


# BEST BRANDS 2019



[bestbrands.de](https://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 2019« 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** 



 **ProSiebenSat.1**  
Media SE

 **M**  
MARKENVERBAND

 **Wirtschafts**  
**Woche**

**DIE ZEIT** 

 **RMS**

# 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 und seit diesem Jahr RMS Radio Marketing Service. Inzwischen wird der begehrte Award auch jährlich in China, Italien, Frankreich und Belgien verliehen. 2019 erfolgt die Preisverleihung erstmals auch in Russland.

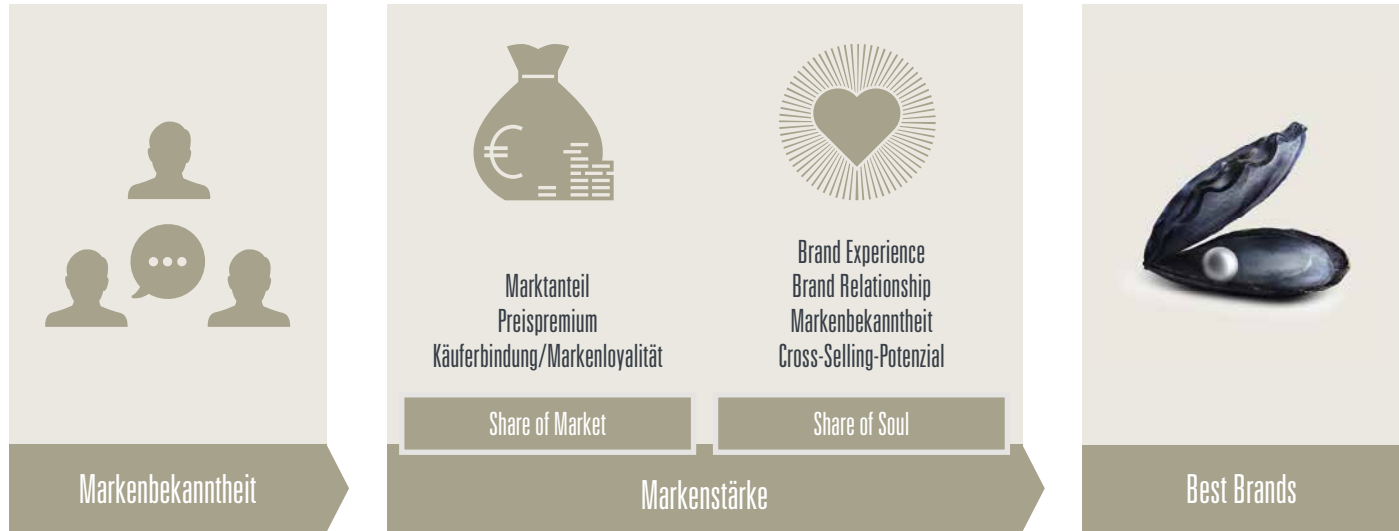
Das Besondere an der Auszeichnung ist, dass nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern ausschließlich die Verbraucher über die Gewinner entscheiden. Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: 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 einer vierten und jährlich wechselnden Sonderkategorie, bei der gezielt ein Fokusthema unter die Lupe genommen wird. 2019 ehrt die »Best Digital Life Brand« Marken, die Digitalisierung für Konsumenten erschließen. Auch in den vergangenen Jahren widmete sich die Sonderkategorie relevanten Trendthemen, unter anderem »Best Millennials' Brand« (Nike, 2018) oder »Best Future Mobility Brand« (Tesla, 2017). Seit 2012 wird die »Beste Unternehmensmarke« regelmäßig auf internationaler Ebene analysiert. Nachdem 2018 Europa im Fokus stand, traten in diesem Jahr deutsche Marken in globalen Wirtschaftsräumen (USA, China, Brasilien, Frankreich, Deutschland) gegeneinander an.



# 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 2019 — DIE KATEGORIE-GEWINNER



Beste Deutsche  
Unternehmensmarke  
International



Beste  
Produktmarke

**LILLET**<sup>®</sup>  
*Maison fondée en 1872*

Beste  
Wachstumsmarke

**amazon**

Best  
Digital Life Brand

# BEST BRANDS 2019 — DAS RANKING

	Beste Deutsche Unternehmensmarke International	Beste Produktmarke	Beste Wachstumsmarke	Best Digital Life Brand
1. Platz	Adidas	Lego	Lillet	Amazon
2. Platz	BMW	Bosch	Tefal	Google
3. Platz	Porsche	Samsung	Under Armour	Apple
4. Platz	Audi	Adidas	Puma	Samsung
5. Platz	Bosch	WMF	Nintendo	PayPal
6. Platz	Volkswagen	Microsoft	Lloyd	Bosch
7. Platz	Puma	Nivea	Huawei	Microsoft
8. Platz	Dr. Oetker	Sony PlayStation	Dyson	Siemens
9. Platz	Miele	Gardena	Ecco	WhatsApp
10. Platz	SAP	Canon	Aperol	FritzBox!



## DIE KATEGORIEN IM DETAIL

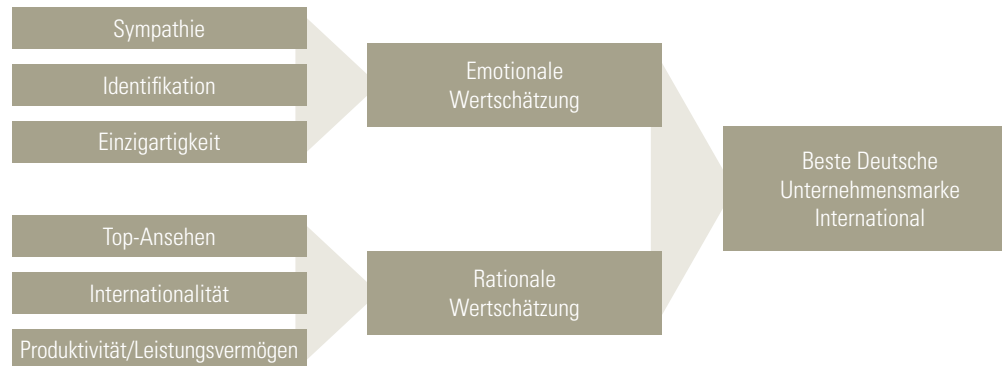


# BESTE DEUTSCHE UNTERNEHMENSMARKE INTERNATIONAL

## Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Im jährlichen Wechsel wird die »Beste Unternehmensmarke« seit 2012 im globalen sowie im europäischen Wirtschaftskontext gekürt. Im vergangenen Jahr lag der Fokus auf Europa. 2019 mussten sich deutsche Unternehmen neben ihrem Heimatland in den weltweiten Wirtschaftsräumen USA, China, Brasilien und Frankreich behaupten.

Aus jedem Land wurden 1.000 Personen im Alter ab 18 Jahren in einer Online-Studie zu deutschen Unternehmen befragt. Die Vorauswahl der Unternehmen erfolgte nach Umsatzvolumen, Marktkapitalisierung und der Aktivität der Unternehmen in allen Ländern. Neben der weltweiten Präsenz mussten die Marken sowohl ihre rationale als auch emotionale Wertschätzung unter Beweis stellen.



### Gewinner 2019

1. Adidas
2. BMW
3. Porsche
4. Audi
5. Bosch
6. Volkswagen
7. Puma
8. Dr. Oetker
9. Miele
10. SAP

# BESTE PRODUKTMARKE

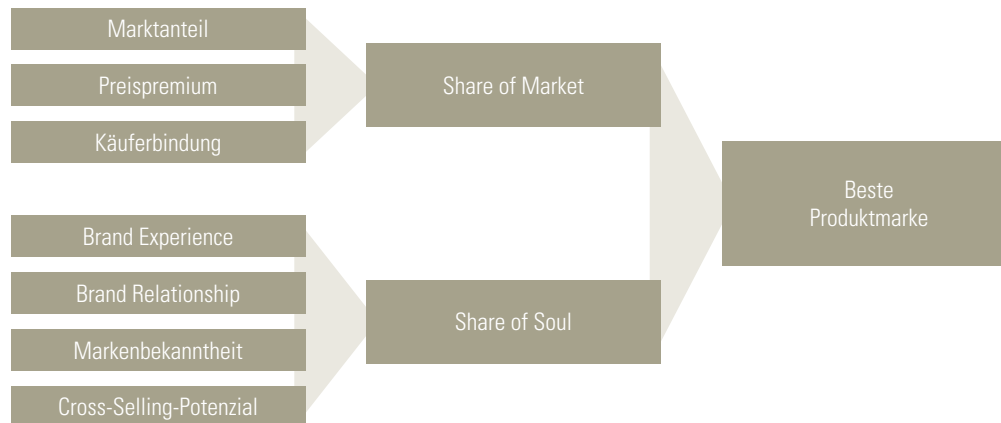
## Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Online-Interviews

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Stichprobe: 7.500 Personen, repräsentative Bevölkerung

Erhebungszeitraum: August/September 2018



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 2019

1. Lego
2. Bosch
3. Samsung
4. Adidas
5. WMF
6. Microsoft
7. Nivea
8. Sony PlayStation
9. Gardena
10. Canon

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 and Technology Panel mit 27.000 Geschäften
- GfK Textilpanel mit 7.000 Haushalten und 16.000 Berichtspersonen
- GfK Automobilmarktforschung

Die Liste der potenziellen Marken, die als »Beste Produktmarke« ausgezeichnet werden konnten, umfasste in diesem Jahr insgesamt 297 Marken aus 42 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), Pflanzenpflege, Reiseanbieter, 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, TV-Sender, Waschmittel inkl. Zusatzbehandlung, Zeitschriften, Zeitungen.

# 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 2019

1. Lillet
2. Tefal
3. Under Armour
4. Puma
5. Nintendo
6. Lloyd
7. Huawei
8. Dyson
9. Ecco
10. Aperol

# BEST DIGITAL LIFE BRAND

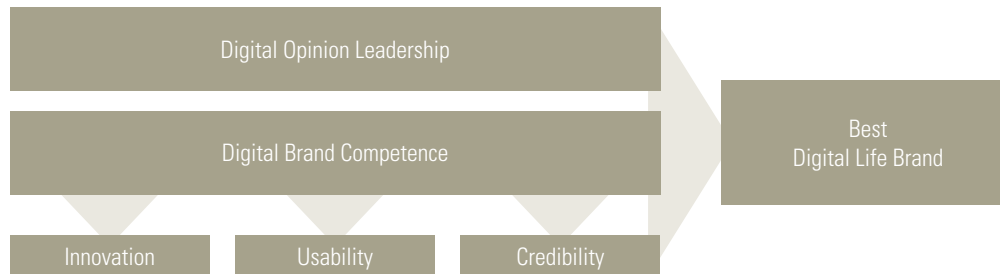
## Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Digital Media Intelligence & Online-Interviews  
Untersuchungsgebiet: Deutschland  
Stichprobe: 2.000 Konsumenten, online-repräsentativ  
Erhebungszeitraum: August/September 2018

Mit neuen Technologien werden ungeahnte Möglichkeiten erschlossen: Digitalisierung revolutioniert ganze Branchen und unseren Alltag. Die diesjährige Sonderkategorie widmet sich daher der Frage, welche Marke Digitalisierung für Konsumenten nutzbar macht. Dazu wurden zwei Komponenten, Digital Opinion Leadership und Digital Brand Competence, unter die Lupe genommen.

Digital Opinion Leadership erfasst den Buzz zu Digitalisierungstrends, den Marken online in den News, Foren/Blogs sowie Twitter im Zeitraum Mai–September 2018 erzeugten. Aus über 100 Schlüsselbegriffen zum Thema Digitalisierung wurden die 15 Top-Themen für die Bereiche Online-Plattformen, Kommunikation, Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik identifiziert, an denen die Marken gemessen wurden.

Neben dieser technischen Perspektive mussten die Best Digital Life Brands Konsumenten zudem mit einem klaren digitalen Nutzenversprechen überzeugen. Dazu wurden die wichtigsten digitalen Markenkompetenzen aus den GfK Grundlagen-Studien zu Digitaler Transformation und Smart-Home abgeleitet. Verbraucher bewerteten, welche Marken mit ungeahnten Innovationen faszinieren, die sich bequem und anwendungsfreundlich nutzen lassen und dabei angemessen mit Daten umgehen.



Insgesamt wurden 67 Marken, darunter IT-Hersteller, Telekommunikationsunternehmen, digitale Zahlungsdienste, Online-Händler und Social-Media-Plattformen sowie Anbieter smarter Assistenten, Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik, anhand dieser Kriterien verortet, um die Best Digital Life Brand zu ermitteln.

### Gewinner 2019

1. Amazon
2. Google
3. Apple
4. Samsung
5. PayPal
6. Bosch
7. Microsoft
8. Siemens
9. WhatsApp
10. FritzBox!



# 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 4.100 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](http://serviceplan.com)  
[facebook.com/Serviceplan](https://facebook.com/Serviceplan)  
[twitter.com/Serviceplan](https://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](https://www.gfk.com/de)  
[facebook.com/GfKDeutschland](https://www.facebook.com/GfKDeutschland)  
[twitter.com/gfk\\_de](https://twitter.com/gfk_de)



**Michael Müller**  
President Northern, Central and Eastern Europe, GfK



# PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist das führende deutsche Entertainment-Unternehmen mit einem starken E-Commerce-Geschäft. Das Unternehmen bietet beste Unterhaltung – jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Mit 14 Free- und Pay-TV-Sendern erreicht ProSiebenSat.1 in Deutschland, Österreich und der Schweiz 45 Millionen TV-Haushalte. Insgesamt generiert ProSiebenSat.1 mit seinen Online-Angeboten monatlich eine Milliarde Video Views. In die 120.000 Programmstunden investiert das Unternehmen jedes Jahr mehr als eine Milliarde Euro.

Zur Gruppe gehört auch das Produktions- und Vertriebsgeschäft Red Arrow Studios. Das weltweite Video-Channel-Network Studio71 erreicht jährlich rund 96 Milliarden Video Views und betreibt über 1.300 Kanäle. Die NuCom Group SE ist ein schnell wachsender E-Commerce-Player mit zehn führenden Portfoliounternehmen. Hinter ProSiebenSat.1 stehen 6.500 Mitarbeiter, die mit großer Leidenschaft die Zuschauer und Kunden jeden Tag aufs Neue unterhalten und begeistern.



[prosiebensat1.com](https://www.prosiebensat1.com)



Sabine Eckhardt  
Vorstand Vertrieb & Marketing ProSiebenSat.1 Media SE

# 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](http://markenverband.de)  
[facebook.com/markenverband](https://facebook.com/markenverband)



Franz-Peter Falke  
Präsident des Markenverbandes

# WIRTSCHAFTSWOCHEN

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 Entscheidungskommunikation.

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](http://wiwo.de)  
[iqm.de/wirtschaftswoche](http://iqm.de/wirtschaftswoche)  
[facebook.com/wirtschaftswoche](https://facebook.com/wirtschaftswoche)  
[twitter.com/wiwo](https://twitter.com/wiwo)



Beat Balzi  
Chefredakteur der WirtschaftsWoche

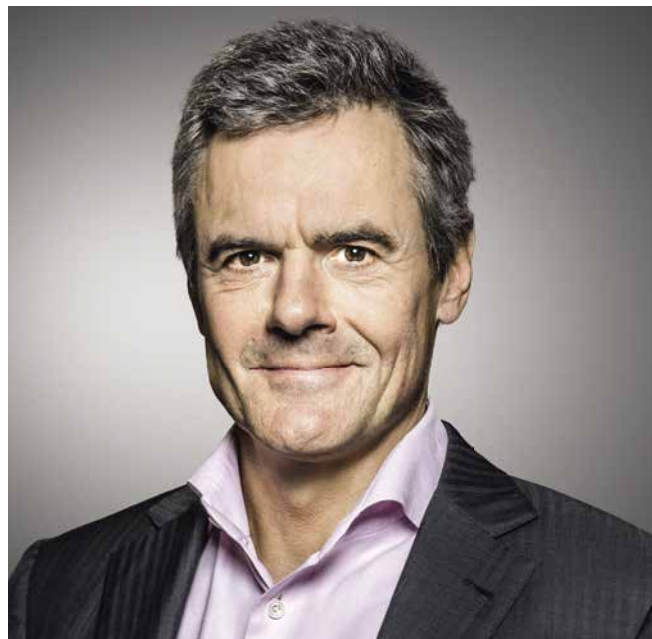
# DIE ZEIT

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 rund 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.

Der Umgang mit Medien hat sich verändert. Wer heute erfolgreich werben will, muss die Zielgruppen trotz fragmentierter Mediennutzung erreichen. Hierfür hat RMS die erste intelligente Audio DMP entwickelt und damit die technologische Basis für vollwertig datengetriebene Audiokampagnen geschaffen.

RMS ist der führende Vermarkter im deutschen Audiowerbemarkt. Mit einem breiten Portfolio aus 169 privaten Radiosendern sowie über 1.100 Online-Audio-Streams und mobilen Apps bietet RMS Werbetreibenden individuelle Lösungsansätze für eine effektive Zielgruppenansprache.

Gebündelt in einem Produkt, vereint RMS AUDIO TOTAL die überragende Reichweite von UKW und die zielgenaue Ansprache von Online Audio. Dieser konvergente Ansatz orientiert sich an den veränderten Hörgewohnheiten der Menschen und nutzt etablierte und neue Touchpoints zur erfolgreichen Aktivierung der Verbraucher in ihrer individuellen Alltagssituation.

RMS ist Treiber hinter zahlreichen Innovationen in den Bereichen Konvergenzwährung, Marktforschung, Media-Management und Kreation.



rms.de  
[facebook.com/RMS.DerAudiovermarkter](https://facebook.com/RMS.DerAudiovermarkter)



Matthias Wahl  
Sprecher der Geschäftsführung RMS Radio Marketing Service



# DAS ARCHIV DER BESTEN MARKEN

Auf den folgenden Seiten finden Sie die »Best Brands« Gewinner aller Kategorien der vergangenen zwölf Jahre. Alle Rankings seit 2004 finden Sie auf unserer Website [bestbrands.de](http://bestbrands.de)

# DIE BESTEN UNTERNEHMENSMARKEN 2008-2019

	2019 International	2018 Europa	2017 International	2016 Europa	2015	2014 International
1. Platz	Adidas	Ikea	BMW	Porsche	Miele	BMW
2. Platz	BMW	Adidas	Porsche	BMW	Audi	Audi
3. Platz	Porsche	BMW	Adidas	Bosch	Daimler	Porsche
4. Platz	Audi	Audi	Audi	Ikea	Bosch	Volkswagen
5. Platz	Bosch	Porsche	Daimler	Adidas	Adidas	Bosch
6. Platz	Volkswagen	Bosch	Miele	Audi	BMW	Siemens
7. Platz	Puma	Daimler	Bosch	Miele	Volkswagen	Daimler
8. Platz	Dr. Oetker	Michelin	SAP	Michelin	Porsche	Adidas
9. Platz	Miele	Miele	Siemens	Nestlé	Siemens	Miele
10. Platz	SAP	L'Oréal	Bayer	L'Oréal	Henkel	Henkel



	2013	2012 International	2011	2010	2009	2008	
	Amazon	BMW	Volkswagen	Google	Google	Lufthansa	1. Platz
	Volkswagen	Audi	Miele	Audi	Lufthansa	Aldi	2. Platz
	Audi	Volkswagen	Audi	Volkswagen	Miele	Adidas	3. Platz
	Miele	Bosch	Lufthansa	Lufthansa	Adidas	Miele	4. Platz
	Siemens	Siemens	Siemens	Miele	Volkswagen	Google	5. Platz
	BMW	Miele	Daimler	Daimler	BMW	Siemens	6. Platz
	Lufthansa	Porsche	ADAC	BMW	Bosch	Microsoft	7. Platz
	ADAC	Adidas	Adidas	Aldi	Audi	BMW	8. Platz
	Adidas	Daimler	BMW	Adidas	Microsoft	Audi	9. Platz
	Daimler	Beiersdorf	Aldi	Siemens	eBay	Amazon	10. Platz

# DIE BESTEN PRODUKTMARKEN 2008-2019

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
1. Platz	Lego	Nivea	Coca-Cola	Nivea	Bose	Nivea
2. Platz	Bosch	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Nivea	Coca-Cola	Nivea	Lego
3. Platz	Samsung	Coca-Cola	Bose	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Lindt	Bose
4. Platz	Adidas	WMF	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Lego	Miele
5. Platz	WMF	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Lego	Miele Großgeräte	Canon
6. Platz	Microsoft	Adidas Sportbekleidung	Apple Smartphones & Wearables	Bosch Bau- & Heimwerkerbedarf	Coca-Cola	Gillette
7. Platz	Nivea	Lego	WMF	Persil	Apple Telekommunikation	Samsung TV, DVD, Blu-Ray
8. Platz	Sony PlayStation	Sony PlayStation	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	WMF	Samsung TV, DVD, Blu-Ray	Apple
9. Platz	Gardena	Bose	Oral-B	Apple Telekommunikation	Persil	Rotkäppchen
10. Platz	Canon	Funny-frisch	Miele	Lindt	Bosch	Lindt

	2013	2012	2011	2010	2009	2008	
	Nivea	Apple	Lego	Lego	Miele	Canon	1. Platz
	Apple	Nivea	Miele	Miele	Canon	Adidas	2. Platz
	Lego	Miele	Nivea	Nivea	Elmex	Tchibo	3. Platz
	Miele	Lego	Tchibo	Elmex	Tchibo	Miele	4. Platz
	Gillette	Coca-Cola	Rotkäppchen	Microsoft	Microsoft	Rotkäppchen	5. Platz
	Triumph	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Lego	Lego	6. Platz
	Adidas	Tchibo	Gillette	Esprit	Nivea	Triumph	7. Platz
	Coca-Cola	Gillette	Microsoft	Freixenet	Coca-Cola	Nokia	8. Platz
	Rotkäppchen	Rotkäppchen	Canon	Triumph	Rotkäppchen	Miele	9. Platz
	Lindt	Adidas	Langnese	Canon	Adidas	Nivea	10. Platz

# DIE BESTEN WACHSTUMSMARKEN 2008-2019

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
1. Platz	Lillet	Lay's	Duplo Ferrero	WMF	Nike Sportschuhe	Captain Morgan
2. Platz	Tefal	Airbnb	Perwoll	Husqvarna	Sony Fotografie	Schöner Wohnen Farbe
3. Platz	Under Armour	Nintendo	Miele	Sony Fotografie	Western Digital	LG Telekommunikation
4. Platz	Puma	Huawei	Tefal	Ritter Sport	Asus	Harman
5. Platz	Nintendo	Asus	Beck's	LG TV, DVD, Blu-Ray	Fissler	Tom Tailor
6. Platz	Lloyd	Booking.com	Baileys	Bosch Gartenbedarf	Lenovo	Ehrmann
7. Platz	Huawei	Sonos	Makita	Ford	Hyundai	WC Frisch
8. Platz	Dyson	Ariel	Granini	Weihenstephan	Somat	Samsung TV, DVD, Blu-Ray
9. Platz	Ecco	Dyson	Sony	Zewa	Captain Morgan	Persil
10. Platz	Aperol	Nike	Bose	Apple Telekommunikation	Havana Club	Frosch

	2013	2012	2011	2010	2009	2008	
	Samsung	HTC	Apple	Samsung	Mey	Sony Ericsson	1. Platz
	De'Longhi	Aperol	LG	Acer	Samsung	Panasonic	2. Platz
	Apple	Apple	Tamaris	Punica	Nike	Brise	3. Platz
	Triumph	Base	Base	Lenovo	Landliebe	Triumph	4. Platz
	Fit	Havana Club	De'Longhi	Echter Nordhäuser	Weihenstephan	Samsung	5. Platz
	Lenor	Barbie	Pampers	H&M	Technics/Panasonic	E-Plus	6. Platz
	Nur Die	Geox	Zewa	Hohes C	Puma	Dallmayr	7. Platz
	Asics	Jacobs	Frosch	Granini	Sony Ericsson	Brax	8. Platz
	Yamaha	Samsung	Acer	Pelikan	Ramazotti	Esprit	9. Platz
	Nikon	Alpina	Volvic	Dallmayr	Nikon	HP	10. Platz

# DIE SONDERKATEGORIEN 2008-2019

Beste ...	2019 Digital Life Brand	2018 Millennials' Brand	2017 Future-Mobility-Marke	2016 E-Commerce-Marke	2015 Modemarke	2014 Beautymarke
1. Platz	Amazon	Nike	Tesla	Amazon	Hugo Boss	Chanel
2. Platz	Google	Sony PlayStation	Öffi	Rewe	Bogner	Christian Dior
3. Platz	Apple	Netflix	BMW	Douglas	Wellensteyn	Sisley
4. Platz	Samsung	Adidas	Audi	Ikea	Tommy Hilfiger	Kanebo
5. Platz	PayPal	Spotify	Call a Bike	Lidl	Desigual	Mac
6. Platz	Bosch	Samsung Smartphones & Wearables	Mercedes-Benz	eBay	Jack Wolfskin	Giorgio Armani
7. Platz	Microsoft	Coca-Cola	Google	MediaMarkt	Marc Cain	Givenchy
8. Platz	Siemens	Nintendo	DriveNow	H&M	Superdry	Juvena
9. Platz	WhatsApp	H&M	Flinkster	Zalando	Camp David	Guerlain
10. Platz	FritzBox!	Red Bull	Car2Go	Booking.com	Olymp	Shiseido

	2013 Sportmarke	2012 Händlermarke <small>Non-Food</small>	2011 Dienstleistungsmarke	2010 Nachhaltigkeitsmarke	2009 Designmarke	2008 Luxusautomobil	
	Adidas	Amazon	Kempinski	Henkel	Artemide	Aston Martin DB9	1. Platz
	Jack Wolfskin	dm	ING-DiBa	Linde	Rolf Benz	Lamborghini Murciélago	2. Platz
	Nike	Ikea	Lufthansa	BMW	Alessi	Audi R8	3. Platz
	Odlo	Hugendubel	HUK	Volkswagen	Vitra	Ferrari 599 GTB Fiorano	4. Platz
	Puma	Budnikowsky	Steigenberger	Miele	Rosenthal	Lamborghini Gallardo	5. Platz
	Lowa	Thalia	DHL	Siemens	Ritzenhoff	Mercedes SLR	6. Platz
	Asics	Peek & Cloppenburg	Sparkasse	Fresenius Medical Care	Villeroy & Boch	Aston Martin V8 Vantage	7. Platz
	Schöffel	Esprit	Vodafone	RWE	Ligne Roset	Maybach	8. Platz
	Globetrotter	Rossmann	SAP	EnBW	Robbe & Berking	Ferrari 612 Scaglietti	9. Platz
	Reebok	Karstadt	Air Berlin	Audi	Tobias Grau	Porsche 911	10. Platz

# EIN DANK AN DIE SPONSOREN 2019

**GMUND**  
PAPIER



**GROUPE**  
**CLARINS**

SEIT  1856  
*Rotkäppchen*

**KLUMPP**

**DREISSIGACKER**



# MEDIENPARTNER

**Lebensmittel  
Zeitung**

# MOBILITY-PARTNER



## Impressum

Best Brands ist eine gemeinsame Veranstaltung der folgenden Partner:

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

Das vollständige Impressum finden Sie unter [bestbrands.de/impressum](http://bestbrands.de/impressum)

Für die Inhalte verantwortlich sind die Partner.

Foto Dr. Rainer Esser: Johannes Arlt.

Gestaltung der Broschüre: Serviceplan Gruppe.

**GMUND**  
PAPIER



**SERVICEPLAN** +



 **ProSiebenSat.1**  
Media SE

 **M**  
MARKENVERBAND

 **Wirtschafts**  
**Woche**

**DIE ZEIT**

 **RMS**