Rat für Formgebung
German Design Council

PRESSEMELDUNG_____02–2016

Umfrage:
Männer und Frauen sind sich einig, Aldi am beliebtesten

Aldi, Lidl und Edeka für *German Brand Award* in der Wettbewerbskategorie „Best Brand in Retail“ nominiert

Zumindest wenn es um Supermärkte und Discounter geht, sind sich Männer und Frauen einig: Aldi ist für 27 Prozent der Deutschen die beliebteste Marke unter den Handelsketten. Nach ihren Lieblingsmarken in diesem Segment befragt, nannten 27 Prozent der Frauen und 26 Prozent der Männer die Marke der Albrecht-Brüder. Das ist das Ergebnis einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage unter 1016 Bundesbürgern im Auftrag des Rat für Formgebung im Rahmen der Vergabe des *German Brand Award*.

Konkurrent Lidl folgt auf dem zweiten Platz. Auch hier sind sich Mann und Frau mit jeweils 19 Prozent der Nennungen einig. Platz drei belegt die Edeka-Gruppe mit 18 Prozent, wobei Edeka bei den Frauen (22 Prozent) etwas beliebter ist als bei den Männern (14 Prozent). Zudem bezeichneten Befragte, in Ortschaften mit weniger als 20 000 Einwohnern, Edeka deutlich häufiger als ihre Lieblingsmarke (24 Prozent). Platz vier belegt Rewe (17 Prozent), gefolgt von Netto (9 Prozent), Kaufland (8 Prozent), dm (6 Prozent), Penny (5 Prozent), Real,- (3 Prozent) und Rossmann (2 Prozent).

Die Top 3 der meistgenannten Marken - Aldi, Lidl und Edeka - sind automatisch in der Wettbewerbskategorie „Best Brand in Retail“ des *German Brand Award* nominiert. Die Gewinner werden im Juni 2016 im Rahmen einer festlichen Gala in Berlin vorgestellt.

„Die Ergebnisse zeigen, dass Aldi in der Vergangenheit sehr viel richtig gemacht hat und die grundlegenden Regeln der Markenführung - Authentizität, Fokussierung und Kontinuität - berücksichtigt“, erklärt Andrej Kupetz, Mitinitiator des *German Brand Award* und Hauptgeschäftsführer des Rat für Formgebung.

„Veränderungen werden bei Aldi seit je her behutsam, mit Bedacht und stets mit Blick auf die DNA der Marke umgesetzt. Das neue Ladendesign des Aldi-Concept-Stores in Kirchseeon, kundenorientierte Serviceangebote, wie, Kaffee- und Rezeptautomaten, Kundentoiletten, elektronische Werbedisplays sowie verlängerte Öffnungszeiten sorgen für ein neues Einkaufserlebnis und geben einen Ausblick auf die künftige Ausrichtung der Marke Aldi“, fügt Dr. Saskia Diehl, Mitglied der *German Brand Award*-Jury und Geschäftsführerin der GMK Markenberatung, hinzu.

Für die Umfrage befragte das Marktforschungsinstitut Forsa insgesamt 1016 Bundesbürgern ab 14 Jahren telefonisch (CATI); offene Fragestellung und Mehrfachnennungen waren möglich.

Über den German Brand Award und den Rat für Formgebung

Der Rat für Formgebung hat mit dem *German Brand Award* einen Markenwettbewerb ins Leben gerufen, der wegweisende Marken, nachhaltige Markenkonzepte und Markenmacher prämiert. „Der *German Brand Award* ist der erste Wettbewerb, der alle Fachdisziplinen der modernen Markenführung abdeckt und damit der Komplexität des Markenmanagements sowie der elementaren Bedeutung der Marke für den Unternehmenserfolg gebührend Rechnung trägt“, erklärt Kupetz.

„Markenführung und Design sind zwei Disziplinen, die untrennbar miteinander verbunden sind und deren Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen in den letzten Jahren, über alle Branchen hinweg, stark an Bedeutung zugenommen hat. Deshalb ist der German Brand Award neben dem *German Design Award* und der jährlich erscheinenden Buchreihe ‚Die großen deutschen Marken‘ – deren Initiator, Stifter und Herausgeber der Rat für Formgebung ist – die logische Konsequenz, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit von marken- und designorientierten Unternehmen in Deutschland weiter zu stärken“, so Kupetz weiter.

Vergeben wird der *German Brand Award* in drei Wettbewerbsklassen:

1. Excellence in Branding mit den Kategorien: „Corporate Brand of the Year“, „Product Brand of the Year“, „Brand Innovation of the Year“, „Sustainable Brand of the Year“, „Newcomer Brand of the Year“ und dem Ehrenpreis „Brand Manager of the Year“.

2. In der Kategorie „Industry Excellence in Branding“ werden die besten Produkt- und Unternehmensmarken der 34 wichtigsten Branchen gewürdigt.
3. „Excellence in Brand Strategy, Management and Creation“ zeichnet die Besten der einzelnen Fachdisziplinen aus, wie zum Beispiel Brand Strategy, Employer Branding, Brand Behaviour, Brand Showrooms & Point of Sales, Brand Fairs & Events, Brand Apps, Brand Games, Brand Campaign, Brand Offer und Brand Service.

Wer ist in der Jury?

Am Wettbewerb können nur Unternehmen teilnehmen, die durch den Rat für Formgebung und seine Expertengremien für den German Brand Award 2016 nominiert wurden. Unternehmen sowie deren Beratungen und Agenturen haben aber die Möglichkeit, innerhalb der Bewerbungsphase ihre Marken und Kampagnen für eine Nominierung vorzuschlagen. Anmeldeschluss hierfür ist der 19. Februar 2016. Es besteht die Möglichkeit, eine Marke in mehreren Kategorien zum Wettbewerb einzureichen. Die Gewinner werden im Juni 2016 im Rahmen einer festlichen Gala in Berlin vorgestellt. Über die Vergabe des German Brand Award entscheidet eine unabhängige Jury aus Markenexperten unterschiedlicher Disziplinen, darunter:

- Richard Gaul, Kommunikationsberater
- Prof. Dr. Tobias Kollmann, Universität Duisburg-Essen
- Prof. Mike Richter, Hochschule Darmstadt
- Dr. Saskia Diehl, Geschäftsführerin GMK Markenberatung

– Günther Möller, Geschäftsführer hm+p Hermann, Moeller & Partner
– Prof. Dr. Simone Roth, Brand Academy Hamburg
– Christian Rummel, Head of Brand Management & Campaigning, Deutsche Bank
– Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer Rat für Formgebung

Termine

- Jurierung: 03. März 2016

- Veröffentlichung in der Galerie: Mai 2016

- Preisverleihung und Katalog: Juni 2016

Weitere Informationen zum German Brand Award, den Teilnahmebedingungen sowie den einzelnen Wettbewerbskategorien gibt es unter www.german-brand-award.com

Hintergrund

Für über 90 Prozent der Entscheider gilt die Marke als ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg und als Schlüssel zu wichtigen unternehmerischen Zielen, so das Ergebnis der Gemeinschaftsstudie „Deutschen Markenmonitor“ des Rat für Formgebung und der GMK Markenberatung. 73 Prozent der Markenexperten erwarten zudem einen weiteren Bedeutungszuwachs der strategischen Markenführung. Der *German Brand Award* wurde ins Leben gerufen, um die Bedeutung der Markenführung als entscheidenden Erfolgsfaktor von Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Mit dem German Brand Award vergibt der Rat für Formgebung eine einzigartige Auszeichnung für herausragende Markenführung.

Rat für Formgebung

Der Rat für Formgebung ist eine unabhängige und international agierende Institution, die Unternehmen darin unterstützt, Designkompetenz effizient zu kommunizieren, und die gleichzeitig darauf abzielt, das Designverständnis der breiten Öffentlichkeit zu stärken. Die Schwerpunkte seiner Tätigkeit liegen in den Bereichen der Marken- und Designbewertung, der strategischen Designberatung sowie der Designforschung und des Wissenstransfers. 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages vom Bundesverband der Deutschen Industrie und einigen führenden Unternehmen als Stiftung gegründet, setzt sich der Rat für Formgebung mit seinen Wettbewerben, Ausstellungen, Konferenzen, Seminaren und Publikationen für gutes Design ein. Dem Stifterkreis des Rats für Formgebung gehören aktuell über 220 in- und ausländische Unternehmen an, die mehr als 2 Millionen Mitarbeiter beschäftigen.

Rat für Formgebung
German Design Council

Pressekontakt

Torsten Lorenz
German Brand Award

T. 0151.70 88 22 20
presse@german-brand-award.com>
http://www.german-brand-award.com/