

BEST BRANDS 2024



bestbrands.de

[X/bestbrands](https://x.com/bestbrands)

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

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

Wir freuen uns, dass Sie sich für »Best Brands 2024« 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

GRK
An NRG
Company

71 **seven.one**
ENTERTAINMENT
GROUP

M
MARKENVERBAND

Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

RMS

media **impact**

INHALT

Best Brands	5	Die Partner	15
Der Best Brands Forschungsansatz	6	Serviceplan Group	16
Best Brands 2024 – die Kategorie-Gewinner	7	GfK. An NIQ Company	17
Best Brands 2024 – das Ranking	8	Seven.One Entertainment Group	18
Die Kategorien im Detail	9	Markenverband	19
Best Brand Overall	10	WirtschaftsWoche	20
Best Brand Beauty	12	DIE ZEIT	21
Best Brand Fashion	13	RMS. Der Audiovermarkter.	22
Best Momentum Brand	14	Media Impact	23
		Das Archiv der besten Marken	24
		Die Best Brands 2023	25
		Die Gewinner 2008–2022	27

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 Konsument:innen geschafft haben, die mit Innovationen und vor allem mit positiven Erfahrungen verbunden werden.

Best Brands stellt diese Marken und ihre Macher:innen in den Vordergrund: Erfolgreiche Markenführung zu honorieren, zu fördern und neuen, zukunftsweisenden Kommunikationslösungen ein starkes Forum zu bieten, ist das Ziel des Best Brands Colleges 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 Group, GfK. An NIQ Company, der Seven.One Entertainment Group, der WirtschaftsWoche und dem Markenverband ins Leben gerufen. Seit 2016 ist DIE ZEIT weiterer Partner des Awards, seit 2018 RMS. Der Audiovermarkter. und seit 2020 Media Impact. Inzwischen wird der begehrte Award auch jährlich in Italien, Frankreich, Belgien und Polen verliehen. Weitere Best Brands Award-Verleihungen sind in naher Zukunft geplant.

Das Besondere an der Auszeichnung ist, dass nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern ausschließlich die Verbraucher:innen über die Gewinner entscheiden. Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie von GfK/NIQ 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:innen, die insbesondere auch ihren künftigen Erfolg ausmacht.

Seit 2004 wird der Award in den Kategorien »Beste Unternehmensmarke«, »Beste Produktmarke«, »Beste Wachstumsmarke« sowie einer jährlich wechselnden Sonderkategorie verliehen.

2021 wurden die Kategorien neu aufgesetzt, um aktuellen, gesellschaftlichen Themen und wichtigen Marketingtrends eine Plattform geben zu können.

Neben den jährlich wiederkehrenden »Best Brand Overall« feiern wir in diesem Jahr zwei Branchen, die nach der Corona-Pandemie wieder an Bedeutung für Konsument:innen gewinnen: Fashion und Beauty. Dabei heben wir Marken hervor, die sowohl Markterfolg als auch emotionale Stärke aus Sicht der Konsument:innen zusammenführen.

Der »Brand Excellence Award« fokussiert jedes Jahr auf ein hochrelevantes Marketingthema. In diesem Jahr wird er mit dem »Best Momentum Brand Award« an Marken vergeben, die aus Sicht der Konsument:innen für Innovation und Wachstum stehen und die es somit schaffen, auch in schwierigen Zeiten Begehrlichkeit zu wecken.

Das Herzstück von Best Brands ist dabei gleich geblieben: »Share of Soul« und »Share of Market« bilden die Eckpfeiler einer Best Brand.



DER BEST BRANDS FORSCHUNGSANSATZ

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



BEST BRANDS 2024 — DIE KATEGORIE-GEWINNER



Best Brand Overall

L'ORÉAL
PARIS

Best Brand Beauty



Best Brand Fashion

dyson

Best Momentum Brand

BEST BRANDS 2024 — DAS RANKING

	Best Brand Overall	Best Brand Beauty	Best Brand Fashion	Best Momentum Brand
1. Platz	Nivea Lotionen, Cremes, Sonnenschutz	L'Oréal Paris Make-up	Nike Schuhe	Dyson Staubsauger/Saugroboter
2. Platz	Sony PlayStation Spielekonsolen	Maybelline New York Make-up	Hunkemöller Damenwäsche	Sony PlayStation Spielekonsolen
3. Platz	Nike Sportschuhe	Nivea Haarspray, -gel, -wachs	Hugo Boss Herrenmode	Google Smartphones
4. Platz	Dyson Staubsauger/Saugroboter	Taft Haarspray, -gel, -wachs	Adidas Schuhe	Apple Smartphones
5. Platz	Adidas Sportbekleidung	Got2b Haarspray, -gel, -wachs	H&M Damenmode	Garnier Lotionen, Cremes, Sonnenschutz
6. Platz	Lego Spielwaren	Essence Make-up	Triumph Damenwäsche	Tesla Autos
7. Platz	Bosch Bau und Heimwerken-Elektrowerkzeuge	Manhattan Make-up	Levi's Herrenmode	Müller Milchprodukte
8. Platz	Apple Smartphones	Catrice Make-up	Fjällräven Taschen	Weleda Deodorants und Duschbäder
9. Platz	WMF Kochgeschirr/Besteck/Messer	Syoss Haarspray, -gel, -wachs	Wellensteyn Herrenmode	L'Oréal Paris Make-up
10. Platz	Canon Fotoausrüstung	Wellaflex Haarspray, -gel, -wachs	Calvin Klein Damenwäsche	GoPro Action Cams/Drohnen



DIE KATEGORIEN IM DETAIL

BEST BRAND OVERALL

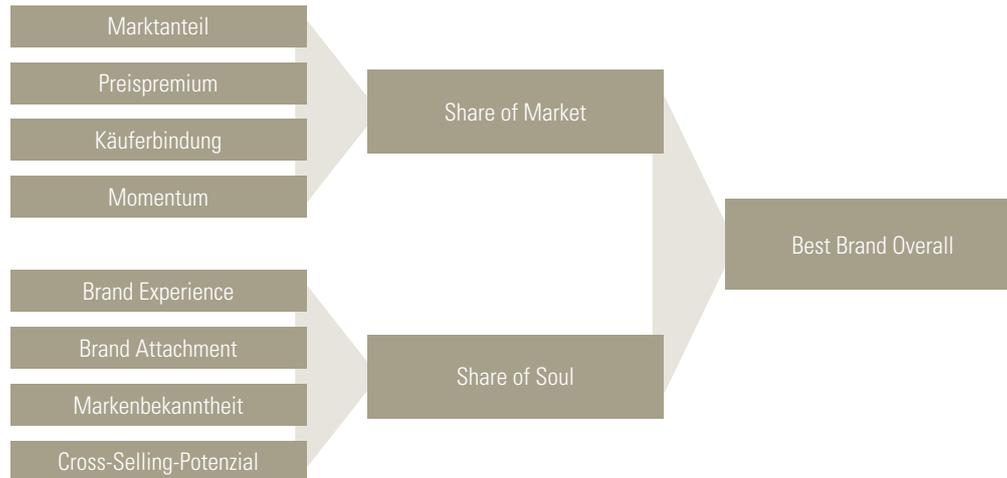
Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Online-Interviews

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Stichprobe: 14.000 Personen, repräsentative Bevölkerung

Erhebungszeitraum: 3. Quartal 2023



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 Käufer:innenbindung bzw. Markenloyalität, das Preispremium und das Momentum. Die Dimension »Share of Soul« umfasst die Bekanntheit der Best Brand Overall, ihr Cross-Selling-Potenzial sowie ihre Brand-Attachment-Metriken und die Brand Experience (vgl. Seite 5).

Gewinner 2024

1. Nivea
2. Sony PlayStation
3. Nike
4. Dyson
5. Adidas
6. Lego
7. Bosch
8. Apple
9. WMF
10. Canon

Die Liste der potenziellen Marken, die als »Best Brand Overall« ausgezeichnet werden konnten, umfasste in diesem Jahr insgesamt 478 Marken aus 56 Branchen.

Langlebige Gebrauchsgüter

Action Cams/Drohnen, Audioprojekte, Automobil, Bau- und Heimwerker/Elektrogeräte, Computer-Hardware, Computerzubehör, Damenmode, Damenwäsche, Dekorieren und Renovieren, Elektrogeräte Personal Care, Fotografie, Gartengeräte (Elektrogeräte, Bewässerung, Reinigung), Gaming-Zubehör, Grillen/Barbecue, Haushaltsgroßgeräte, Herrenmode, Kaffeemaschinen und Küchenkleingeräte, Kochgeschirr/Besteck/Messer, Pflanzenpflege/Pflanzenschutz, Schuhe, Taschen, TV, Smartphones, Spielekonsolen, Spielwaren, Sportbekleidung, Sportschuhe, Staubsauger und Staubsaugerroboter, Versicherungen und Wearables (Smartwatches, Fitnesstracker)

Güter des täglichen Bedarfs

Alkoholfreie Getränke, Bier/Biermischgetränke, Bio-Lebensmittel, Butter/Margarine/Öle, Duschbad und Deo, Feinkost/Würzen, Fertiggerichte/Fixprodukte/Soßen, Frühstücksprodukte, Geschirrspülmittel, Gesichtspflege, Grundnahrungsmittel/Konserven, Haarspray, -gel und -wachs, Haarwäsche, Heißgetränke, Lotionen/Cremes und Sonnenschutz, Make-up (Augen, Gesicht und Lippen), Milchprodukte, Mundpflege, Putz- und Reinigungsmittel, salzige Snacks, Sekt/Wein, Spirituosen, Süßwaren, Tiefkühlkost/Speiseeis, vegane/vegetarische Lebensmittel, Waschmittel inkl. Zusatzbehandlung

BEST BRAND BEAUTY

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Der diesjährige Award feiert eine Branche, die nach der Corona-Pandemie wieder stark an Bedeutung im Leben von Verbraucher:innen gewinnt. Das Kausalmodell, mit dem die beste Beautymarke gefunden wird, fußt auf vier Säulen: dem Share of Market, dem Share of Soul, dem Preispremium – ein Index,



der die Bereitschaft von Verbraucher:innen misst, mehr für Produkte auszugeben – und der Branchenkompetenz. Diese zeigt, ob die Verbraucher:innen in der Marke einen verlässlichen und nachhaltigen Partner sehen, der zu ihrem Lifestyle passt und ihnen hilft, sich individuell und attraktiv zu fühlen.

Gewinner 2024

1. L'Oréal Paris
2. Maybelline New York
3. Nivea
4. Taft
5. Got2b
6. Essence
7. Manhattan
8. Catrice
9. Syoss
10. Wellaflex

BEST BRAND FASHION

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Die Modebranche erlebt turbulente Zeiten, nach der Corona-Pandemie bringt die hohe Inflation neue Herausforderungen für die Unternehmen mit sich. Wir feiern die Marken, die auch in diesem schwierigen Marktumfeld die Verbraucher:innen auf ihre Seite ziehen. Das Kausalmodell, mit dem die beste Fashionmarke gefunden wird, fußt auf vier Säulen: dem Share of



Market, dem Share of Soul, dem Preispremium – ein Index, der die Bereitschaft von Verbraucher:innen misst, mehr für Produkte auszugeben – und der Branchenkompetenz. Diese zeigt, ob die Verbraucher:innen in der Marke einen verlässlichen und nachhaltigen Partner sehen, der zu ihrem Lifestyle passt und ihnen hilft, sich individuell und attraktiv zu fühlen.

Gewinner 2024

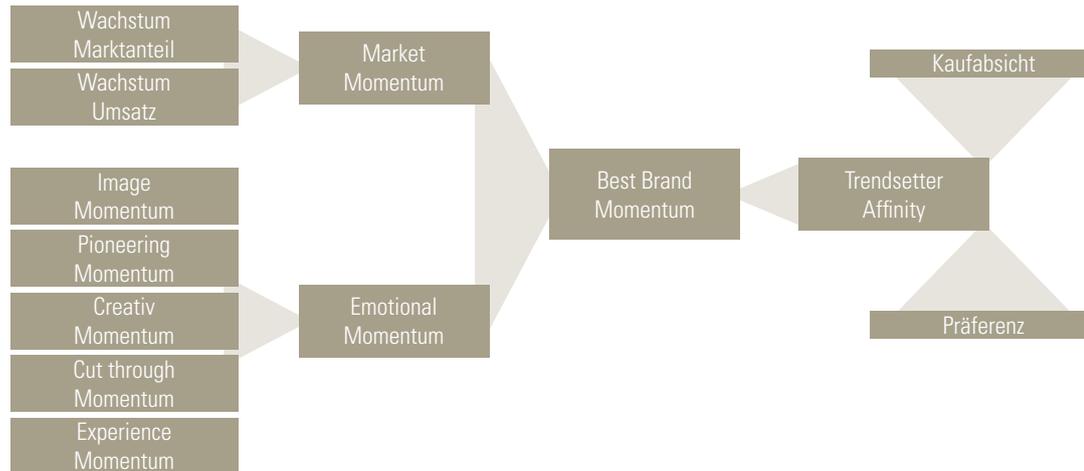
1. Nike
2. Hunkemöller
3. Hugo Boss
4. Adidas
5. H&M
6. Triumph
7. Levi's
8. Fjällräven
9. Wellensteyn
10. Calvin Klein

BEST MOMENTUM BRAND

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Der »Best Momentum Brand Award« feiert die Marken, denen es auch in schwierigen Zeiten gelingt, Begeisterung zu wecken, Verbraucher:innen an sich zu binden und dynamisch zu wachsen. Der Award basiert auf einem Kausalmodell, das wahrgenommene und reale Stärke widerspiegelt: Einerseits belohnt es das tatsächlich am Markt realisierte Wachstum (Market Momentum). Andererseits auch die Verbraucherwahrnehmung, dass ein

Unternehmen dynamisch wächst und für Innovation und Fortschritt steht (Emotional Momentum). Kombiniert werden diese beiden Aspekte mit der Fähigkeit eines Unternehmens, Kaufabsicht in den Kund:innensegmenten zu schaffen, die neue Trends setzen und am Markt vorangehen (Trendsetter Affinity).



Gewinner 2024

1. Dyson
2. Sony PlayStation
3. Google
4. Apple
5. Garnier
6. Tesla
7. Müller
8. Weleda
9. L'Oréal Paris
10. GoPro



DIE PARTNER

SERVICEPLAN GROUP

Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, vereint die Serviceplan Group seit jeher alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach: Ob Markenstrateg:innen, Kreative, Experience-Designer:innen, Marketingtechnologie-Expert:innen, CRM-Expert:innen, Data Scientists, Marktforscher:innen, PR-Berater:innen oder Sales-Profis – bei der Serviceplan Group ziehen alle an einem Strang, im House of Communication, dem einzigen komplett integriert aufgestellten Agenturmodell in Deutschland. Das präzise Zusammenspiel der Vielzahl von Spezialagenturen in Sachen Strategy & Consulting, Creative & Content, Platform & Technology sowie Media & Data macht die Serviceplan Group zur führenden Agenturgruppe für innovative Kommunikation.

Was uns alle verbindet, ist die Leidenschaft, faszinierende Marken aufzubauen und zu coachen. Marken, die wirtschaftlich erfolgreich sind und Emotionen im Kopf der Verbraucher:innen auslösen – BEST BRANDS eben.

www.house-of-communication.com
[instagram.com/Serviceplan](https://www.instagram.com/Serviceplan)
twitter.com/Serviceplan



Florian Haller
CEO Serviceplan Group

GfK. AN NIQ COMPANY

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kund:innen auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsument:innen, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.



Michael Müller
Managing Director NIQ/GfK Germany

gfk.com/de
linkedin.com/company/gfk

SEVEN.ONE ENTERTAINMENT GROUP

Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Als einer der deutschlandweit führenden, plattformunabhängigen Entertainment-Anbieter vereint das Unternehmen mit Sitz in München-Unterföhring starke Sendermarken wie ProSieben und SAT.1, Joyn, die zentrale Entertainment-Plattform der Gruppe, sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Die hauseigene Seven.One Media ist einer der führenden Media-Vermarkter im deutschsprachigen Raum und gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich. Außerdem bündelt die Seven.One Entertainment Group alle Geschäftsfelder jenseits des Kerngeschäfts TV und Streaming in einer eigenen Unit – vom boomenden Audiomarkt über hochwertige Live-Events bis zum Digital-Entertainment- und Influencer-Business für die jungen Zielgruppen.

seven.one



Carsten Schwecke
Vorsitzender der Geschäftsführung Seven.One Media

MARKENVERBAND

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und 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 Genussmittel 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 Telekom, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.

markenverband.de
[linkedin.com/company/markenverband](https://www.linkedin.com/company/markenverband)



Franz-Olaf Kallerhoff
Präsident des Markenverbandes

WIRTSCHAFTSWOCHE

Als Deutschlands führendes Wirtschaftsmagazin stehen wir für modernen Nutzwert, fundierte ökonomische Analysen und einen klaren wirtschaftspolitischen Kompass. Weiterdenken. Weiterkommen – das gilt für die persönlichen Finanzen, den Vermögensaufbau, den Erwerb von Immobilien, das berufliche Fortkommen, die Führung von Mitarbeiter:innen oder Entscheidungen für das eigene Unternehmen.

Die WirtschaftsWoche Markenwelt bietet Ihnen die einzigartige Möglichkeit, Entscheider:innen-Zielgruppen auf vielfältige Weise anzusprechen: Neben der Zeitschrift, der Website und der App bietet die Medienmarke ein breites Portfolio an Sonderpublikationen, Newslettern, Podcasts und Veranstaltungen.

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 Ihre Entscheider:innenkommunikation.

Die Leser:innen der WirtschaftsWoche gehören zur Wirtschaftselite Deutschlands. Sie sind Entscheider:innen aus dem Mittelstand, überwiegend 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. Ihre Rolle als Meinungsführer:innen und Multiplikator:innen machen sie – in beruflichen, wie auch privaten Dingen – zu einer unverzichtbaren Premium-Zielgruppe.

wiwo.de / facebook.com/wirtschaftswoche / twitter.com/wiwo
linkedin.com/company/wirtschaftswoche / instagram.com/wirtschaftswoche



Andrea Wasmuth
Vorsitzende der Geschäftsführung, Handelsblatt Media Group

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, Nachhaltigkeit, Reisen und Lifestyle. 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 600.000 Exemplaren, jede Ausgabe erreicht erreicht rund zwei Millionen Leser:innen.

zeit.de
zeit-verlagsgruppe.de
media.zeit.de
facebook.com/diezeit
twitter.com/diezeit
linkedin.com/company/zeit-verlagsgruppe



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 innovativer Markt, den wir leidenschaftlich mitgestalten. Mit Begeisterung und Neugier für die Möglichkeiten neuer Technologien und Formate. RMS macht Marken hörbar – überall. Als Audiovermarkter mit dem stärksten crossauditiven Portfolio aus Radio, Online-Audio-Streams und Podcasts liefert RMS Werbekund:innen den besten Zugang zum hohen Wirkungspotenzial von Audiowerbung. Dazu zählen Reichweite, Qualität, Technologie und Wirkungsbelege. Mit smarten Lösungen, fundierter Beratung und umfassendem Service inspirieren wir unsere Kund:innen dazu, die ganze Vielfalt der Audiosphäre auf kreative, innovative und erfolgreiche Weise zu nutzen.

Die Zukunft erfolgreicher Markenkommunikation liegt in Konzepten für auditive Markeninszenierung.

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



Cord Hollender
Geschäftsführer RMS. Der Audiovermarkter.

MEDIA IMPACT

Als Vermarkter des Axel Springer Portfolios arbeiten wir täglich leidenschaftlich daran, unseren Kund:innen eine erstklassige Plattform für ihre Werbebotschaft zu bieten.

Unser Ziel ist es, der schnellste und kreativste Kund:innenverstehender zu sein. Hierfür nutzen wir die crossmediale Kraft Deutschlands führender Medienmarken, wie bspw. BILD, WELT und Business Insider, und kombinieren diese geschickt mit intelligenten Technologie- und Datenlösungen.

Gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Ad Alliance erreichen wir bis zu 90 % der in Deutschland lebenden Menschen in Print und Digital. Dank agiler Arbeitsmethoden, teamübergreifender Strukturen und regionaler Standorte sind wir darauf fokussiert, durch große Kundennähe der beste Partner für Werbetreibende zu sein.

Wir verstehen uns als Impulsgeber:innen und Inszenierungsexpert:innen, um Marken zum Leuchten zu bringen. Unser Blick liegt dabei immer auf dem, was in der Zukunft von Bedeutung ist. Daher ist das Handeln von Media Impact darauf ausgerichtet, ressourcenschonend und CO₂-effizient zu sein, um Werbung vollständig klimafreundlich zu gestalten.

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



Julia Wehrle
Geschäftsführerin Media Impact GmbH & Co. KG



DAS ARCHIV DER BESTEN MARKEN



DIE BEST BRANDS 2023

Auf den folgenden Seiten finden Sie die »Best Brands« Gewinner aller Kategorien seit 2008. Alle Rankings seit 2004 finden Sie auf unserer Website [bestbrands.de](https://www.bestbrands.de)

DIE BEST BRANDS 2023

	Best Brand Overall	Best of the Best Brands Jubiläums-Award	Best Corporate Sustainability Brand
1. Platz	Lego Spielwaren	Lego	dm-drogerie markt
2. Platz	WMF Kochgeschirr/Besteck/Messer	Nivea	Bosch
3. Platz	Adidas Sportbekleidung	Bosch	Deutsche Post DHL
4. Platz	Bosch Bau und Heimwerken-Elektrowerkzeuge	Miele	Miele
5. Platz	Nike Sportschuhe	Adidas	Audi
6. Platz	Weber Grillen/Barbecue	Samsung	Siemens
7. Platz	Samsung Smartphones	WMF	Aldi
8. Platz	Sony PlayStation Spielekonsolen	Canon	Rossmann
9. Platz	Canon Fotoausrüstung	Coca-Cola	EDEKA
10. Platz	GoPro Action Cams/Drohnen	Apple	REWE



DIE GEWINNER 2008—2022

DIE BEST BRANDS 2022

	Best Brand Overall	Best Brand Food & Beverages	Best Brand Travel	Best Hybrid Brand
1. Platz	Sony PlayStation Spielekonsolen	Rügenwalder Mühle Vegane und vegetarische Lebensmittel	Booking.com Online-Reiseportale	DHL Logistik/Transport
2. Platz	Bosch Bau- & Heimwerken-Elektrogeräte	Alnatura Bio-Lebensmittel	TUI Pauschalreisen	MediaMarkt Elektronikmärkte
3. Platz	Samsung TV	Funny-frisch Salzige Snacks	AIDA Cruises Kreuzfahrten	Sony PlayStation Spielekonsolen
4. Platz	Apple Wearables	Coca-Cola Alkoholfreie Getränke	Mercedes-Benz Marco Polo Wohnmobile und Caravans	IKEA Möbelhäuser
5. Platz	Canon Fotografie	Kerrygold Butter/Margarine/Öle	Mein Schiff/TUI Cruises Kreuzfahrten	Weber Grillen/Barbecue
6. Platz	Lego Spielwaren	Maggi Fertiggerichte/Fixprodukte/Soßen	Lufthansa Touristische Mobilität	TUI Pauschalreisen
7. Platz	Weber Grillen/Barbecue	Lindt Süßwaren	Steigenberger Hotels	GoPro Action Cams/Drohnen
8. Platz	WMF Kochgeschirr/Besteck/Messer	Rotkäppchen Sekt/Wein	VW California Wohnmobile und Caravans	DJI Action Cams/Drohnen
9. Platz	Adidas Sportbekleidung	Alpro Vegane und vegetarische Lebensmittel	Deutsche Bahn Touristische Mobilität	Lego Spielwaren
10. Platz	Dyson Staubsauger/Saugroboter	Nutella Frühstücksprodukte	Hymer Wohnmobile und Caravans	Samsung TV

DIE BEST BRANDS 2021

	Best Brand Overall	Best Brand Health & Wellbeing	Best Brand Consumer Electronics	Best Brand Customer Centricity
1. Platz	Bosch Bau und Heimwerken Elektrogeräte	Alnatura Bio-Lebensmittel	Samsung TV	Amazon Online-Shopping
2. Platz	Lego Spielwaren	Braun Gesundheitstechnik	Sony Playstation Spielekonsolen	Samsung Smartphones
3. Platz	WMF Kochgeschirr/Besteck/Messer	Weleda Naturkosmetik	GoPro Drohnen/Action Cams	DHL Logistik/Transport
4. Platz	Samsung TV	Apple Wearables	Canon Fotografie	PayPal Banken und Zahlungsdienstleister
5. Platz	Weber Grillen/Barbecue	Alpro Vegane/vegetarische Lebensmittel	Nintendo Spielekonsolen	Booking.com Reisen und Unterkünfte
6. Platz	Compo Pflanzenpflege/Pflanzenschutz	Bosch Küchenmaschinen/-geräte	Apple Computer Hardware	Bosch Bau und Heimwerken Elektrogeräte
7. Platz	Alpina Dekorieren und Renovieren	Rügenwalder Mühle Vegane/vegetarische Lebensmittel	Bose Audio-Produkte	Google Online-Plattformen
8. Platz	Adidas Sportschuhe	Doppelherz Nahrungsergänzungsmittel	DJI Drohnen/Action Cams	Lego Spielwaren
9. Platz	Gardena Gartengeräte	Voltaren Apothekenpflichtige Arzneimittel	HP Computerzubehör	Weber Grillen/Barbecue
10. Platz	Coca-Cola Alkoholfreie Getränke	Bepanthen Apothekenpflichtige Arzneimittel	JBL Audio-Produkte	GoPro Drohnen/Action Cams

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 2024

GMUND
PAPIER



BADEN
MARKGRAFERLAND



Martin Waßmer
WEINGUT

ST. ANTONY

MOBILITY-PARTNER



Impressum

Best Brands ist eine gemeinsame Veranstaltung der folgenden Partner:

Serviceplan Group, GfK, An NIQ Company, Seven.One Entertainment Group, Markenverband, WirtschaftsWoche, DIE ZEIT, RMS, Der Audiovermarkter, Media Impact.

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

Für die Inhalte sind die Partner verantwortlich.

Gestaltung der Broschüre: Serviceplan Group

SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION

GfK
An NIQ
Company

seven.one
ENTERTAINMENT
GROUP

M
MARKENVERBAND

Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

RMS

media impact