaft

und gestalten so eine verantwortungsvolle Zukunft.«

Franz-Peter Falke, Präsident Markenverband

»Eine 'best brand' hat die Qualität mit Brief und Siegel. Eine Mission, die größer ist, als ihr Produkt zu verkaufen. Und eine Loyalität jenseits aller Vernunft und Lockvogelangebote.«

Frank Dopheide, Geschäftsführer Verlagsgruppe Handelsblatt

»Authentizität, Glaubwürdigkeit und immer wieder frische, kreative Ideen.«

Dr. Rainer Esser, Geschäftsführer ZEIT Verlagsgruppe

»Ein einzigartiger und unverwechselbarer Auftritt. Nur wer es schafft, seine Marke emotional aufzuladen, wird mit einer Erinnerung und dem Kaufakt des Konsumenten belohnt.«

Christian Schmalzl, COO der Ströer SE

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 11).



Top Ten 2016

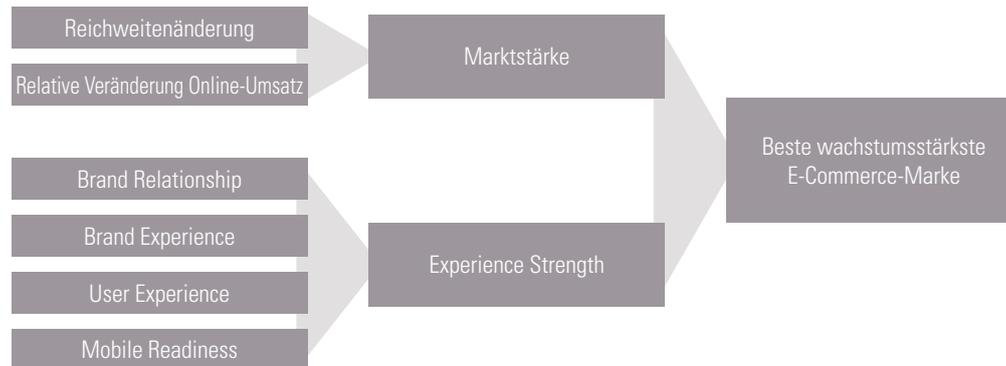
1. WMF
2. Husqvarna
3. Sony (Fotografie)
4. Ritter Sport
5. LG (TV, DVD, Blu-ray)
6. Bosch (Gartenbedarf)
7. Ford
8. Weihenstephan
9. Zewa
10. Apple (Telekommunikation)

Beste wachstumsstärkste E-Commerce-Marke

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Untersuchungsgebiet: Deutschland
Stichprobe: 1.500 Verbraucher ab 16 Jahren, online-repräsentativ
Erhebungszeitraum: Oktober 2015
Methode: Online-Interviews

In der diesjährigen Sonderkategorie wurde die beste und wachstumsstärkste E-Commerce-Marke in Deutschland ermittelt. Die Vorauswahl der Marken erfolgte auf Basis einer Mindestreichweite und einer positiven Umsatzentwicklung der verschiedenen E-Commerce-Marken.



Voraussetzung für die Teilnahme an der Befragung war, dass die jeweilige Person innerhalb der vorausgegangenen zwölf Monate online etwas gekauft oder bestellt, eine Reise gebucht oder eine Dienstleistung bezogen hat.

Die beste wachstumsstärkste E-Commerce-Marke wurde auf Basis eines Modells ermittelt, in das die »Experience Strength« der Marke und ihr tatsächliches wirtschaftliches Wachstum einfließen. Die »Experience Strength« wird durch die Bestandteile User Experience und Brand Experience, Beziehung zur Marke und Mobile Readiness bestimmt. Die Marktstärke umfasst die relative Veränderung des Umsatzes und die Reichweitenveränderung im Jahresvergleich.

Top Ten 2016

1. Amazon
2. Rewe
3. Douglas
4. Ikea
5. eBay
6. Lidl
7. Media Markt
8. H&M
9. Zalando
10. Booking.com



Die Gastgeber

Serviceplan Gruppe

Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte, partnergeführte und am breitesten aufgestellte Agenturgruppe Europas. 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-, Design- oder CRM-Experten, Marktforscher, PR-Berater oder Sales-Profis – bei Serviceplan ziehen alle an einem Strang, im »Haus der Kommunikation«, dem einzigen komplett integriert aufgestellten Agenturmodell in Deutschland.

An weltweit über 30 Standorten sind mehr als 2.800 Mitarbeiter für Kunden wie BMW, Continental, HiPP, Lufthansa, METRO, MINI, Saturn, Siemens oder WMF tätig. In zahlreichen Rankings belegt die Gruppe mit ihren vier großen Marken Serviceplan, Plan.Net, Mediaplus und Facit weltweit regelmäßig Spitzenpositionen.



[serviceplan.com](https://www.serviceplan.com)
[facebook.com/serviceplan](https://www.facebook.com/serviceplan)
[twitter.com/serviceplan](https://www.twitter.com/serviceplan)



Florian Haller
Hauptgeschäftsführer Serviceplan Gruppe

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten.

Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.



gfk.com/de
facebook.com/gfk.market.research
twitter.com/gfk



Siegfried Högl
CEO GfK Consumer Experiences Germany

ProSiebenSat.1 Media SE

Die ProSiebenSat.1 Group ist eines der größten unabhängigen Medienhäuser in Europa. Ihr Kerngeschäft ist werbefinanziertes Free-TV. Mit den Sendern SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX ist die ProSiebenSat.1 Group Nummer 1 im deutschen TV-Werbemarkt. Über die Distribution ihrer Fernsehsender in HD-Qualität hat sich die Gruppe ein attraktives neues Geschäftsfeld erschlossen.

Auch im Internet ist die ProSiebenSat.1 Group Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter. Sie betreibt mit maxdome ein Video-on-Demand-Portal, das mit mehr als 60.000 Titeln über das umfangreichste Content-Angebot in Deutschland verfügt und ihren Kunden mit dem Multi-Channel-Network Studio71 oder der Streaming App 7TV bestes digitales Entertainment bietet.

In den vergangenen Jahren hat die ProSiebenSat.1 Group ein starkes E-Commerce-Portfolio aufgebaut, das heute zu ihren wichtigsten Wachstumstreibern zählt. Darüber hinaus ist die Gruppe mit einem internationalen Programmproduktions- und Vertriebsnetzwerk in sieben Ländern vertreten. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breiten und stabilen Umsatz- und Ergebnisbasis.



prosiebensat1.com
sevenonemedia.de



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

Markenverband

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Milliarden Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Milliarden Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa.

Die Mitgliedsunternehmen stammen unter anderem aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie August Storck, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Dr. Doerr Feinkost, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, WMF und viele andere renommierte Firmen.



[markenverband.de](https://www.markenverband.de)



Franz-Peter Falke
Präsident des Markenverbandes

WirtschaftsWoche

Die WirtschaftsWoche ist das größte aktuelle Wirtschaftsmagazin in Deutschland. Sie ist Sprachrohr und Diskussionsplattform für all diejenigen, die Wirtschaft nicht nur als Beruf begreifen, sondern als eine ganz eigene Art, auf die Welt zu schauen. Mit der WirtschaftsWoche behalten Sie den Überblick über die aktuellen Themen der Woche, erhalten neue Perspektiven, klare Positionen und die notwendigen Hintergrundinformationen. Die WirtschaftsWoche Markenwelt bietet Ihnen die einzigartige Möglichkeit, Entscheider-Zielgruppen auf vielfältige Weise anzusprechen: börsentäglich über die Website, mehrmals pro Woche per E-Mail-Newsletter, wöchentlich über die Zeitschrift und weltweit per iPad-App. Events und Direct Mailings runden das WirtschaftsWoche Angebot ab und machen es zu einem unverzichtbaren Bestandteil für Ihre Entscheider-Kommunikation.

WirtschaftsWoche Leser gehören zur Wirtschaftselite Deutschlands. Sie verfügen über überdurchschnittlich viel Geld und steuern maßgeblich die Entwicklungen in ihrem Unternehmen. Investitionsentscheidungen treffen sie nicht nur im Beruf, sondern auch als Privatperson. Ihre Rolle als Meinungsführer und Multiplikator macht sie – in beruflichen wie auch in privaten Belangen – zu einer unverzichtbaren Premium-Zielgruppe.



wiwo.de
iqm.de/wirtschaftswoche
facebook.com/wirtschaftswoche
twitter.com/wiwo



Prof. Dr. Miriam Meckel
Chefredakteurin 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.

In diesem Jahr feiert DIE ZEIT ihren 70. Geburtstag. Seit der ersten Ausgabe, die am 21. Februar 1946 in Hamburg erschien, hat sie sich zu Deutschlands meistgelesener Wochenzeitung 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 ZET Verlagsgruppe

Ströer SE

Die Ströer SE ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungstreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache. Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich »Out of Home«: von den klassischen Plakatmedien über das exklusive Werberecht an deutschen Bahnhöfen bis hin zu den Riesenpostern von blowUP media.

Das Portfolio im Bereich der Online-Werbung erstreckt sich von der konzeptionellen Vermarktung im Internet, über hyperlokale mobile Werbung bis hin zu Bewegtbildvermarktung. Damit werden die User an allen digitalen Touchpoints erreicht – auf Smartphones, Tablets, Laptops, Desktop-PCs, Smart-TVs und digitalen Außenwerbeflächen.

Die Ströer Gruppe beschäftigt rund 3.300 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Die Ströer SE ist im MDAX der Deutschen Börse notiert.



stroeer.com
facebook.com/stroeer.group
twitter.com/stroeermedia



Udo Müller
CEO und Gründer Ströer SE



Das Archiv der besten Marken

Die 10 erfolgreichsten Marken im best brands Ranking

Welche Marken waren seit der ersten Verleihung des best brand Award am häufigsten und am besten im Ranking vertreten oder haben in den verschiedenen Kategorien gewonnen? Wir haben nachgezählt.

Ein 1. Platz wurde dabei mit 10 Punkten bewertet, ein 2. Platz in den Top Ten mit 9 Punkten, 8 Punkte für einen 3. Platz usw.

1. Miele 157 Punkte. 3 x Gewinner, 20 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Unternehmensmarke« 2007 und 2015.

Platz 1 als »Beste Produktmarke« 2009.

2. Adidas 107 Punkte. 3 x Gewinner, 19 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Produktmarke« 2004 und 2005.

Platz 1 als »Beste Sportmarke« (Sonderkategorie) 2013.

3. Lego 100 Punkte. 2 x Gewinner, 11 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Produktmarke« 2010 und 2011.

4. Nivea 96 Punkte. 3 x Gewinner, 11 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Produktmarke« 2013, 2014 und aktuell 2016.

5. BMW 89 Punkte. 2 x Gewinner, 13 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Unternehmensmarke« (International) 2012 und 2014.

6. Volkswagen 82 Punkte. 1 x Gewinner, 11 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Unternehmensmarke« 2011.

7. Audi 74 Punkte. 12 x Top Ten.

8. Siemens 70 Punkte. 1 x Gewinner, 14 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Unternehmensmarke« 2004.

9. Sony 68 Punkte. 2 x Gewinner, 10 weitere Male Top Ten.

Sony Ericsson mit Platz 1 als »Beste Wachstumsmarke« 2007 und 2008.

10. Lufthansa 67 Punkte. 1 x Gewinner, 8 weitere Male Top Ten.

Platz 1 als »Beste Unternehmensmarke« 2008.

Die besten Unternehmensmarken 2005-2016

	2016 Europa	2015	2014 International	2013	2012 International	2011
1. Platz	Porsche	Miele	BMW	Amazon	BMW	Volkswagen
2. Platz	BMW	Audi	Audi	Volkswagen	Audi	Miele
3. Platz	Bosch	Daimler	Porsche	Audi	Volkswagen	Audi
4. Platz	Ikea	Bosch	Volkswagen	Miele	Bosch	Lufthansa
5. Platz	Adidas	Adidas	Bosch	Siemens	Siemens	Siemens
6. Platz	Audi	BMW	Siemens	BMW	Miele	Daimler
7. Platz	Miele	Volkswagen	Daimler	Lufthansa	Porsche	ADAC
8. Platz	Michelin	Porsche	Adidas	ADAC	Adidas	Adidas
9. Platz	Nestlé	Siemens	Miele	Adidas	Daimler	BMW
10. Platz	L'Oréal	Henkel	Henkel	Daimler	Beiersdorf	Aldi

2010	2009	2008	2007	2006	2005	
Google	Google	Lufthansa	Miele	Google	eBay	1. Platz
Audi	Lufthansa	Aldi	Google	Lufthansa	Aldi	2. Platz
Volkswagen	Miele	Adidas	Porsche	Siemens	Siemens	3. Platz
Lufthansa	Adidas	Miele	Aldi	Aldi	Lufthansa	4. Platz
Miele	Volkswagen	Google	Lufthansa	Porsche	Porsche	5. Platz
Daimler	BMW	Siemens	Daimler-Chrysler	BMW	BMW	6. Platz
BMW	Bosch	Microsoft	eBay	Adidas-Salomon	Volkswagen	7. Platz
Aldi	Audi	BMW	ADAC	Audi	Deutsche Post	8. Platz
Adidas	Microsoft	Audi	BMW	eBay	Amazon	9. Platz
Siemens	eBay	Amazon	Siemens	Daimler-Chrysler	Adidas-Salomon	10. Platz

Die besten Produktmarken 2005-2016

	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1. Platz	Nivea	Bose	Nivea	Nivea	Apple	Lego
2. Platz	Coca-Cola	Nivea	Lego	Apple	Nivea	Miele
3. Platz	Samsung TV, DVD, Blu-ray	Lindt	Bose	Lego	Miele	Nivea
4. Platz	Rotkäppchen	Lego	Miele	Miele	Lego	Tchibo
5. Platz	Lego	Miele Großgeräte	Canon	Gillette	Coca-Cola	Rotkäppchen
6. Platz	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Coca-Cola	Gillette	Triumph	Canon	Triumph
7. Platz	Persil	Apple Telekommunikation	Samsung TV, DVD, Blu-ray	Adidas	Tchibo	Gillette
8. Platz	WMF	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Apple	Coca-Cola	Gillette	Microsoft
9. Platz	Apple Telekommunikation	Persil	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Canon
10. Platz	Lindt	Bosch	Lindt	Lindt	Adidas	Langnese

2010	2009	2008	2007	2006	2005	
Lego	Miele	Canon	Canon	Tchibo	Adidas	1. Platz
Miele	Canon	Adidas	Lego	Lego	Sony	2. Platz
Nivea	Elmex	Tchibo	Tchibo	Nivea	Persil	3. Platz
Elmex	Tchibo	Miele	Nivea	Miele	Tchibo	4. Platz
Microsoft	Microsoft	Rotkäppchen	Miele	Adidas	Lego	5. Platz
Rotkäppchen	Lego	Lego	Freixenet	Canon	Miele	6. Platz
Esprit	Nivea	Triumph	Nokia	Siemens	Canon	7. Platz
Freixenet	Coca-Cola	Nokia	Adidas	Sony	Nokia	8. Platz
Triumph	Rotkäppchen	Miele	Rotkäppchen	Schiesser	Nivea	9. Platz
Canon	Adidas	Nivea	Siemens	Freixenet	Rotkäppchen	10. Platz

Die besten Wachstumsmarken 2005-2016

	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1. Platz	WMF	Nike Sportschuhe	Captain Morgan	Samsung	HTC	Apple
2. Platz	Husqvarna	Sony Fotografie	Schöner Wohnen Farbe	De'Longhi	Aperol	LG
3. Platz	Sony Fotografie	Western Digital	LG Telekommunikation	Apple	Apple	Tamaris
4. Platz	Ritter Sport	Asus	Harman	Triumph	Base	Base
5. Platz	LG TV, DVD, Blu-ray	Fissler	Tom Tailor	Fit	Havana Club	De'Longhi
6. Platz	Bosch Gartenbedarf	Lenovo	Ehrmann	Lenor	Barbie	Pampers
7. Platz	Ford	Hyundai	WC Frisch	Nur Die	Geox	Zewa
8. Platz	Weihenstephan	Somat	Samsung TV, DVD, Blu-ray	Asics	Jacobs	Frosch
9. Platz	Zewa	Captain Morgan	Persil	Yamaha	Samsung	Acer
10. Platz	Apple Telekommunikation	Havana Club	Frosch	Nikon	Alpina	Volvic

2010	2009	2008	2007	2006	2005	
Samsung	Mey	Sony Ericsson	Sony Ericsson	Motorola	Samsung	1. Platz
Acer	Samsung	Panasonic	Beck's	Mey	Sony	2. Platz
Punica	Nike	Brise	Motorola	Jura	IBM	3. Platz
Lenovo	Landliebe	Triumph	Pepsi Cola	Nikon	Krombacher	4. Platz
Echter Nordhäuser	Weihenstephan	Samsung	Veltins	Schiesser	Puma	5. Platz
H&M	Technics/Panasonic	E-Plus	Dove	Boss	Schauma	6. Platz
Hohes C	Puma	Dallmayr	Persil	Lenor	Sony Ericsson	7. Platz
Granini	Sony Ericsson	Brax	Krombacher	02	Jacobs	8. Platz
Pelikan	Ramazotti	Esprit	Faber-Castell	Vodafone	Philips	9. Platz
Dallmayr	Nikon	HP	Somat	Sony Ericsson	Süddeutsche Zeitung	10. Platz

Die Sonderkategorien 2005-2016

Beste...	2016 E-Commerce-Marke	2015 Modemarke	2014 Beautymarke	2013 Sportmarke	2012 Händlermarke <small>Non-Food</small>	2011 Dienstleistungsmarke
1. Platz	Amazon	Hugo Boss	Chanel	Adidas	Amazon	Kempinski
2. Platz	Rewe	Bogner	Christian Dior	Jack Wolfskin	dm	ING-DiBa
3. Platz	Douglas	Wellensteyn	Sisley	Nike	Ikea	Lufthansa
4. Platz	Ikea	Tommy Hilfiger	Kanebo	Odlo	Hugendubel	HUK
5. Platz	Lidl	Desigual	Mac	Puma	Budnikowsky	Steigenberger
6. Platz	eBay	Jack Wolfskin	Giorgio Armani	Lowa	Thalia	DHL
7. Platz	Media Markt	Marc Cain	Givenchy	Asics	Peek & Cloppenburg	Sparkasse
8. Platz	H&M	Superdry	Juvena	Schöffel	Esprit	Vodafone
9. Platz	Zalando	Camp David	Guerlain	Globetrotter	Rossmann	SAP
10. Platz	Booking.com	Olymp	Shiseido	Reebok	Karstadt	Air Berlin

2010 Nachhaltigkeitsmarke	2009 Designmarke	2008 Luxusautomobil	2007 Luxusmarke	2006 Finanzmarke	2005 Persönlichkeitsmarke	
Henkel	Artemide	Aston Martin DB9	Gucci	UBS	Günther Jauch	1. Platz
Linde	Rolf Benz	Lamborghini Murciélago	Glashütte	Franklin Templeton Investments	Steffi Graf	2. Platz
BMW	Alessi	Audi R8	IWC	Deutsche Bank	Michael Schumacher	3. Platz
Volkswagen	Vitra	Ferrari 599 GTB Fiorano	Louis Vuitton	ING-DiBa	Thomas Gottschalk	4. Platz
Miele	Rosenthal	Lamborghini Gallardo	Dior	DWS Investments	Rudi Völler	5. Platz
Siemens	Ritzenhoff	Mercedes SLR	Lange & Söhne	Postbank	Mario Adorf	6. Platz
Fresenius Medical Care	Villeroy & Boch	Aston Martin V8 Vantage	Prada	Deka Investmentfonds	Udo Jürgens	7. Platz
RWE	Ligne Roset	Maybach	Jaeger-LeCoultre	Fidelity Investments	Andre Agassi	8. Platz
EnBW	Robbe & Berking	Ferrari 612 Scaglietti	Giorgio Armani	ABN AMRO Bank	Franz Beckenbauer	9. Platz
Audi	Tobias Grau	Porsche 911	Versace	Commerzbank	Johannes B. Kerner	10. Platz

best brands International 2014-2016

	2016 Europa (siehe S. 9 und S. 24)	2015 Italien	2014 China (Unternehmensmarke)	2014 China (Produktmarke)
1. Platz	Porsche	Ferrero	Apple	Master Kong
2. Platz	BMW	Tod's	Microsoft	Safeguard
3. Platz	Bosch	Luxottica	Coca-Cola	Dove (Mars)
4. Platz	Ikea	Campari	BMW	Mengniu
5. Platz	Adidas	Lavazza	Tencent	Volkswagen
6. Platz	Audi	Barilla	Baidu	Head & Shoulders
7. Platz	Miele	Giochi Preziosi	Lenovo	Estée Lauder
8. Platz	Michelin	Perfetti Van Melle	Daimler	Yunnan Baiyao
9. Platz	Nestlé	Moncler	Adidas	Jin Long Yu
10. Platz	L'Oréal	Calzedonia	Haier Group	Crest

Ein Dank an die Sponsoren 2016

Calvin Klein

GMUND
PAPIER



LANCASTER
MONACO

 MCVVM
GLOBAL
BRANDS
FONDS

FONDATA  NEL 1887
MIONETTO
Bollicine Italiane

RINGS
FREINSHEIM

SIXT
rent a car

Impressum

best brands ist eine gemeinsame Veranstaltung der folgenden sieben Partner:

Serviceplan Gruppe, GfK, ProSiebenSat.1 Media SE, Markenverband, WirtschaftsWoche, DIE ZEIT und Ströer SE.

Das vollständige Impressum finden Sie unter bestbrands.de/impressum

Für die Inhalte verantwortlich sind die Partner.

Gestaltung der Broschüre: Florian Stemmler, Serviceplan Gruppe.

bestbrands.de

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

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

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

SERVICEPLAN 



ProSiebenSat.1
Media SE



DIE ZEIT 

STRÖER