

MARKEN-CHAMPIONS

WWW.MARKEN-CHAMPIONS.DE

Was macht eine Marke stark? Das ist vor allem ihre Popularität – und die Werte, die sie auf den Nutzer überträgt. Die erfolgreichsten Marken haben es zu Prominenz in den Medien gebracht. WELT und ServiceValue kürten all jene, denen es 2025 aus Kundensicht geglückt ist.

PROMINENTE PRODUKTE

DER FILMSTAR AN MEINEM FUSS

Was wäre Carrie aus *Sex and the City* ohne ihre Manolo Blahniks, James Bond ohne seinen Aston Martin oder Marty McFly aus *Zurück in die Zukunft* ohne seine Nike-Schuhe und sein Valterra-Skateboard?

Filmcharaktere können durch ihre Vorliebe für bestimmte Marken schnell und treffsicher charakterisiert werden: Es macht einen Unterschied, ob Carrie in glamourösen Designer-Stiletto durch New York flaniert oder in ausgetretenen Gesundheitslatschen, ob James Bond im britischen Luxuswagen unterwegs ist oder in der schwedischen Familienkutsche

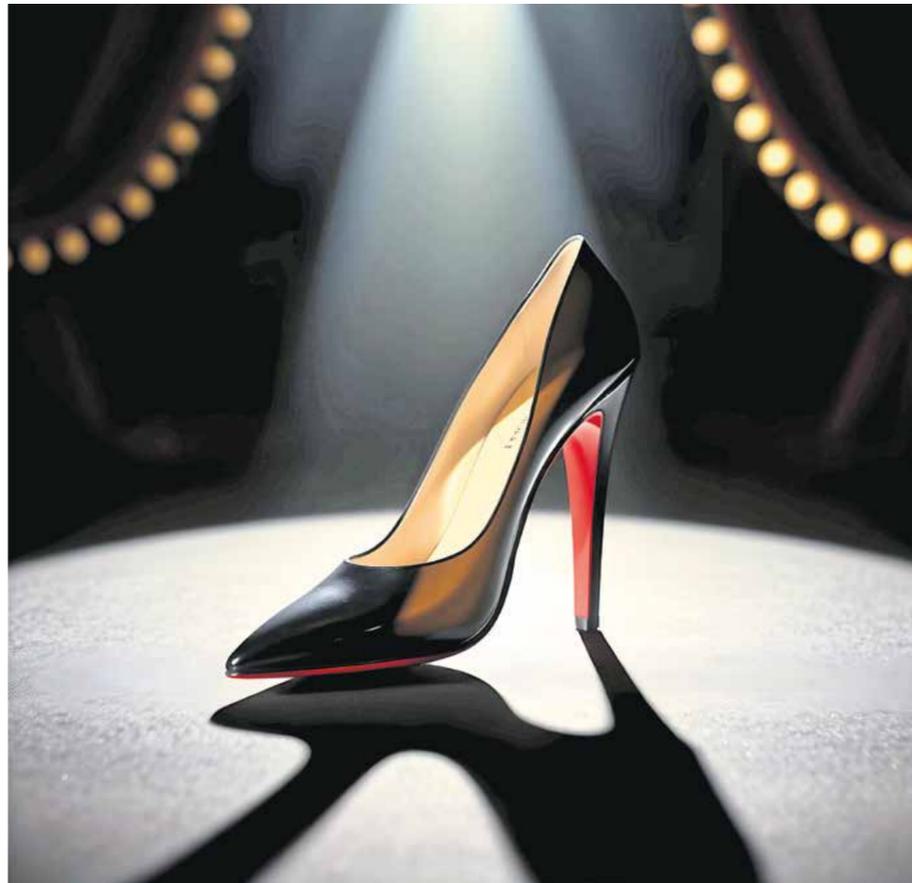
Um etwas von dem Glanz der großen Stars und Helden abzubekommen, brauchen Zuschauerinnen und Zuschauer allerdings nicht unbedingt gleich einen Luxus-Sportwagen oder Schuhe im vierstelligen Euro-Bereich zu kaufen. Auch kleinere Markenprodukte können ihre Nutzerinnen und Nutzer als echte Kenner und Eingeweihte ausweisen. So wissen Kinder der 1980er Jahre genau, mit welcher Art von Schokolinsen der Außerirdische E.T. sich am besten anlocken lässt, und die junge Generation kennt die tiefgefrorenen Toaster-Waffeln, nach der die übernatürlich begabte Heldin aus dem Netflix-Hit *Stranger Things* so verrückt ist. Das



Das Siegel der Marken-Champions, wie es von WELT und SERVICE VALUE vergeben wird, hat ein Jahr Gültigkeit

weckt Neugierde und Begehrlichkeiten nach ebendiesen Marken, denn wer würde da nicht gern einmal selbst probieren? Mit steigender Popularität der Leinwand-Stars gehen deshalb häufig auch die Verkaufszahlen ihrer Lieblingsmarken nach oben. Solche Erfolge lassen sich zwar am

schnellsten mit, unter entsprechenden guten Vorzeichen jedoch durchaus auch ganz ohne Hilfe aus Hollywood erzielen. Um im Alleingang aus Verbraucherinnen und Verbrauchern Marken-Fans zu machen, müssen Unternehmen mit ihren Marken allerdings einiges leisten. Zunächst einmal muss die Marke auffallen und einen hohen Wiedererkennungswert haben; sei es durch ein bestimmtes Design oder ein konkretes Logo; jenseits der Filmleinwand aber auch manch-



Der Manolo-Blahnik-Stiletto wird durch „Sex and the City“ zum Filmstar, die Eigenschaften der Trägerin Carrie übertragen sich auf den Schuh

mal durch bestimmte haptische, akustische oder geschmackliche Qualitäten. All das darf nicht ohne Weiteres austausch- oder verwechselbar sein. Zweitens bedarf es der Verbindung der Marke zu bestimmten Werten und Idealen. Das kann einerseits der Wunsch sein, durch Nutzung der Marke einmal so glamourös, abgeklärt oder lässig zu sein wie ein berühmtes Vorbild. Das kann aber auch die Überzeugung sein, dass ebendiese Marke qualitativ besonders hochwertig ist oder sich für umweltbewusstes und sozial verantwortliches Verhalten verbürgt. Mit dem Kauf jedes neuen Mar-

kenprodukts wird deshalb eine Erneuerung des Versprechens eingelöst, genau diese Werte und Ideale auf ein Neues ausleben zu können. Drittens schließlich ist eine erfolgreiche Marke der sichtbare Ausdruck eines Lebensgefühls oder einer Lebensart des Käufers oder der Käuferin und kann dadurch die Zugehörigkeit zu einer Gruppe signalisieren oder vielleicht auch erst ermöglichen: Erkennt ein Markenfan einen anderen, weiß er, dass gewisse Gemeinsamkeiten vorliegen. So weisen erfolgreiche Marken weit über die Produkte, die sie bezeichnen, hinaus. Anders als die reine Funktionalität

eines Produktes kann eine Marke emotionalisieren, schafft durch den Wiedererkennungseffekt Vertrauen und Vertrauen und begründet damit oft eine besondere Kundenbindung und -treue, die auch durch rationale Preis- und Produktvergleiche nicht unbedingt erschüttert werden. Welche Marken auf dem deutschen Markt ihre Kundinnen und Kunden aktuell in besonderem Maße begeistern, hat die Kölner Rating- und Rankingagentur

ServiceValue auch in diesem Jahr wieder für ihre Studie „Marken-Champions“ ermittelt. Mit dabei sind Auto-, Schuh- und Sportartikelmarken, aber auch Banken, Versicherer und viele andere mit Rang, Namen und eigenem Logo. Sie alle profitieren von einem einzigartigen Markencharakter. Und wer weiß, vielleicht hatte die eine oder andere Marke auch bereits ihren großen Auftritt als Lieblingsmarke eines Film- oder Fernsehstars...



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 Zufriedenheitsskala 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 jeweiligen Gewinnern abgebildet (s. Tabelle u.). Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel mit über drei Millionen 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 über großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



KUNDEN-VOTUM

DEUTSCHLANDS BESTE MARKEN AUS 188 BRANCHEN

Marke/Unternehmen	Branche	BFS 2025*	Marke/Unternehmen	Branche	BFS 2025*	Marke/Unternehmen	Branche	BFS 2025*	Marke/Unternehmen	Branche	BFS 2025*
Samsung	Elektronikerhersteller	71,5%	posterax.de	Fotodienste	61,4%	KÄRCHER Clean Park	Autowaschanlagen	58,8%	Kemmler	Friesenmärkte	54,3%
Amazon	Versandhändler	71,4%	Abtei	Nahrungsergänzungsmittel	61,3%	FLYERLARM	Druckereien	58,6%	Spotify	Streaming-Dienste	54,2%
LEGO	Spielzeughersteller	71,1%	tado	Smart-Home	61,3%	KÖLLE ZOO	Heimtierbedarf	58,6%	Alnatura	Natur- & Biomärkte	54,1%
ABUS	Sicherheit	70,7%	Gabor	Schuhhersteller	61,3%	KLAFS	Sauna- & Infrarotkabinenanbieter	58,5%	Dinger's Gartencenter	Gartencenter	53,8%
Weber	Grillhersteller	70,3%	nobilis	Küchenmöbel	61,2%	ASSMANN BÜROMÖBEL	Büromöbelhersteller	58,5%	POOLSYSTEMS	Poolhersteller	53,6%
Bosch	Haushaltsgerätehersteller	69,3%	C&A	Fashion: Familienmode	61,1%	Thalia	Buchhändler	58,4%	Westwing	Möbelhändler-online	53,4%
Drogerie Müller	Drogerien	68,5%	Bosch Power Tools	Werkzeughersteller	61,1%	Brillux	Farben & Locke	58,3%	ALDI TALK	Mobilfunkanbieter	53,0%
adidas	Sportartikelhersteller	68,5%	ALLVEST	Digitale Finanz-/Versicherungsexperten	61,1%	DR. WACK	Fahrzeugzubehör & -pflege	58,3%	passando.de	Möbel nach Maß	53,0%
LIDL	Lebensmittel-Discounter	68,3%	ZWEI	Koffer, Taschen & Rucksäcke	61,1%	Michelin	Autoreifenhersteller	58,2%	Berlitz	Sprachschulen	52,8%
Allianz	Versicherer	68,0%	ADAC (Allg. Deutscher Automobil-Club)	Verkehrsclubs	61,0%	Luftansa	Fluggesellschaften	58,1%	WAREMA	Sonnenschutzsysteme	52,7%
CLUBE	Fahrrad- & E-Bikehersteller	66,6%	VARTA	Batteriehersteller	61,0%	Schülerhilfe	Nachhilfeeinstitute	58,0%	DAHLER & COMPANY	Immobilienmakler	52,7%
Philips Hue	Licht- & Beleuchtungstechnik	66,0%	MediaMarkt	Elektro-Fachmärkte	60,8%	KNAUS	Wohnwagen- / Wohnmobilhersteller	57,8%	Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	Kaufhaus/Warenhaus	52,6%
Schlaraffia	Matratzen	65,9%	MEISSEN	Keramik & Glas	60,8%	VAUDE	Outdoor	57,8%	ATU	Autoservice	52,6%
Faber-Castell	Schreibwarenhersteller	65,2%	CapTrader	Online-Broker	60,7%	VISA	Kreditkartengesellschaften	57,7%	Europa-Park	Freizeitparks	52,4%
Teufel	Audiohersteller	65,2%	Vaillant	Heiztechnik & Wärmepumpen	60,7%	Replay	Fashion: Jeans	57,6%	Lucky Bike	Fahrradhändler	52,3%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	65,1%	Alvi	Baby-/Kinderbedarf	60,7%	SIXT	Autovermietungen	57,5%	Marché Mövenpick	Freizeitgastronomie	52,3%
GARDENA	Garten- & Motorgerätehersteller	64,7%	Krombacher	Bier- / Biernisshgetränke	60,7%	GMX	E-Mail-Anbieter	57,5%	ALTERNATE	Consumer Electronics - online	52,3%
Allianz Direct	Direktversicherer	64,4%	ROLLER	Möbelhändler - Discount	60,6%	Junge Die Bäckerei	Bäckereien	57,4%	BMI Braas	Dachziegelhersteller	52,2%
Fackelmann	Haushaltswarenhersteller	64,2%	Alltours Flugreisen	Reiseveranstalter	60,5%	MARQUARDT KÜCHEN	Küchenhändler	57,2%	GANT	Fashion: Damen- & Herrenmode	52,2%
OBI	Baumärkte	64,0%	Louis	Motorrad-Shops	60,4%	DR SMILE	Zahnschienen	56,9%	LINDA Apotheke	Apotheken-Kooperationen	51,8%
Vodafone	Telekommunikation	64,0%	DEICHMANN	Schuhhändler	60,4%	Best Western Hotels & Resorts	Hotels - Mittelklasse	56,9%	VOM FASS	Genussshändler	51,8%
Vileda	Bodenreinigungssysteme	63,8%	ROLAND Rechtsschutz	Spezialversicherer	60,3%	Printus	Papier- & Schreibwarenhändler	56,6%	Center Parcs	Ferienparks	51,5%
XXXLutz	Möbelhändler	63,6%	METZLER	Briefkästen & Außenanstattung	60,3%	fleurop.de	Blumenversender	56,4%	Berker	Schaltsystemhersteller	51,1%
E.ON	Energieversorger	63,5%	C24	Neobanken	60,2%	Deutsche Teilkaufl	Immobilienteilverkauf	56,4%	Seidensticker	Fashion: Hemden/Blusen	50,8%
billerbeck	Bettwaren	63,5%	McDonald's	Fast Food Restaurants	60,2%	Glatthaar Keller	Fertigkelleraanbieter	56,3%	IONOS	Webhosting-Anbieter	50,7%
Mercedes-Benz	Autohersteller	63,4%	Mairitim Hotels	Hotels - Premium	60,1%	Geuther	Kindermöbelhersteller	56,3%	Thomann	Musik- & Instrumentenfachhandel	50,6%
GROHE	Bad & Sanitär	63,2%	trivago.de	Reisebuchungs- & vergleichsportale	60,1%	Croozler	Fahrradhänger	56,2%	clever fit	Fitness-Studios	50,4%
Cegos Integrata	E-Learning-Anbieter	63,2%	Taxify	Steuersoftware	60,0%	DECATHLON	Sport- & Freizeitgeschäfte	56,2%	BlackRock	Fondsgesellschaften	50,3%
Hudara	Trampolinhersteller	63,0%	engbers	Fashion: Herrenmode	59,9%	KIND	Hörgeräteakustiker	56,2%	JUWEL Fertigaragen	Fertigaragenanbieter	50,3%
DHL	Paketdienste	63,0%	HARO	Bodenbelaghersteller	59,9%	LBS	Bausparkassen	56,0%	limango	Shopping-Clubs	49,4%
Kaufland	Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	62,7%	Milupa	Babynahrungsprodukte	59,7%	Hammer zuhause	Fachmärkte für Wand/Boden	55,9%	MULTIPOLSTER	Polstermöbelspezialisten	48,9%
AIDA	Kreuzfahrtanbieter	62,6%	smava	Kreditmarktplätze	59,7%	L'Osteria	Full-Service-Gastronomie	55,7%	Blutgeschwister	Fashion: Damenmode	48,7%
Musterring	Möbelmarken	62,5%	Commerzbank	Filialbanken	59,6%	HARK	Kaminofenhersteller	55,7%	Rosetta Stone	Lernplattformen	48,6%
check24.de	Vergleichsportale	62,4%	Vitakraft	Tierfutter	59,6%	ils	Weiterbildungsanbieter	55,7%	Peek & Cloppenburg (Düsseldorf)	Fashion: Modehäuser	48,0%
Fritz Bergerer	Campingausstatter	62,2%	Town & Country Haus	Massivhausanbieter	59,6%	HSBC	Privatbanken	55,6%	UmweltBank	Nachhaltigkeitsbanken	47,9%
Singer	Nähmaschinen	62,2%	LASCANA	Fashion: Wäsche & Strümpfe	59,6%	SHELL	Tankstellen	55,6%	Getränke Hoffmann	Getränkemärkte	47,4%
Weleda	Kosmetikerhersteller	62,2%	Märklin	Modellbau & Fahrzeuge	59,6%	medisana	Elektronikgeräte für Gesundheit	55,5%	lieferando	Restaurant- & Pizza-Lieferdienste	47,2%
biohort	Gartenartikelhersteller	62,1%	Liifa	Tropfenfanbieter	59,5%	MagentaTV	TV- und Video-Streaming-Plattformen	55,3%	BACK-FACTORY	Bäckereien - SB	47,0%
apetito catering	Contract Caterer	62,0%	HAMMER Sport	Fitnessgerätehändler	59,3%	Hofmann Personal	Personaldienstleister	55,2%	fitbox	EMS-Studios	45,5%
TK - Die Techniker	Krankenkassen	62,0%	TEDI	Non-Food Discounter	59,3%	ROBINSON	Cluburlaub	55,0%	1AVista	Flusskreuzfahrten	43,4%
Deutsche Leibrenten	Immobilienverrentung	61,9%	ABC Design	Kinderwagen	59,3%	Motel One	Hotels - Budget	54,7%	KIK	Fashion: Discounter	43,2%
VELUX	Fenster, Türen, Tore	61,8%	ABC Design	Kinderwagen	59,3%	bafost	Lebensmittelieferdienste	54,6%	Baufi24	Fachanbieternier - Vermittler	42,6%
Consorsbank	Direktbanken	61,7%	SchwärrerHaus	Fertighausanbieter	59,3%	Peter Pane	Burger-Restaurants	54,6%	K&M Computer	Computer-Fachmärkte	42,2%
Reuter	Badausstatter	61,6%	volksversand.de	Versandapotheken	59,2%	HAWESKO	Weinhandlär	54,5%	Tinder	Single-Bärsen & Partnervermittlungen	42,0%
Lease a Bike	Dienstfahrrad-Leasing	61,6%	Apollo-Optik	Optiker	59,2%	Starbucks	Coffee-Shops	54,5%	Postbank Finanzberatung	Finanzvertriebe	41,2%
alpro	Alternative pflanzliche Lebensmittel	61,5%	DOUGLAS	Parfümerien	59,0%	junited AUTOGLAS	Autoglasreparatur	54,5%	Five Guys	Fast Casual Restaurants	39,3%
engelbert-strauss.de	Berufsbekleidung	61,4%	CHRIST	Schmuck	58,8%	baby-walz	Baby- und Kleinkindausstatter	54,5%	Free2move bisher SHARE NOW	Carsharing-Anbieter	37,7%

* Ein Brand Fascination Score (BFS, s. o.) von mindestens 53,9 ist Voraussetzung für einen Bronzerang, Silber beginnt bei 56,5, Gold bei 59,9. Es wurden insgesamt über eine Million Kundenurteile eingeholt.