

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 küren all jene, denen es 2024 aus Kundensicht geglückt ist.

DER WEG ZUM ERFOLG

GUTE MARKEN - EINZIGARTIG UND AUTHENTISCH

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel, und gut drei Wochen nach Ende der Fußball-Europameisterschaft ist es Zeit für eine Rückschau der anderen Art: Welche Nationalmannschaft hat eigentlich als Marke besonders begeistert?

Ein Anwärter ist vielleicht Georgien, deren „Dschwarosnebi“ oder, zu deutsch: „Kreuzritter“, sich in diesem Jahr nicht nur zum ersten Mal überhaupt für die EM qualifiziert, sondern entgegen allen Erwartungen auch noch die „Seleção“ der Portugiesen geschlagen haben und ins Achtelfinale eingezogen sind, wo sie der „Furia Roja“ der Spanier letzten Endes zwar unterlagen, zuvor jedoch lange Stand hatten halten können.

Für das europäische Publikum hat die georgische Nationalmannschaft deshalb mit der Marke „klassischer Underdog“ gepunktet, denn viele Zuschauer freuten sich nicht nur über die Überraschung als solche, sondern auch über den Erfolg eines kleinen Teams über einen fast schon übermächtig wirkenden Big Player.

Den schottischen „Bravehearts“ war ein solcher Sieg über eine der großen Fußball-Nationen nicht vergönnt. Sie waren nur kurz mit von der Partie, haben währenddessen jedoch mit besonders sympathischen Fans gegläntzt. So hat sich die gutgelaunte, durstige „Tartan Army“ mit ihrem unverwechselbaren Erscheinungsbild und ihrer freundlich ausgelassenen Stimmung in der hiesigen Bevölkerung wie auch unter den Gastwirten viele Freunde gemacht und besetzt so vielleicht den Markenkern „Sieger der Herzen“.

Im Heimvorteil wiederum war die deutsche Nationalmannschaft beziehungsweise „Die Mannschaft“. Dass dieser Beiname, der eine Zeit lang sogar als DFB-Wort-Bild-Marke eingetragen war, bei den deutschen Fans nie so recht verding, dürfte verschiedene Gründe haben. Unter anderem mag es daran liegen, dass die Bezeichnung „Die Mannschaft“ aus der Außensicht – also dem Ausland – zwar funktionieren mag, aus der deutschen Innensicht jedoch den Eindruck erweckte, dem Team künstlich und zu rein kommerziellen Zwecken übergestülpt worden zu sein.

Damit trifft der Name offenbar nicht so recht das, was die Spieler und ihr Team aus Fansicht ausmacht, denn obwohl der Profifußball bekannterweise auch ein Geschäft ist, möchten die wenigsten Fans ausgerechnet diesen Aspekt ihres Sports im Vordergrund sehen. Was sie sich stattdessen wünschen, ist guter Fußball, Spielleidenschaft und Kampfeifer sowie ein Team, das zusammenhält und jedem Spieler die Chance gibt, über sich selbst hinauszuzwachen. Der Markeninhalt muss stim-



Die Schotten waren zwar nicht lange dabei, ihre gutgelaunten, durstigen Fans haben aber vielleicht den Markenkern „Sieger der Herzen“ besetzt

men, Emotionen wecken und Identifikationsmöglichkeiten anbieten. Das ist dem Team um Bundestrainer Julian Nagelsmann gelungen, wie die überwiegend positiven Reaktionen der Fans in dieser EM zeigen. Dass sich der jüngste Trainer der Europameisterschaft bei einer Endrunde zudem nach der durchaus diskussionswürdigen Niederlage gegen Spanien menschlich authentisch und auch emotional zeigte und zudem Werte beschwor, die über den Fußball hinausgehen, sorgte für weitere Sympathiepunkte. Das kommt der Marke stärker zugute als ein griffiger, jedoch inhalts-

leerer Markenname. Marken funktionieren also nur, wenn sich die Fans vor allem mit deren Inhalt identifizieren können und auch wollen. Dabei haben besonders erfolgreiche Marken oft ein wenig von all dem, was zuvor genannt wurde: den Mut eines Underdogs, eine einzigartige, eingeschlossene Fan-Gemeinde, Kampfeifer, Leidenschaft, Authentizität sowie das Bewusstsein für bestimmte Werte. Eine gute Marke braucht Charakter. Wenn darüber hinaus auch der Markenauftritt überzeugen kann und der Markenname eingängig und einprägsam ist, stehen die Chancen

gut, dass bei den Fans echte, langandauernde Begeisterung aufkommt. Welche Marken fernab des Fußballs derzeit bei ihren Kundinnen und Kunden mit ihrer Einzigartigkeit und Authentizität sowie ihren Werten und ihrem Charakter besondere Begeisterung auslösen, hat die Kölner Rating- und Rankingagentur ServiceValue auch in diesem Jahr wieder für ihre Studie „Marken-Champions“ erhoben. Anbieter und Unternehmen, die es mit ihren stimmigen Gesamtkonzepten

aus Sicht ihrer Kundschaft zu „Marken-Champions“ gebracht haben, können diese Auszeichnung ein Jahr lang tragen. Danach geht es in die nächste Runde, und auch diejenigen, die es in diesem Jahr nicht geschafft haben, bekommen eine neue Chance. Wie im Fußball, gilt nämlich auch hier: Nach den „Marken-Champions“ ist vor den „Marken-Champions“. Die jeweils bestbewerteten Anbieter aller untersuchten Branchen finden Sie im untenstehenden Ranking.

Mehr Informationen unter www.servicevalue.de



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 prozentuale Anteil an Befragten, die von der Marke begeistert sind. Die direkte Ja/Nein Abfrage hat gegenüber der Messung über eine Zufriedenheits-Skala den Entscheidungsvorteil 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 Gewinnern abgebildet (s. Tabelle u.). Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel 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

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009.

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 zur Informations- und Wissensvermittlung an. Hier reicht

das Spektrum von empirischen Forschungsmethoden über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch. Darüber hinaus pflegt ServiceValue ein Verbräucherportal, welches über Meta-Analysen zu ausgewählten Branchen Orientierungshilfe schafft und interessante Blogposts anbietet.



KUNDEN-VOTUM

DEUTSCHLANDS BESTE MARKEN AUS 189 BRANCHEN

Marke / Unternehmen	Branche	BFS* 2024	Marke / Unternehmen	Branche	BFS* 2024	Marke / Unternehmen	Branche	BFS* 2024	Marke / Unternehmen	Branche	BFS* 2024
LEGO	Spielzeughersteller	72,8%	ROLAND Rechtsschutz	Spezialversicherer	61,3%	TEDI	Non-Food Discounter	57,5%	Euro-FH	Weiterbildungsanbieter	53,6%
Amazon	Versandhändler	72,1%	Lufthansa	Fluggesellschaften	61,2%	Alete	Babynahrungsprodukte	57,3%	weinor	Sonnenschutzsysteme	53,6%
BURG-WÄCHTER	Sicherheit	71,9%	GARDENA	Garten- & Motorgerätehersteller	61,2%	LEVI'S	Fashion: Jeans	57,1%	Dehner Garten-Center	Gartencenter	53,3%
Weber	Grillhersteller	71,6%	Deutsche Leibranten	Immobilienverrentung	60,9%	HYMER	Wohnwagen- / Wohnmobilerhersteller	57,0%	Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	Kaufhaus/Warenhaus	53,3%
Samsung	Elektronikerhersteller	70,7%	KNAPPSCHAFT	Krankenkassen	60,7%	Vedes / Spielzeug-Ring	Spielwarenfachgeschäfte	56,8%	Deutsche Teilkaufl	Immobilienverkauf	53,0%
Adidas	Sportartikelhersteller	69,0%	Reuter	Badausstattler	60,7%	Kärcher Clean Park	Autowaschanlagen	56,7%	WW (Weight Watchers)	Diätmittel-/programme	52,6%
Bosch	Haushaltsgerätehersteller	68,4%	Krombacher	Bier / Biermischgetränke	60,5%	Alvi	Baby-/Kinderbedarf	56,7%	ALDI TALK	Mobilfunk-Discounter	52,6%
Faber-Castell	Schreibwarenhersteller	67,6%	eurorad.de	Dienstfahrrad-Leasing	60,5%	Hammer zuhause	Fachmärkte für Wand/Boden	56,6%	Netfix	Streaming-Dienste	52,6%
LIDL	Lebensmittel-Discounter	67,0%	Alivest	Digitale Finanz-/Versicherungsexperten	60,5%	engbers	Fashion: Herrenmode	56,6%	Alnatura	Natur- & Biomärkte	52,5%
Allianz	Versicherer	66,6%	BRIO	Modellbau & Fahrzeuge	60,5%	Beurer	Elektrogeräte für Gesundheit	56,6%	bofrost	Lebensmittellieferdienste	52,1%
Drogerie Müller	Drogerien	66,6%	Thalia	Buchhändler	60,5%	blume2000.de	Blumenversender	56,5%	Wüstenrot Immobilien	Immobilienmakler	51,9%
Sonos	Audiohersteller	66,3%	WIRmachenDRUCK	Druckereien	60,2%	Visa	Kreditkartengesellschaften	56,3%	Hawesko	Weinhändler	51,8%
Schlaraffia	Matratzen	65,8%	VELUX	Fenster, Türen, Tore	60,2%	Armstark	Sauna- & Infrarotkabinenanbieter	56,3%	notebooksbilliger.de	Consumer Electronics - online	51,5%
Weleda	Kosmetikhersteller	65,2%	ABC Design	Kindergarten	60,2%	GMX	E-Mail-Anbieter	56,2%	Pool-Systems	Poolhersteller	51,4%
verivox.de	Vergleichsportale	65,0%	Jack Wolfskin	Outdoor	60,2%	Burger King	Fast Food Restaurants	56,1%	Gira	Schalersystemhersteller	51,3%
Allianz Direct	Direktversicherer	64,3%	ING	Direktbanken	60,2%	Waipu.TV	Premium-TV-Anbieter	56,1%	Berlitz	Sprachschulen	51,0%
SEGMÜLLER	Möbelhändler	64,2%	Commerzbank	Filialbanken	60,1%	Amplifon	Hörgeräteakustiker	56,1%	LINDA Apotheke	Apotheken-Kooperationen	50,8%
Porsche	Autohersteller	64,2%	TUI Cruises	Kreuzfahrtsanbieter	60,1%	Pizza Hut	Full-Service-Gastronomie	55,9%	OLYMP	Fashion: Hemden/Blusen	50,8%
HARO	Bodenbelaghersteller	63,9%	DEGIRO	Online-Broker	60,1%	INTERSPORT	Sport- und Freizeitgeschäfte	55,9%	HUSSEL	Genusschandler	50,7%
Hilti	Werkzeughersteller	63,8%	ADAC (Allg. Deutscher Automobil-Club)	Verkehrsclubs	60,1%	baby-walz	Baby- und Kleinkindausstatt	55,8%	Wienerberger	Dachziegelhersteller	50,7%
BAUHAUS	Baumärkte	63,4%	Zasta	Steuereklärer	60,1%	Café Extrablatt	Freizeitgastronomie	55,8%	Trösser	Polstermöbelspezialisten	50,3%
CUBE	Fahrrad- & E-Bikehersteller	63,4%	LASCANA	Fashion: Wäsche & Strümpfe	60,0%	Tempton	Personalienhersteller	55,6%	JANSA-PARK	Freizeitparks	50,2%
Kettler Home & Garden	Gartenartikelhersteller	63,4%	DHL	Paketedienste	60,0%	SHELL	Tankstellen	55,6%	J.P.Morgan	Fondsgesellschaften	49,6%
nolte	Küche	63,3%	GrünWelt Energie	Energieversorger	59,9%	DR SMILE	Zahnschienen	55,6%	Center Parcs	Ferienparks	49,5%
Philips Hue	Licht- & Beleuchtungstechnik	63,3%	Viking	Papier- & Schreibwarenhersteller	59,6%	home24	Möbelhändler-online	55,5%	JUWEL Fertigaragen	Fertigaragenanbieter	49,4%
Kaufland	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	63,0%	CARDIOfitness	Fitnessgerätehersteller	59,6%	SIXT	Autovermietungen	55,5%	rosellastone.de	Lernplattformen	49,2%
MEISSEN	Keramik & Glas	63,0%	Town & Country Haus	Massivhausanbieter	59,6%	Studienkreis	Nachhilfeinstitute	55,5%	McFIT	Fitness-Studios	48,7%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	62,9%	Alpina	Farben & Lacke	59,6%	Goodyear	Autoreifenhersteller	55,4%	Blutgeschwister	Fashion: Damenmode	48,6%
Singer	Nähmaschinen	62,9%	alltours flugreisen	Reiseveranstalter	59,6%	Geuther	Kindermöbelhersteller	55,3%	trinkgut	Getränkemärkte	48,5%
MediaMarkt	Elektro-Fachmärkte	62,8%	Reisenhotel	Koffer, Taschen & Rucksäcke	59,6%	ROBINSON	Cluburlaub	55,3%	Thomann	Musik- & Instrumentenfachhandel	48,2%
Hansgrohe	Bad & Sanitär	62,8%	swoodoo.de	Reisebuchungs- & vergleichsportale	59,5%	Vitakraft	Tierfutter	55,2%	CineStar	Kinoletten	47,7%
Vileda	Bodenreinigungssysteme	62,7%	DEPOT	Haushalt & Geschenke	59,3%	Hans im Glück	Burger-Restaurants	55,2%	limango	Shopping-Clubs	47,6%
DEICHMANN	Schuhhändler	62,5%	Mister Spex	Optiker	59,3%	deinschrank.de	Möbel nach Maß	54,9%	hepster	Elektronikversorger	47,5%
COMCAVE.COLLEGE	E-Learning-Anbieter	62,5%	Sedus Stoll	Büromöbelhersteller	59,2%	Leonardo Hotels	Hotels - Mittelklasse	54,9%	Pax-Bank	Nachhaltigkeitsbanken	47,5%
Billerbeck	Bettwaren	62,4%	DR. WACK	Fahrzeugzubehör & -pflege	59,0%	Croozer	Fahrradanhänger	54,8%	IONOS	Webhosting-Anbieter	47,3%
engelbert-strauss.de	Berufsbekleidung	62,3%	Vaillant	Heiztechnik & Wärmepumpen	59,0%	Glatthaar Keller	Fertigkellernanbieter	54,7%	SINN	Fashion: Modehäuser	46,9%
Vodafone	Telekommunikation	62,3%	Louis	Motorrad-Shops	58,9%	Bausparkasse Schwäbisch Hall	Bausparkassen	54,6%	AY YILDIZ	Auslands-Telefonie	45,2%
Maritim Hotels	Hotels - Premium	62,2%	ROLLER	Möbelhändler - Discount	58,8%	Junge Die Bäckerei	Bäckereien	54,5%	Domino's	Restaurant- & Pizza-Lieferdienste	45,0%
Nikon	Kamerahersteller	62,2%	Douglas	Parfümerien	58,8%	HuG	Fahrrad-Händler	54,2%	Interhyp	Baufinanzierer - Vermittler	43,6%
Interliving	Möbelmarken	62,2%	Tank & Rast	Verkehrsgastronomie	58,7%	BaukWerK	Privatbanken	54,2%	BäckWerK	Bäckereien - SB	43,6%
Sofmy	Smart-Home	62,2%	VARTA	Batteriehersteller	58,6%	A-ROSA	Autoglasreparatur	54,1%	Flusskreuzfahrten	Flusskreuzfahrten	43,1%
Alpro	Alternative pflanzliche Lebensmittel	62,2%	Tommy Hilfiger	Fashion: Familienmode	58,5%	Bodystreet	Kaminiolenhersteller	54,0%	Bodystreet	EMS-Studios	43,0%
cewe.de	Fotodienste	62,1%	volksversand.de	Versandapotheken	58,5%	KiK	Fashion: Damen- & Herrenmode	53,9%	KiK	Fashion: Discounter	42,8%
Gabor	Schuhhersteller	61,7%	C24	Neobanken	58,3%	Deutsche Vermögensberatung (DVAG)	Finanzvertriebe	53,8%	Deutsche Vermögensberatung (DVAG)	Finanzvertriebe	40,6%
Fressnapf	Heimtierbedarf	61,6%	SchwörerHaus	Fertighausanbieter	58,0%	Tinder	Single-Börsen & Partnervermittlungen	40,3%	Tinder	Single-Börsen & Partnervermittlungen	40,3%
Abtei	Nahrungsergänzungsmittel	61,5%	CHRIST	Schmuck	57,6%	VAPIANO	Fast Casual Restaurants	40,2%	VAPIANO	Fast Casual Restaurants	40,2%
Fackelmann	Haushaltswarenhersteller	61,4%	apetito catering	Contract Caterer	57,5%	K&M Computer	Computer-Fachmärkte	39,3%	K&M Computer	Computer-Fachmärkte	39,3%
						Motel One	Hotels - Budget	53,6%	Flinkster	Carsharing-Anbieter	36,2%

* Ein Brand Fascination Score (BFS, s. o.) von mindestens 53,3 ist Voraussetzung für einen Bronzerang, Silber beginnt bei 55,6, Gold bei 59,5. Es wurden insgesamt über eine Million Kundenurteile eingeholt.