

BEST BRANDS 2022



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 2022« 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

71 **seven.one**
ENTERTAINMENT
GROUP

M
MARKENVERBAND

Wirtschafts
Woche

DIE ZEIT

RMS

media **impact**

INHALT

Best Brands	5
Der Best Brands Forschungsansatz	6
Best Brands 2022 – die Kategorie-Gewinner	7
Best Brands 2022 – das Ranking	8
Die Kategorien im Detail	9
Best Brand Overall	10
Best Brand Food & Beverages	12
Best Brand Travel	13
Best Hybrid Brand	14

Die Partner	15
Serviceplan Group	16
GfK	17
Seven.One Entertainment Group	18
Markenverband	19
WirtschaftsWoche	20
DIE ZEIT	21
RMS. Der Audiovermarkter	22
Media Impact	23

Das Archiv der besten Marken	24
Die Best Brands 2021	25
Die Gewinner 2008–2021	27
Die »Besten Unternehmensmarken« 2008–2020	28
Die »Besten Produktmarken« 2008–2020	30
Die »Besten Wachstumsmarken« 2008–2020	32
Die Sonderkategorien 2008–2020	34

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, 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 Radio Marketing Service und seit 2020 Media Impact. Inzwischen wird der begehrte Award auch jährlich in China, Italien, Frankreich, Belgien und Russland verliehen. Weitere Best Brands Award Verleihungen sind in naher Zukunft in Polen und UK 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.

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 der jährlich wiederkehrenden »Best Brand Overall« werden nun gezielt Marken aus bestimmten Lebensbereichen analysiert, die für die Konsumenten im jeweiligen Jahr eine besondere Bedeutung hatten.

In diesem Jahr sind dies die Themenfelder »Food & Beverages« und »Travel« Mit der »Best Hybrid Brand« wird außerdem die Marke ausgezeichnet, die gleichzeitig in realer und virtueller Welt ihre Kund:innen überzeugt.

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 GfK, das neben der Markenbekanntheit sowohl die quantitative (erlösorientierte) Perspektive der Markenstärke als auch ihren qualitativen »Share of Soul« aussagekräftig misst.



BEST BRANDS 2022 — DIE KATEGORIE-GEWINNER



Best Brand Overall



Best Brand
Food & Beverages

Booking.com

Best Brand Travel



Best Hybrid Brand

BEST BRANDS 2022 — DAS RANKING

	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 KATEGORIEN IM DETAIL

BEST BRAND OVERALL

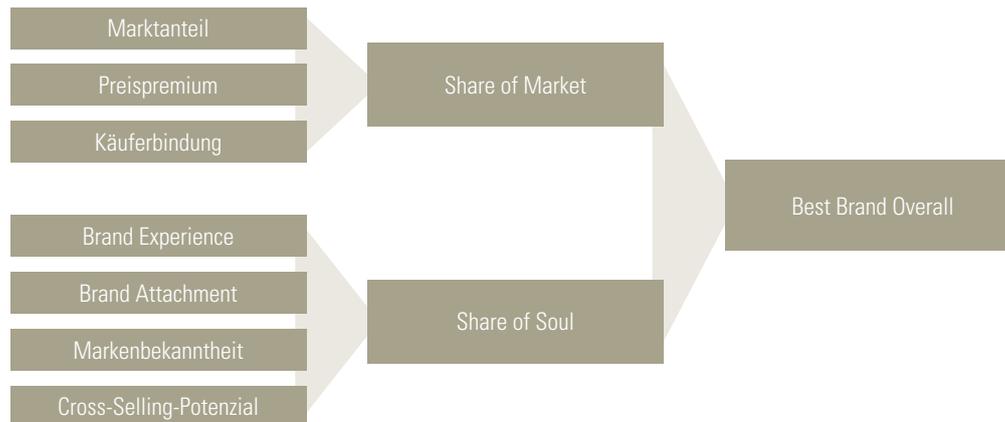
Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Methode: Online-Interviews

Untersuchungsgebiet: Deutschland, bundesweit

Stichprobe: 12.000 Personen, repräsentative Bevölkerung

Erhebungszeitraum: August 2021



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 Best Brand Overall, ihr Cross-Selling-Potenzial sowie ihre Brand-Attachment-Metriken und die Brand Experience (vgl. Seite 5).

Gewinner 2022

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

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 ConsumerScan Individualpanel
- GfK Retail & Technology Panel
- GfK Textilpanel

Die Liste der potenziellen Marken, die als »Best Brand Overall« ausgezeichnet werden konnten, umfasste in diesem Jahr insgesamt 396 Marken aus 50 Branchen.

Langlebige Gebrauchsgüter

Action Cams/Drohnen, Audio Produkte, Automobil, Bau- und Heimwerker-Elektrogeräte, Computer-Hardware, Computerzubehör, Dekorieren und Renovieren, Elektrogeräte für Rasur/Haar/Zahnpflege, Fotografie, Gartengeräte (Elektrogeräte, Bewässerung, Reinigung), Gaming-Zubehör, Grillen/Barbecue, Haushaltsgroßgeräte, Kaffeemaschinen und Küchenkleingeräte, Kochgeschirr/Besteck/Messer, Oberbekleidung (Damen, Herren, Kinder), Pflanzenpflege/Pflanzenschutz, Schuhe, TV, Smartphones, Spielekonsolen, Spielwaren, Sportbekleidung, Sportschuhe, Staubsauger, Wäsche/Miederwaren/Strümpfe, Versicherungen und Wearables (Smartwatches, Fitnesstracker)

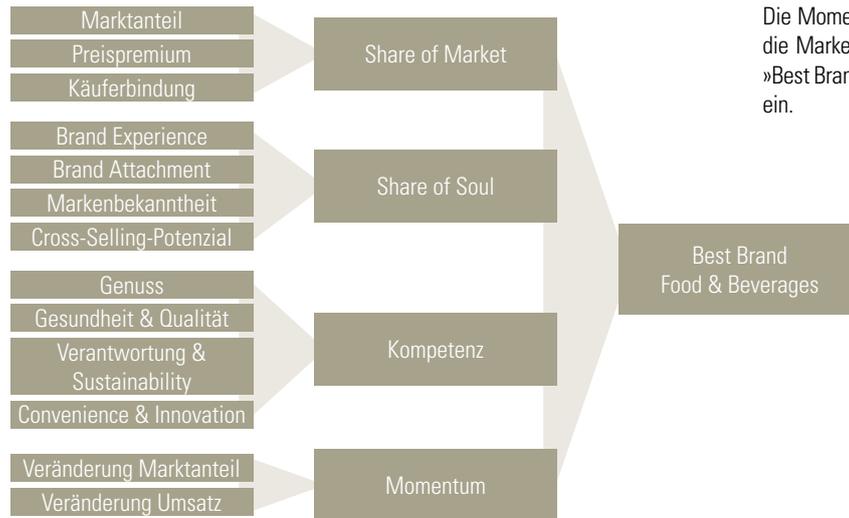
Güter des täglichen Bedarfs

Alkoholfreie Getränke, Bier/Biermischgetränke, Butter/Margarine/Öle, Feinkost/Würzen, Fertiggerichte/Fixprodukte/Soßen, Frühstücksprodukte, Geschirrspülmittel, Grundnahrungsmittel/Konserven, Haarpflege, Heißgetränke, Körperpflege, Milchprodukte, Mundpflege, Putz- und Reinigungsmittel, salzige Snacks, Sekt/Wein, Spirituosen, Süßwaren, Tiefkühlkost/Speiseeis, Waschmittel inkl. Zusatzbehandlung, Bio-Lebensmittel, vegane/vegetarische Lebensmittel

BEST BRAND FOOD & BEVERAGES

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Nicht erst seit Beginn der Covid-19-Pandemie lässt sich eine Rückbesinnung auf gesunde Ernährung beobachten. Konsument:innen entdecken die Lust daran, selbst zu kochen und zu backen. Daneben wurde Out-of-home-Konsum in Restaurants, Cafés oder Bars nach Hause verlagert. Alle diese Faktoren führen dazu, dass die Food- & Beverages-Branche eher ein Gewinner der Krise war.



Bei der Best Brand Food & Beverages wird – neben Share of Market und Share of Soul – berücksichtigt, welche Ernährungskompetenz mit einer Marke verbunden wird. Dabei werden grundlegende Anforderungen wie Genuss und Qualität, aber auch Trendthemen wie Convenience und Sustainability einbezogen.

Die Momentum-Komponente reflektiert darüber hinaus, mit welcher Dynamik die Marke im Markt agiert. Das Studiendesign basiert generell auf dem der »Best Brand Overall«; dabei fließen 16 relevante Food- & Beverages-Kategorien ein.

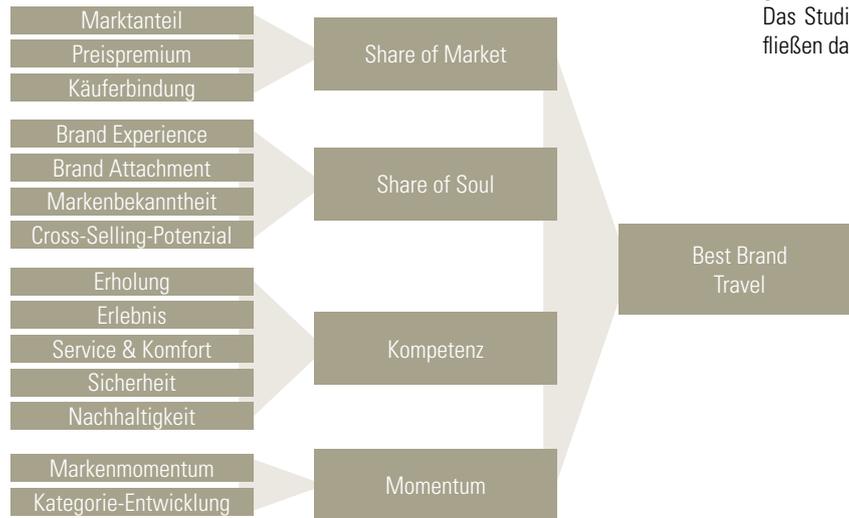
Gewinner 2022

1. Rügenwalder Mühle
2. Alnatura
3. Funny-frisch
4. Coca-Cola
5. Kerrygold
6. Maggi
7. Lindt
8. Rotkäppchen
9. Alpro
10. Nutella

BEST BRAND TRAVEL

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Aufgrund zahlreicher behördlicher Einschränkungen und Sicherheitsbedenken der Reisenden ist die Reisebranche von der Pandemie hart getroffen. Gleichzeitig sehnen sich Menschen mehr als je zuvor danach, den Alltag hinter sich zu lassen, sich zu entspannen und Neues zu erleben.



Auch dieser Award basiert auf einem Kausalmodell mit vier Komponenten. Neben Share of Market, Share of Soul und Momentum berücksichtigt der Ansatz zudem, welche Kompetenz die Verbraucher:innen der Marke speziell im Bereich Travel zuschreiben. Hier können Marken beispielsweise durch hohen Erholungswert, Serviceorientierung oder das Ermöglichen einzigartiger Erlebnisse punkten.

Das Studiendesign basiert generell auf dem der »Best Brand Overall«; es fließen dabei sechs relevante Branchen aus dem Bereich Travel ein.

Gewinner 2022

1. Booking.com
2. TUI
3. AIDA Cruises
4. Mercedes-Benz Marco Polo
5. Mein Schiff/TUI Cruises
6. Lufthansa
7. Steigenberger
8. VW California
9. Deutsche Bahn
10. Hymer

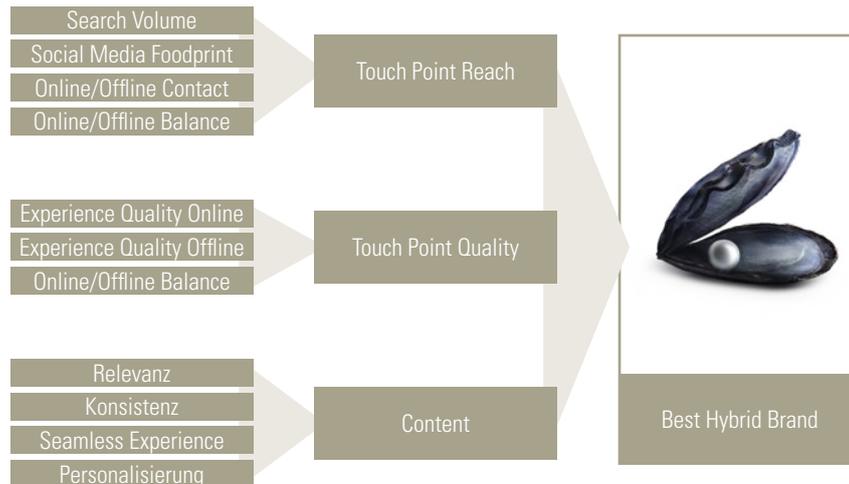
BEST HYBRID BRAND

Studiendesign, Methodik & Kausalmodell

Die Welt der Konsument:innen wird zunehmend hybrid. Analoges Produkterlebnis wird mit Apps angereichert, Online-Bestellungen werden im örtlichen Laden abgeholt, Fernsehwerbung motiviert, eine Marke zu googeln. Erfolgreiche Marken müssen es schaffen, die Customer Journey so zu gestalten, dass

online und offline Touch Points konsistent ineinandergreifen und ein einheitliches Markenbild vermitteln.

Wie das gelingen kann, untersuchen wir bei Best Hybrid Brand mit einem speziell dafür entwickelten Kausalmodell.



Gewinner 2022

1. DHL
2. MediaMarkt
3. Sony PlayStation
4. Ikea
5. Weber
6. TUI
7. GoPro
8. DJI
9. Lego
10. Samsung



DIE PARTNER

SERVICEPLAN GROUP

Die Serviceplan Group ist die größte unabhängige, partnergeführte Agenturgruppe Europas. Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, entwickelte Serviceplan rasch das Konzept vom »House of Communication« – das bis heute einzige komplett integriert aufgestellte Agenturmodell in Deutschland, das alle modernen Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint: Markenstrateg:innen, Kreative, Experience-Designer:innen, Media-, Marketing-Technologie- und CRM-Expert:innen, Data Scientists, Marktforscher:innen, PR-Berater:innen oder Sales-Profis.

Mit 23 eigenen Standorten sowie weiteren Partnerschaften ist die Serviceplan Group in insgesamt 34 Ländern weltweit und allen wichtigen Wirtschaftsräumen vertreten. Neben den drei größten Agenturmarken Serviceplan, Mediaplus und Plan.Net zählen das Marktforschungsinstitut Facit, die Realisierungsagentur Solutions und die strategische Unternehmensberatung Consulting zur Gruppe.

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



Florian Haller
Hauptgeschäftsführer Serviceplan Group

Seit über 85 Jahren hat GfK das Vertrauen von Kund:innen auf der ganzen Welt gewonnen. Dabei unterstützt GfK bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher:innen, Märkte, Marken und Medien. Mit verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, hat GfK den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, welche die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität von Kund:innen und Partner:innen steigern.

gfk.com/de
twitter.com/GfKDeutschland



Michael Müller
President Northern, Central and Eastern Europe, GfK

SEVEN.ONE ENTERTAINMENT GROUP

Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring bei München. Die Seven.One Entertainment Group vereint Sendermarken sowie das Content-, Digital- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach und bietet den Zuschauer:innen damit Inhalte crossmedial über alle Plattformen hinweg. Das Unternehmen bündelt die TV-Sender, den Vermarkter Seven.One Media und viele weitere Entertainment-Bereiche.

Im Content-Bereich setzt die Seven.One Entertainment Group auf eigene, lokale Programme und Live-Events, mehr Infotainment-Formate und Sport – das ist das Herzstück der Company. Starke Sendermarken und digitale Angebote, nicht zuletzt mit der Streaming-Plattform Joyn, transformieren die Seven.One Entertainment Group vom klassischen TV-Unternehmen zur plattformunabhängigen Entertainment-Company.

seven.one



Thomas Wagner
Geschäftsführer und Chief Sales Officer Seven.One Entertainment Group

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 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
[linkedin.com/company/markenverband-e.v.](https://www.linkedin.com/company/markenverband-e.v.)



Franz-Peter Falke
Präsident des Markenverbandes

WIRTSCHAFTSWOCH

Die WirtschaftsWoche ist das größte aktuelle Wirtschaftsmagazin in Deutschland. Sie erklärt die Welt der Wirtschaft in seiner Tiefe und zeigt den Leser:innen, wie sie dieses Wissen für ihr persönliches Vermögen und ihre Karriere nutzen können. Die WirtschaftsWoche ist Navi und Coach in einem – mit einer klaren Haltung. 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 Publikationen, Podcasts, Newslettern und Veranstaltungen für die unterschiedlichsten Nutzergruppen. Die Marke WirtschaftsWoche wird durch die enge Vernetzung der verfügbaren Medienkanäle dem Informations- und Nutzungsverhalten der Zielgruppe gerecht. Das macht sie zu einem unverzichtbaren Bestandteil für Ihre Entscheider:innen-Kommunikation. Die Leser:innen der WirtschaftsWoche gehören zur Wirtschaftselite Deutschlands. Sie sind Entscheider:innen aus dem Mittelstand, vorwiegend 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



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, Nachhaltigkeit, 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 580.000 Exemplaren, jede Ausgabe erreicht mehr als zwei Millionen Leser:innen.

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



Dr. Rainer Esser
Geschäftsführer ZEIT Verlagsgruppe

RMS. DER AUDIOVERMARKTER.

Der Umgang mit Medien hat sich verändert. Hörer:innen konsumieren heute unterschiedliche Audioformate über verschiedene Endgeräte und stellen sich so ihr ganz individuelles Programm zusammen. Wer erfolgreich werben will, muss die Zielgruppen trotz der fragmentierten Mediennutzung erreichen. Hierfür hat RMS die erste intelligente Audio-Data-Management-Plattform entwickelt und damit die technologische Basis für vollwertig datengetriebene Audiokampagnen geschaffen. RMS ist der führende Vermarkter im deutschen Audiowerbemarkt. Mit einem breiten Portfolio bietet RMS Werbetreibenden individuelle Lösungsansätze für eine effektive Zielgruppenansprache. Das Vermarktungsangebot von RMS umfasst alle Dienstleistungen aus dem gesamten Audiospektrum: Werbezeiten und -formate von 173 privaten Radiosendern sowie über 2.000 Online-Audio-Streams und mobile Apps. 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 Touch Points zur erfolgreichen Aktivierung der Verbraucher:innen in ihrer individuellen Alltagssituation. RMS ist Treiber hinter zahlreichen Innovationen in den Bereichen Konvergenzwährung, Marktforschung, Media Management und Kreation – immer mit dem Anspruch, Werbetreibenden mit neuen Wirkungsnachweisen und Buchungstools Lösungen für die komplexen Anforderungen der wirksamen Mediaplanung anzubieten.

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

Wir von Media Impact sind die schnellsten und kreativsten Kundenverstehere:innen Deutschlands. Gemeinsam mit unserem Kooperationspartner Ad Alliance erreichen wir bis zu 90% der in Deutschland lebenden Menschen in Print und Digital.

Als Vermarkter von Axel Springer und ausgewählten Mandant:innen, arbeiten wir täglich leidenschaftlich daran, unseren Kund:innen die optimale Bühne für ihre Werbebotschaft zu bieten. Dafür nutzen wir die crossmediale Power der Axel Springer Marken wie zum Beispiel BILD, WELT und Business Insider. Diese Qualitätsreichweiten kombinieren wir mit intelligenten Technologie- und Kreativlösungen für eine maximale Werbewirkung unserer Kund:innen. Innovative Veranstaltungsformate veredeln unsere 360-Grad-Vermarktung.

Wir verstehen uns als Impulsgeber:innen und Inszenierungsexpert:innen, denn wir denken nicht nur crossmedial und zielgruppengenau, sondern bewegen durch emotionales Storytelling. Regionale Standorte mit großer Kundennähe, agile Arbeitsmethoden und crossfunktionale Teamstrukturen helfen uns dabei, kein Tanker, sondern ein Schnellboot zu sein.

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



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



DAS ARCHIV DER BESTEN MARKEN



DIE GEWINNER:INNEN 2021

Auf den folgenden Seiten finden Sie die »Best Brands« Gewinner:innen aller Kategorien der vergangenen 14 Jahre. Alle Rankings seit 2004 finden Sie auf unserer Website bestbrands.de

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 GEWINNER:INNEN 2008—2020

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 2022

GMUND
PAPIER



DREISSIGACKER

Hand in Hand
MEYER-NÄKEL & KLUMPP

MOBILITY-PARTNER



Impressum

Best Brands ist eine gemeinsame Veranstaltung der folgenden Partner:innen:

Serviceplan Group, GfK, Seven.One Entertainment Group, 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 sind die Partner:innen verantwortlich.

Gestaltung der Broschüre: Serviceplan Group

SERVICEPLAN GROUP
HOUSE OF COMMUNICATION

GfK Growth
from
Knowledge

71 seven.one
ENTERTAINMENT
GROUP

M
MARKENVERBAND

**Wirtschafts
Woche**

DIE ZEIT

RMS

media **impact**