



Die Gewinner des German Brand Award 2018 stehen fest

Frankfurt am Main, 22. Juni 2018

Accenture, Bilfinger, Biobiene, DFL Deutsche Fußball Liga, Famigros, Lufthansa AG, MediaMarkt, Schwarzkopf SalonLab, Stenz Beard Care und ZF sind die großen Gewinner. »Brand Manager of the Year« ist Dr. Antje von Dewitz, Geschäftsführerin VAUDE.

Zum dritten Mal wurden gestern Abend, am 21. Juni 2018, im Rahmen einer feierlichen Gala im Deutschen Historischen Museum in Berlin die Preisträger des German Brand Award geehrt. Mehr als 600 geladene Gäste aus Wirtschaft, Kultur und Medien folgten der exklusiven Einladung.

Mit dem German Brand Award zeichnen der Rat für Formgebung und das German Brand Institute erfolgreiche Marken, konsequente Markenführung und nachhaltige Markenkommunikation aus.

In der Königsklasse »Excellence in Branding«, die branchenübergreifend herausragende Markenführung auszeichnet, wurden zehn Preise mit der höchsten Auszeichnung »Best of Best« sowie der Ehrenpreis »Brand Manager of the Year« vergeben.

Die Best-of-Best-Preisträger im Überblick:

Brand Innovation of the Year: Media Markt (Agentur: Schwitzke GmbH)

Brand Extension of the Year: Famigros (Agentur: Process AG)

Corporate Brand of the Year: Lufthansa AG (Agentur: Martin et Karczinski)

Digital Brand of the Year: DFL Deutsche Fußball Liga (Agentur: DFL Digital Sports)

Digital Transformation of the Year: ZF (Agentur: Jung von Matt/brand Identity, Zürich)

Employer Brand of the Year: Accenture

Newcomer Brand of the Year: STENZ – Beard Care

Product Brand of the Year: Schwarzkopf SalonLab (Henkel AG)

Service Brand of the Year: Bilfinger SE

Sustainable Brand of the Year: Biobiene

Den Ehrenpreis »Brand Manager of the Year« vergab die Jury dieses Jahr an Dr. Antje von Dewitz, VAUDE. »Dr. Antje von Dewitz hat es nicht nur geschafft, das Familienunternehmen VAUDE zu einer starken, wettbewerbsfähigen Marke konsequent weiterzuentwickeln, sondern diese auch glaubwürdig und wahrhaftig mit dem Aspekt

der Nachhaltigkeit zu verbinden. Und das überaus erfolgreich und in jeder Hinsicht authentisch«, lautet die Begründung der Jury.

»Immer mehr Unternehmen – das zeigt sich auch sehr deutlich an den Einreichungen der letzten drei Jahre für den German Brand Award – treiben die Digitalisierung ihrer Marken auf allen Ebenen konsequent voran und arbeiten gezielt an der Verbesserung der User Experience. Dabei setzen sie insbesondere – nicht allein mit Blick auf die neuen digitalen Möglichkeiten – zunehmend auf kundenzentriertes Produkt- und Service-Design als strategischen Erfolgsfaktor. Erfreulich dabei ist außerdem, dass dieser Trend nicht nur bei B2C- sondern auch bei immer mehr B2B-Unternehmen zu beobachten ist«, erklärt Andrej Kupetz, Juryvorsitzender des German Brand Award und Hauptgeschäftsführer des Rat für Formgebung.

»Insgesamt lässt sich ein klarer Trend hin zu einer Professionalisierung der Markenarbeit feststellen; einhergehend mit einem tieferen Verständnis für die Bedeutung der Marke und der Einsicht in die Notwendigkeit einer kontinuierlichen und langfristig ausgerichteten Markenführung«, so Kupetz abschließend.

In der Kategorie »Industry Excellence in Branding« 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, Management and Creation« prämiert (Informationen zu allen Preisträgern finden Sie unter www.german-brand-award.com/preistraeger, Bildmaterial zu den Best-of-Best-Preisträgern unter http://bit.ly/GBA_presse).

Rat für Formgebung – der Initiator

Der Rat für Formgebung zählt zu den weltweit führenden Kompetenzzentren für Kommunikation und Wissenstransfer im Bereich Design. Seinem Stifterkreis gehören aktuell mehr als 300 Unternehmen an. Der Rat für Formgebung wurde 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages gegründet, um die Designkompetenz der deutschen Wirtschaft zu stärken. Seine vielseitigen Aktivitäten verfolgen ein Ziel: die nachhaltige Steigerung des Markenwerts durch den strategischen Einsatz von Design zu kommunizieren.

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. 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 2017/2018«: 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 der strategischen Markenführung.

Allerdings werden der Aufwand und 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 letzten Endes entscheidend, sondern die Konsequenz, mit der eine Marke kontinuierlich und langfristig geführt und aufgebaut wird, und dass die zur Verfügung stehenden Mittel zielgerecht eingesetzt werden. Mit dem German Brand Award möchte der Rat für Formgebung Unternehmen und deren Markenarbeit ein exklusives Forum bieten und zum Wissens- und Erfahrungsaustausch in Sachen erfolgreicher und praxisorientierter 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 74 74 86 0

Fax +49 (0) 69 74 74 86 19

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

www.german-design-council.de