

MARKEN-CHAMPIONS

WWW.MARKEN-CHAMPIONS.DE

Starke Marken sind ein wesentlicher Bestandteil der Welt des Handels. Eine solche Marke zu kreieren, ist ein unternehmerisches Kunststück, dessen Gelingen viele Voraussetzungen hat. WELT und ServiceValue kürten all jene, denen es 2022 aus Kundensicht geglückt ist.

VOM CHARME DES MARKENPRODUKTS

DIE EINMALIGEN MERKMALE DES ORIGINALS

Alein im letzten Jahr wurden laut Deutschem Patent- und Markenamt fast 90.000 nationale Marken angemeldet. Schützen lassen sich neben Namen, Logos und Slogans, auch Bilder und Farben sowie bestimmte dreidimensionale Ausgestaltungen. Im Lebensmittelbereich etwa besonders markante Saft- oder Limonadenflaschen sowie andere charakteristisch geformte Umverpackungen.

Die große Anzahl an Anmeldungen ist dabei insofern wenig verwunderlich, als dass es im Wettbewerbsrecht maßgeblich ist, ob und, im Zweifelsfall, zu welchem Zeitpunkt eine Anmeldung der eigenen Marke vorgenommen wurde und ob der Eintrag erfolgreich. Beides ist ausschlaggebend dafür, ob sich die eigene Marke auf rechtlich stabiler Grundlage im kollektiven Bewusstsein verankern und bares Geld einbringen kann – oder, ob sie schlimmstenfalls bis zur Unkenntlichkeit abgeändert werden muss und der Markenwaffenbau von vorne beginnt.

Wie umkämpft bestimmte Markeneigenschaften dabei sind, zeigen immer wieder gerichtliche Auseinandersetzungen, in denen es zumeist darum geht, wer zuerst da war und somit Recht an der Marke hat, oder ob die Ähnlichkeit der konkurrierenden Marken so groß ist, dass eine Partei Abstand davon nehmen und Änderungen veranlassen muss. Dabei ist gerade Letzteres nicht immer eindeutig. Denn bei allen Ähnlichkeiten muss klar sein, ob Kundinnen und Kunden die vermeintlich einmaligen Merkmale des Originals überhaupt als eindeutiges Kennzeichen für die Marke wahrnehmen oder ob bestimmte Farben, Formen oder Formeln sich per se nicht durch ein einzelnes Unternehmen vereinnahmen lassen können.

Nur wenn Originalität und Eindeutigkeit der Marke gegeben sind und daher Verwechslungsgefahr mit absichtlichen oder zufälligen Nachahmern besteht, muss der mutmaßliche Plagiator seine Marke dergestalt verändern, dass er nicht im Windschatten des Erfolgs der Konkurrenz fahren kann und dessen Markenwert nicht verwässert. Das Entscheidende, was im Besonderen schützenswert ist und was nicht, mitunter auch im Ermessensbereich liegen, macht den Sachverhalt nicht einfacher. Die hinreichend formale Abgrenzung der eigenen Marke von denen der Mitbewerber ist die Grundlage für ihren Erfolg, macht aber insgesamt nur einen Teil ihres Werts aus: Aufbauen auf ihrer optischen, haptischen oder gegebenenfalls auch akustischen Einzige-

artigkeit bedarf es eines wiedererkennbaren Markencharakters, der über die Form hinausweist und die Marke mit Inhalt füllt. Um eine Marke nicht nur kurzfristig in den Fokus zu rücken, sondern dauerhaftes Interesse bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zu wecken, muss sie deshalb in der Regel für bestimmte Werte stehen und dadurch als Symbol für etwas Größeres als nur ein konkretes Produkt funktionieren. Inhaltlich kann das je nach Marke so verschieden ausfallen wie die Wünsche und Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten. So kann eine Marke für einen hohen Qualitätsstandard oder ein günstiges Verhältnis zwischen Preis und Leistung stehen, den Wert von Traditionen und Beständigkeit verkörpern, die Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu oder ein attraktives Lebensgefühl versprechen. Kommt eine Marke ihren Versprechen verlässlich nach und bleibt dabei in sich stimmig, kann das dazu führen, dass begeisterte Kundinnen und Kunden „ihre“ Marke nicht nur treu sind, sondern sich aktiv mit ihr und den Werten, für die sie steht, identifizieren. Der Kauf ausgewählter Marken profitiert dann auch ihren Käufer. Für einen



Damit eine Marke Erfolg hat, muss die äußere Erscheinung eines Produktes ästhetisch ansprechend sein. Dann kann das Logo entworfen werden

JANIS WAGNER

BEWERTUNGSSYSTEM

BRAND FASCINATION SCORE (BFS)

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Brand Fascination Score“ (BFS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument.

Die entscheidende Frage: Bitte geben Sie an, ob Marke XY Sie persönlich begeistert. Die Befragten haben drei Antwortmöglichkeiten: „Ja“, „Nein“ oder „Ich kann die Marke nicht beurteilen bzw. kenne die Marke nicht.“ Als BFS ausgewiesen, wird der von der Marke bezogene prozentuale Anteil an Befragten, die von der Marke begeistert sind. Die direkte Ja/Nein-Abfrage hat gegenüber der Messung über eine Zufriedenheitsskala den entscheidenden Vorteil und gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den

Vorzug, dass die Verteilung der Kundenurteile nicht durch eine vorsätzliche Gewichtung verfälscht werden kann.

Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellen unabhängig ist, gewährleistet er eindeutige Vergleichbarkeit. So werden über das branchenübergreifende Gesamt-Ranking hinaus auch Branchenrankings mit ihren jeweiligen Gewinnern abgebildet (s. Tabelle u.). Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragung erfolgt über ein OnlinePanel mit über 900.000 registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen max. 1000 und min. 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.

DER DIENSTLEISTER

ANALYSE & BERATUNG

Die ServiceValue GmbH ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln.

Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Service-Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. ServiceValue bietet

anwendungsbezogene Seminare und Inhouse-Schulungen an. ServiceValue erstellt alljährlich den ServiceAtlas Deutschland, der auf einer stetig wachsenden Anzahl branchenspezifischer Studien basiert. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kundennutzen- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



DIE WELT
Marken-Champions
in der Kundenbegeisterung

Unternehmensname
Nr. 1 der Lorenz Ipsium

In Ranking:
ex Lorenz Ipsium
www.marken-champions.de
ServiceValue GmbH | 082022
Vorsitzende: Dr. Ingrid Schmitt

Das Siegel der Marken-Champions, wie sie von WELT und ServiceValue vergeben wird, hat ein Jahr Gültigkeit

KUNDEN-VOTUM

DEUTSCHLANDS BESTE MARKEN AUS 181 BRANCHEN

Marke/Unternehmen	Branche	BFS* 2022	Marke/Unternehmen	Branche	BFS* 2022	Marke/Unternehmen	Branche	BFS* 2022	Marke/Unternehmen	Branche	BFS* 2022
amazon	Veranstaltungen	76,3%	HAUFE.AKADEMIE	E-Learning-Anbieter	60,3%	ROLLER	Möbelhändler - Discount	56,0%	Tomorrow	Nachhaltigkeitsbanken	51,3%
Samung	Elektronikhersteller	75,0%	GARDENA	Garten- und Motorgeräthersteller	60,3%	HAMMER	Fitnessgeräthändler	55,8%	Fairrad XXL	Fahrassehersteller	51,3%
fischerlechnik	Spielzeughersteller	73,9%	W0 40	Fahrzeugszubehör - pflege	60,2%	otonova	Spezialversicherer	55,8%	Galeria Karstadt Kaufhof	Kaufhaus/Warenhaus	51,3%
ABUS	Sicherheit	71,9%	Reuter	Badausstattler	60,2%	flour.de	Blumenversender	55,8%	ILS (Institut für Lernsysteme)	Weiterbildungsanbieter	51,2%
Weber	Grillhersteller	71,2%	C&A	Fashion: Familienmode	60,1%	Viebrochhaus	Massivhausanbieter	55,8%	KLAFS	Saunahersteller	51,2%
Addax	Sportartikelhersteller	71,1%	Märklin	Modellbau und Fahrzeuge	60,0%	Blumen Risse	Gartencenter	55,6%	Cinemaxx	Kinoketten	51,0%
dm-drogerie markt	Drogerien	70,9%	Weltbild	Buchhändler	59,7%	NETFLIX	Streaming-Dienste	55,6%	Husqvarna	Genussbrot	50,9%
Faber-Castell	Büro- und Schreibwaren	69,6%	Christ	Schmuck	59,5%	volksversand.de	Versandapotheke	55,5%	STRATO	Webhosting-Anbieter	50,2%
cewe.de	Fotodienste	68,0%	AIDA Cruises	Kreuzfahrtschiffe	59,4%	TUI	Reiseveranstalter	55,5%	ALNATURA	Natur- und Biomärkte	50,0%
Bosch Power Tools	Werkzeughersteller	67,4%	Sky	Premium-TV-Anbieter	59,3%	DrSmile	Zahrschienen	55,4%	Creezer	Fahrradanhänger	49,8%
KEG	Haushaltsgeräthersteller	67,3%	Pirelli	Autoreifenhersteller	59,2%	KNAUS	Wohnwagenhersteller	55,3%	Proox & Cloppenburg (Ossendorf)	Fashion: Modehäuser	49,6%
Samox	Audiogerätehersteller	66,2%	Jack Wolfskin	Outdoor	59,2%	KERAMUNDO	Fleisemärkte	55,3%	TEMPOTON	Personaldienstleister	49,6%
ALDI SÜD	Lebensmittel-Discount	65,9%	Apollo Optik	Optiker	59,0%	PHILIPS AVENT	Baby-/Kinderbedarf	55,2%	Lieserand	Restaurant- und Pizzeria-Lieferdienste	49,6%
WMF	Haushaltswarenhersteller	65,2%	Steigenberger Hotel	Hotels - Premium	58,8%	ROBINSON	Cluburlaub	55,0%	ibis	Hotels - Budget	49,6%
Nikon	Kamerahersteller	64,9%	DURACELL	Batteriehersteller	58,8%	Kamps	Bäckereien	55,0%	babel.com	Online-Lernplattformen	49,3%
Hansgrohe	Bad und Sanitär	64,8%	Doogay	Parfümrien	58,7%	Center Parcs	Ferienparks	54,9%	Pool-Systems	Poolhersteller	49,0%
Deichmann	Schuhhändler	64,7%	Dulac	Farben & Lacke	58,7%	HARK	Kaminöfenhersteller	54,6%	ALDI TALK	Mobilfunk-D-Discount	48,6%
MediaMarkt	Elektro-Fachmärkte	64,7%	CosmosDirekt	Direktversicherer	58,5%	Sist	Aufwärmhilfen	54,6%	DR. DEBELS + partner	Immobiliensmakler	48,6%
Audi	Autohersteller	64,3%	Hipp	Babynahrungsprodukte	58,3%	epirimo	Energieversorger	54,6%	Hawesko	Weinbändler	48,2%
Höfner	Möbelhändler	64,3%	Hans im Glück	Burger-Restaurants	58,1%	BABISTIA	Fashion: Herrenmode	54,5%	Wertgarantie	Elektronikversicherer	47,9%
Emma Matratze	Matratzen	64,2%	BARMER	Krankenkassen	58,0%	Geox	Schuhhersteller	54,5%	Donner & Reuschel	Privatbanken	47,9%
Waldi	Kosmetikhersteller	64,0%	ABC-Design	Kindermöbel	58,0%	ADAC (Allg. Deutscher Automobil-Club)	Verkehrsclubs	54,5%	notebooksbilliger.de	Consumer Electronics - online	47,9%
PEGAUS	Fahrradhersteller	63,8%	Thomas Philips	Non Food-Discount	57,9%	BRAX	Fashion: Damen- und Herrenmode	54,4%	BMC Brass	Dachziegelhersteller	46,9%
verivox.de	Vergleichsportale	63,8%	Vodafone	Telekommunikation	57,8%	McDonald's	Fast Food Restaurants	54,4%	Picnic	Lebensmittellieferdienste	46,6%
Bauhaus	Baumärkte	63,6%	Decathlon	Sport- und Freizeitgeschäfte	57,7%	KAMPA	Fertighausanbieter	54,3%	Glutthaar Keller	Fertigkeulenanbieter	46,4%
Paul Neuhaus	Licht- und Beleuchtungstechnik	63,3%	LASAGNA	Sport: Wäsche und Strümpfe	57,7%	Printus	Papier- und Schreibwaren	53,6%	JUWEL-Fertigagger	Fertigaggeranbieter	46,0%
Waldi	Verbrauchermärkte - SB Warenhäuser	63,3%	Capitainer	Deputationsbüro	57,6%	Gmail	E-Mail-Anbieter	53,6%	Blutgeschweizer	Fashion: Damenmode	45,7%
Allianz	Versicherer	63,3%	The Body Shop	Beauty-Shops	57,5%	Europa-Park	Festivalsparks	53,6%	Getzkaue Hoffmann	Auslandsreisen	45,7%
engelbert-strauss.de	Berufsbekleidung	63,3%	ARAL	Tankstellen	57,2%	Commerzbank	Filialbanken	53,6%	WW (Weight Watchers)	Dietmittel-/programme	45,7%
Lufthansa	Fluggesellschaften	63,1%	Carglass	Autoglasersatzhersteller	57,2%	Beurer	Elektrogeräte für Gesundheit	53,6%	Thomann	Musik- und Instrumentenfachhandel	45,6%
Valliant	Haustechnik	62,9%	myTops	Spielwaren- und Geschäfte	57,2%	OLYMP	Fashion: Herren/Blusen	53,6%	BackWork	Bäckereien - SB	45,6%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	62,4%	smava	Digitalis Finanz- / Versicherungsexperten	56,8%	Wahl Del Sol	Frisiergastronomie	53,2%	Trisser	Podiummöbel-spezialisten	45,6%
Scotmy	Smart-Home	62,2%	Hammer zuhause	Fachmärkte für Wand/Boden	56,8%	LINDA Apotheke	Apotheken-Kooperationen	53,0%	MCFI	Fitness Studios	45,2%
Villeroy & Boch	Keramik & Glas	62,0%	Mustang	Fashion: Jeans	56,6%	Tank & Rast	Verkehrsgastronomie	52,9%	Berlitz	Sprachschulen	44,5%
booking.com	Reisebuchungs- und Vergleichsportale	61,9%	dein-schrank.de	Möbel nach Maß	56,6%	BLOCK HOUSE	Full-Service-Gastronomie	52,9%	LAVISTA	Flusskreuzfahrten	43,9%
noile	Küche	61,3%	Mr. Wash	Autowaschanlagen	56,6%	pillstop	Autoservice	52,9%	Takko Fashion	Fashion-Discount	43,6%
Orthomol	Nahrungsergänzungsmittel	61,3%	Krombacher	Bier / Biermischgetränke	56,3%	home24	Möbelhändler-online	52,6%	emargino	Shopping-Clubs	43,3%
Musterberg	Möbelmarken	61,3%	apelle's catering	Eventcatering	56,3%	Studenium	Nachhilfeinstitute	52,3%	PO-Spezialist	Computer-Fachmärkte	43,3%
DHL	Paketsdienste	61,2%	Comorbank	Onlinebanken	56,2%	Waldner Sportpark	Bausparkassen	52,2%	DWS	Fondsgesellschaften	43,1%
WIRtschenDRUCK.de	Druckerei	61,2%	JAKO-O	Baby- und Kleinkindausstattler	56,2%	Gira	Schaltersystemhersteller	52,2%	Vapiano	Fast Casual Restaurants	43,0%
SWIFFER	Bodenreinigungssysteme	61,0%	Louis	Motorrad-Shops	56,1%	roba	Kindermöbelhersteller	52,2%	SARING NOW	Carsharing-Anbieter	42,8%
PARADISO	Bodenbelaghersteller	60,6%	HANKI-NANA	Haushalt und Geschenke	56,0%	Starbucks	Coffee-Shops	52,1%	Interplay	Baufinanzierer - Vermittler	40,3%
Bayer	Kreditkartengesellschaften	60,6%	Vivacraft	Tierbedarf	56,0%	wenner	Wohnschutzsysteme	51,9%	AV-DE	Auslands-Reisen	39,3%
Samsonite	Koffer, Taschen & Rucksäcke	60,5%	Fressnapf	Heimtierbedarf	56,0%	HÖRGER	Hörgerätehersteller	51,5%	PEARL	TV-Shopping-Sender	38,6%
VELUX	Fensterhersteller	60,3%	H-Hotels	Hotels - Mittelklasse	56,0%	Hörmann	Türen, Tore, Garagen	51,4%	LEVOUSOUT24	Single-Brosen und Partnervermittlung	36,0%

* Ein Brand Fascination Score (BFS, s. a.) von mindestens 50,6 ist Voraussetzung für einen Brozeurang. Sein Siegel bei mindestens 53,6, Gold bei mindestens 53,6. Es wurde insgesamt über eine Million Kundenumröße zu 2261 Marken eingeholt. Methode und Kriterien sind oben beschrieben.