

Die Gewinner des German Brand Award 2020 stehen fest

Frankfurt am Main, 18. Juni 2020

Merck, Accenture, BVG, Wüstenrot, Provinzial Rheinland, Lime, Crosscamp, Comevis, Föll, Erlich Textil, Rebado und Kuechenspezialisten.de sind die großen Gewinner des German Brand Award 2020. »Brand Manager of the Year« ist Tina Müller, CEO bei Douglas.

Zum fünften Mal wurden die Gewinner des German Brand Award geehrt. Initiator des Marken-Awards ist der Rat für Formgebung, der 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet wurde. Mit dem German Brand Award zeichnen der Rat für Formgebung und das German Brand Institute erfolgreiche Marken, konsequente Markenführung sowie nachhaltige Kampagnen und Marketingprojekte aus.

Insgesamt zwölf Mal wurde die höchste Auszeichnung »Best of Best« vergeben, die branchenübergreifend herausragende Markenführung ehrt. Die Preisträger im Überblick:

- »Corporate Brand of the Year«: **Merck**
- »Employer Brand of the Year«: **Accenture**
- »Digital Brand of the Year«: **Berliner Verkehrsbetriebe** (BVG Jelbi – Harte Tür., Agentur Jung von Matt)
- »Brand Effect of the Year«: **Lime** (»Unlock Life«, Agentur Foundry Berlin)
- »Agency of the Year«: **Comevis** (Soundbranding Yello Strom)
- »Brand Experience of the Year«: **Provinzial Rheinland** (MeinZuhause und ich)
- »Lighthouse Project of the Year«: **Föll** (Beim Föll. Auf'm Schrottplatz, Agentur Sons)
- »Brand Strategy of the Year«: **Wüstenrot** (Wohnen heißt Wüstenrot)
- »Newcomer Brand of the Year«: **Rebado** (Rehau)
- »Product Brand of the Year«: **Crosscamp** (Erwin Hymer Group)
- »Service Brand of the Year«: **kuechenspezialisten.de** (DER KREIS)
- »Sustainable Brand of the Year«: **Erlich Textil**

Den Ehrenpreis »Brand Manager of the Year« vergab die Jury dieses Jahr an Tina Müller von Douglas.

»Tina Müller ist als moderne Führungspersönlichkeit so erfolgreich, weil sie nicht nur bereit ist, neue Dinge auszuprobieren und groß zu denken, sondern auch, weil für sie Agilität und zukunftsorientierte Denkansätze selbstverständlich und unabdingbar sind. Das hat sie bei Henkel und Opel bereits eindrucksvoll unter Beweis gestellt und seit zwei Jahren auch bei Douglas. Unter ihrer Führung hat die Traditionsmarke ein umfassendes Facelift erhalten, das tief in alte Werte eingriff. Doch ihr Mut wurde belohnt. Heute ist Douglas die Nr. 1 in Europa, eine Position, die weiter gefestigt und ausgebaut werden soll, genau wie der Online-Shop, der schon jetzt zu den führenden Online-Shops auf dem Markt gehört«, lautet die Begründung der Jury.

»Aus den Award-Einreichungen der letzten vier Jahre lassen sich zwei interessante Entwicklungen deutlich ablesen. Erstens: Unternehmen setzen zunehmend auf New Work und die Schaffung einer mitarbeiterzentrierten Unternehmenskultur, womit der bereits seit Langem zu beobachtende Wandel von einer produktorientierten zu einer kunden- und mitarbeiterzentrierten Markenführung immer deutlicher wird. Und zweitens ist auf Seiten der Unternehmen ein zunehmend besseres Verständnis der digitalen Kanäle und damit einhergehend eine verstärkte und konsistentere Nutzung digitaler Markenkontaktpunkte sowie die zunehmende Schaffung digitaler Markenerlebnisse zu beobachten«, erklärt Lutz Dietzold, Juryvorsitzender des German Brand Award und Geschäftsführer des Rat für Formgebung.

»Treiber dieser beiden Entwicklungen sind neben dem allgemein steigenden Bewusstsein für das Thema Marke und Markenführung unter anderem der Fachkräftemangel, die Digitalisierung sowie die beschleunigte Veränderung der Arbeitswelt«, so Dietzold weiter.

»Insgesamt lässt sich auch weiterhin – branchenübergreifend und unabhängig von der Unternehmensgröße – ein klarer Trend hin zu einer Professionalisierung der Markenarbeit feststellen, einhergehend mit einem tieferen Verständnis für die Bedeutung der Marke und mit der Einsicht in die Notwendigkeit einer kontinuierlichen und langfristig ausgerichteten Markenführung«, so Dietzold abschließend.

In der Kategorie »Excellent Brands« erhielten die besten Produkt- und Unternehmensmarken innerhalb einer Branche eine Auszeichnung. Die Besten in den einzelnen Fachdisziplinen wurden in der Klasse »Excellence in Brand Strategy and Creation« prämiert.

Informationen zu allen Preisträgern finden Sie unter www.german-brand-award.com/preistraeger.

Rat für Formgebung – der Initiator

Initiator des German Brand Award ist der Rat für Formgebung, der 1953 vom Deutschen Bundestag ins Leben gerufen und vom Bundesverband der Deutschen Industrie gestiftet wurde. Seit über 60 Jahren verfolgt die Stiftung das Ziel, international die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu fördern.

German Brand Institute – der Auslober

Ziel des German Brand Institute ist es, die Bedeutung der Marke als entscheidenden Erfolgsfaktor von Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Mit dem German Brand Award vergibt die Stiftung eine einzigartige Auszeichnung für herausragende Markenführung. Initiiert wurde das German Brand Institute durch den Rat für Formgebung und die GMK Markenberatung. Vor über 60 Jahren auf Antrag des Bundestages gegründet, repräsentiert der Rat für Formgebung heute das internationale Design- und Markengeschehen in Deutschland und unterstützt die Wirtschaft in allen Design- und Markenfragen – kompetent und nachhaltig. Mit dem Deutschen Markenmonitor und dem German Brand Institute unterstreichen der Rat für Formgebung und die GMK Markenberatung ihr Engagement für die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Marken.

Hintergrund

Die Bedeutung der Marke ist seit Langem bekannt, ihre Macht bis heute ungebrochen – und sie steigt mit zunehmender Digitalisierung. Das zeigt auch der »Deutsche Markenmonitor 2019/2020«: Für mehr als 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 des Rat für Formgebung und der GMK Markenberatung. 73 Prozent der Markenexperten erwarten zudem einen weiteren Bedeutungszuwachs bei der strategischen Markenführung.

Allerdings werden der Aufwand sowie die Kosten für Marke und Markenführung häufig falsch eingeschätzt und stehen gerade bei mittelständischen Unternehmen nicht selten in der Kritik beziehungsweise auf dem Prüfstand. Nicht die Größe des jährlich zur Verfügung stehenden Etats ist entscheidend, sondern die Konsequenz, mit der eine Marke kontinuierlich und langfristig geführt wird, und dass die zur Verfügung stehenden Mittel zielgerecht eingesetzt werden. Mit dem German Brand Award möchte der Rat für Formgebung Unternehmen und ihrer Markenarbeit ein exklusives Forum bieten und zum Wissens- und Erfahrungsaustausch in Sachen erfolgreiche und praxisorientierte

Markenführung beitragen.

- Mehr über den German Brand Award: www.german-brand-award.com
- Mehr über den Rat für Formgebung: www.german-design-council.de

Kontakt

Rat für Formgebung

Janine Wunder, Bereichsleiterin Kommunikation und Marketing

Tel +49 (0) 69 24 74 48 699

E-Mail: presse@german-design-council.de

www.german-design-council.de