

2023/2024 Superbrands GERMANY



Was ist eine „Superbrand“?

Eine Superbrand ist eine Marke mit hohem Ansehen und Marktwert, die selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten durch Qualität, Beständigkeit und Kundentreue überzeugt. Es ist ein Produkt oder Unternehmen, das unverwechselbar und gleichermaßen den Inbegriff der Qualität einer Leistung oder eines ganzen Produkt-Bereichs reflektiert und damit sowohl im Bewusstsein der Verbraucher als auch der Wirtschaft über Jahre und Jahrzehnte (manche sogar über Jahrhunderte) eine herausragende Stellung einnimmt.

Eine Superbrand bietet ein so hohes Maß an Qualität, ist so anziehend und vertrauenswürdig, dass sie Gefühle der Zuneigung und Loyalität hervorruft, was sich u.a. in einer signifikant höheren Weiterempfehlungsrates ausdrückt (NPS). Eine Loyalität, die sich auch kaufmännisch im besten Sinne „bezahlt“ macht, da Verbraucher bereit sind, im Einkauf gezielt nach ihr zu suchen, selbst wenn dafür ein höherer Preis bezahlt werden muss oder andere Marken ein vergleichbares Leistungs-Profil zum gleichen Preis haben.

Wesentlicher Erfolgsfaktor einer Superbrand ist der Sinn und Zweck (neudeutsch „Purpose“) der Marke bzw. des Unternehmens. Denn viele erwarten eine klare Antwort auf ihre Frage nach dem normativ-ethischen Fundament der Marke. Eine Superbrand braucht den Leistungsbeweis – ohne Leistungsbeweis keine Differenzierung und damit keine Superbrand. Differenzierung bedeutet „Unterscheidbarkeit“ vom Wettbewerb; insgesamt und im jeweiligen Markt. Formuliert in der Marken-Kompetenz und Marken-Idee für alle Stakeholder-Gruppen. Das ist – wenn man so will – der „Sinn“ für eine erfolgreiche Unternehmens- und Markenführung. „Nachhaltigkeit“ gehört dazu, führt aber nicht automatisch zu „Unterscheidbarkeit“. Ganz im Gegenteil. Es kann auch zu höherer „Gleichmacherei“ und „Austauschbarkeit“ führen. „Green Washing“ ist hier nur ein Stichwort.

Superbrands®

ist eine unabhängige, weltweite Organisation mit Hauptsitz in London. Seit über 29 Jahren ehrt und zeichnet Superbrands in nunmehr über 90 Ländern die besten und stärksten Produkt- bzw. Unternehmensmarken aus. Dabei geht es primär nicht um ein „Ranking“ der Marken, sondern vielmehr darum, die herausragenden Marken des jeweiligen Landes (in der Regel die TOP 100), deren Errungenschaften und Leistungen in einzigartiger Form hervorzuheben und zu ehren. Die Organisation genießt weltweit höchstes Ansehen und ist Herausgeber der einzigartigen Dokumentationen bzw. Präsentationen der stärksten Marken des jeweiligen Landes in Form eines exklusiven, großformatigen Bildbandes. Durch die globale Tätigkeit der Organisation fördert die Erlangung des Superbrand-Status´ den nationalen – wie internationalen – Imagewert des so geehrten Unternehmens bzw. Produkts in einzigartiger Weise. Die Zusammenarbeit mit herausragenden Medien-Partnern gewährleistet eine hohe Aufmerksamkeit im B2B- und B2C-Bereich.

2023 / 2024 führt Superbrands International das Verfahren bereits zum zwanzigsten Mal in Deutschland durch und freut sich, im Rahmen einer Gala im Frühjahr 2024 die Awarded Superbrands Germany 2023 / 2024 zu ehren sowie das exklusive Buch der stärksten Marken Deutschlands zu veröffentlichen.

Verfahrensweise

Unabhängige Wirtschaftsfachleute der Superbrands-Organisation nominieren – in Zusammenarbeit mit internationalen Marktforschungsinstituten – in einem sensiblen Vorselektions-Verfahren die herausragenden Produkt- und Unternehmensmarken eines Landes, welche dann von einer hochrangigen, unabhängigen Jury bewertet werden.

Die Bewertungskriterien schließen ein: Markendominanz, Kundenbindung, Goodwill sowie Langlebigkeit, gesamte Markenakzeptanz und Nachhaltigkeit. Von über 1.300 Nominierten erhalten nur jene die Teilnahmemöglichkeit, die in der Bewertung der Jury eine herausragende Platzierung einnehmen (in der Regel die TOP 100 des Landes).

Ihr Superbrands Germany-Team:



**Mag. András
Wiszkidenszky**
Regional Director
Superbrands CE



Norbert R. Lux
Member of the Board
Superbrands Germany



Susanne Vaska
Key Account Manager
Superbrands Germany

BRAND COUNCIL GERMANY

Die Jury der Superbrands Germany 2023 / 2024

Die weltweite Organisation Superbrands ist stolz auf weitreichende Kooperationen mit hochrangigen und höchst kompetenten Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Medien sowie von Agenturen und Universitäten. Ohne die nationalen Jurys wäre eine unabhängige Bewertung und Wahl zu den Superbrands des jeweiligen Landes nicht denkbar. Nur mit ihrer Hilfe ist gewährleistet, dass nach einem sensiblen Bewertungsverfahren wirklich nur die Besten als Superbrands ausgezeichnet werden.

Gerne stellen wir Ihnen die Jury-Mitglieder der Superbrands Germany 2023 / 2024 vor.



Jennifer Andree
CEO
Zenithmedia

Jennifer Andree hat mehr als 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Mediaplanung & -strategie, internationale Koordination sowie digitales Marketing – sowohl auf lokaler, als auch regionaler Ebene. In ihrer Karriere verantwortete Sie u.a. Kunden wie LVMH, Euroving, OBI, Lindt, DPDHL, Nomad, Disney, Storck, u.v.m.

Jennifer ist studierte Volkswirtin und hat einen M.A. in Economics der California State University. Sie startete ihre Karriere bei Zenith, wechselte dann innerhalb der Gruppe zur spezialisierten Performance-Marketing-Agentur Performics und leitete sowohl das SEA-Geschäft in Deutschland als auch das digital Business für alle regionalen Kunden in MENA, in Dubai. Nach 5 Jahren im digitalen Marketing kehrte sie zur Zenith zurück. Als CEO der Agentur setzt sie ihr digitales Verständnis für Kommunikationsstrategien ein, um Kunden bei der Steigerung ihres Markenerfolgs zu unterstützen.

2019 – 2022 war Jennifer Teil der Jury des „deutschen Mediapreises“ und 2023 zum ersten Mal in der Jury der Superbrands.



Rainer K. Barth
Geschäftsführender Inhaber
DIE PREUSSEN-
THE BRAND CONSULTANTS

Rainer K. Barth gründete 2009 die Unternehmensberatung „Die Preussen-The Brand Consultants“. Der Diplom-Ingenieur war davor 25 Jahre bei GreyWorldwide – bis 2009 als Managing Director. „Die Preussen-“ sind Top-Management Consulting-Partner. Mit nachweisbaren Erfolgen in der zielgerichteten Innovierung der Vermarktungsleistung von Unternehmen und Marken. Lieblings-Leitsatz von Barth: „Marke ist kein Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck – und dieser „Zweck“ ist die Erreichung eines kaufmännischen Ziels“. Seine Klienten bezeichnen ihn gerne als „Spezialist“ im erfolgreichen Führen von Marken und schätzen die Mischung aus strategischem Denken und kreativem Gespür. Er selbst sagt: „Das Meiste habe ich im Laufe der Jahre von meinen Kunden gelernt“. Darunter zahlreiche Marktführer, Marketing-Preisträger, EFFIE-Gewinner, ADC-Preisträger, Marken-Award Gewinner. Wie z.B. Henkel, Persil, Melitta, Brandt, E.ON, Odol, Würth, Handelsblatt, O₂.

Rainer K. Barth ist nun bereits zum neunten Mal Jury-Mitglied.



Prof. Dr. Carsten Baumgarth
Professur für Marketing
Hochschule für Wirtschaft
und Recht, Berlin

Carsten Baumgarth ist seit 2010 Professor für Marketing, insbesondere Markenführung an der HWR Berlin. Er hat mittlerweile rund 400 Publikationen mit den Schwerpunkten Markenallianzen, B-to-B-Marken, Kulturmarken, Kunst & Marke, Markencontrolling und CSR-Marken publiziert.

2014 erschien die 4. Auflage des Standardlehrbuchs Markenpolitik. 2018 ist die 2. Auflage des Herausgeberwerkes B-to-B-Markenführung im renommierten SpringerGabler-Verlag erschienen. Seine Forschungen sind mehrfach mit Best-Paper-Awards ausgezeichnet worden. Darüber hinaus ist er Gründer und Beiratsvorsitzender von Baumgarth & Baumgarth – Brandconsulting, einer auf B-to-B-Marken spezialisierten Markenberatung.

Carsten Baumgarth ist nach 2014, 2016, 2018 und 2020 nun zum fünften Mal Jury-Mitglied der Superbrands Germany.



Benjamin Becker
Managing Partner
Business Development
Omnicom Media Group Germany

Benjamin Becker ist seit 10 Jahren für die Omnicom Media Group Germany tätig. Aktuell ist er Managing Partner, ppa. Business Development. Er verantwortet das Neugeschäft der Gruppe, die Unternehmenskommunikation und Marketing sowie das Identifizieren & Treiben neuer Geschäftsfelder. Vor kurzem feierten er und sein Team die 50. Folge des haus-eigenen Podcasts „Let's Make Lemonade“.

Als Host ist Benjamin besonders glücklich, dass er zeitweise unter den Top 10 bei Spotify Business & Technologie rangierte. Seit 2 Jahren ist Benjamin Vorstand für Produkt & Strategie im Marketing Club Düsseldorf. Vor seiner Zeit in der Marketing- und Media-welt arbeitete Benjamin rund 10 Jahre in der Managementberatung, u.a. in Frankfurt und München.

Benjamin ist verheiratet, Vater von 2 Söhnen, lebt in Düsseldorf und ist begeisterter Tennisspieler und Sportfan.



Helmut Fleischer
Geschäftsführender Inhaber
Helmut Fleischer Consulting
GmbH

Helmut Fleischer hat 1985 mit der Gründung der H.F. & P. – Agentur für Kommunikation eine der ersten deutschen Agenturen an den Start gebracht, die sich integrierte Kommunikation auf die Fahne schrieben.

Seit 1999 ist er Geschäftsführender Gesellschafter von HFC. Kampagnen wie „Jugend musiziert“, „Unser Bahnhof hat's in sich!“ oder Initiativen wie „Aktion Saubere Landschaft“, „Gegen Gewalt an Schulen“, „Für Weltoffenheit und Toleranz“, „Fairplay“, „ZNS – Hannelore Kohl Stiftung“, „Aktionsbündnis Prävention“, „Deutschland bewegt sich!“ entstanden unter seiner Federführung. Er hat Marken wie BARMER, Coca-Cola, Galea Kaufhof, NEC, Nissan, Philip Morris, RWE, Sparkassen, Hermes und die Bundesagentur für Arbeit sowie zahlreiche Organisationen, Verbände und Ministerien (u.a. Bundesentwicklungsministerium) begleitet. Im Bereich Gesundheit und Nachhaltigkeit gehört HFC zu den „Superbrands“. Seit 2022 ist Helmut Fleischer Kommunikationsberater der UNIDO. Helmut Fleischer ist nun bereits zum achten Mal Jury-Mitglied.



Tobias Gröber
Executive Director Business Unit
Consumer Goods - Director ISPO
Group, Messe München GmbH

Tobias Gröber ist seit 2004 Geschäftsbereichsleiter des Geschäftsbereichs Konsumgüter der Messe München. In dieser Funktion ist er für die Marken ISPO, INHORGENTA und IAA Mobility zuständig.

Gröber trat 1997 in das Unternehmen ein. Seit 2004 ist er Vorsitzender der gemeinnützigen Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie – SDBI zur Förderung des Fashion-Design Nachwuchses.

Gröber hat Diplom Sport-Oekonomie (Sportmarketing & Sportmanagement) an der Universität Bayreuth studiert, wo er aktuell Vorsitzender des Wirtschaftlichen Beirats des Studiengangs ist. Tobias Gröber ist verheiratet und hat zwei Kinder. Er ist leidenschaftlicher Sportler und betreibt hauptsächlich Laufen, Fitness, Snowboarden und Skifahren.



Dr. Sabine Köhler
Strategische
Unternehmensentwicklung/
Sponsoring & Fundraising/ CSR

Dr. Sabine Köhler ist leidenschaftliche Unternehmerin und hat sich auf die Bereiche strategische Unternehmensentwicklung, Sponsoring & Fundraising spezialisiert. Als promovierte Klimaforscherin entwickelt sie darüber hinaus interdisziplinäre Konzepte für glaubwürdige CSR-Strategien.

Sie ist Gründungsmitglied des Fachverbands für Sponsoring- und Sonderwerbeformen in Hamburg, wo sie gemeinsam mit ihren Vorstandskollegen u.a. die Ethik-Richtlinien für den Bereich Social- und Kultursponsoring entwickelte. Ihrem Engagement ist es zu verdanken, dass die Paralympics in Deutschland hohe gesellschaftliche und mediale Anerkennung erfahren haben.

Die Erfolge ihrer Kundenprojekte führt sie auf die passgenaue Strategie-Entwicklung zurück, deren Zielsetzung darin besteht, eine Allianz der Stärke als Win-Win für alle Stakeholder zu schaffen. Durch die Akquisition der Key-Accounts und Netzwerkpartner, ist der Proof of Concept garantiert.



Stefan Kuhlmann
Executive Director
SALES Germany,
Dun & Bradstreet Deutschland

Stefan Kuhlmann ist seit Januar 2018 Executive Director Sales bei Dun & Bradstreet Deutschland. Er hält einen Master in Media Management der Steinbeis-Hochschule in Berlin und startete seine Laufbahn bei SevenOne Media in München als National Key Account Manager.

Seine namhaften Karrierestationen in 20 Jahren Berufserfahrung reichten von Axel Springer über Microsoft Advertising und eBay Ltd. in verschiedenen leitenden Positionen im Sales.

Seit Anfang 2016 war er als Managing Director DACH bei Exponential Interactive Germany tätig.



Prof. Dr. Paul Lange
Rechtsanwalt / Honorarprofessor
Partner der Kanzlei
Siebecke Lange Wilbert

Rechtsanwalt Prof. Dr. Paul Lange ist Seniorpartner von Siebecke, Lange, Wilbert, Düsseldorf, einer der führenden Spezialkanzleien auf dem Gebiete des nationalen und internationalen Marken- und Kennzeichenrechts. Schwerpunkt ist dabei die Beratung in markenrechtlichen Fragen, die internationale Absicherung des Goodwills von Unternehmen, die strategische Optimierung des Markenauftritts und die Prozessführung.

Er ist Autor des Standardwerkes zum deutschen und europäischen Kennzeichenrecht – „Marken- und Kennzeichenrecht“. Ferner ist er Herausgeber und Mitautor des von 22 namhaften Autoren verfassten Werkes „Internationales Handbuch des Marken- und Kennzeichenrechts“, 2009. Dieses Werk vermittelt einen detaillierten Überblick über das Zeichenrecht von 14 wichtigen Industriestaaten, des Zeichenmarketings und der Zeichenbewertung. In englisch erschienen unter dem Titel: „International Trade Mark and Signs Protection: A Handbook“, 2010.

Prof. Dr. Paul Lange ist seit 2000 Honorarprofessor im gewerblichen Rechtsschutz.

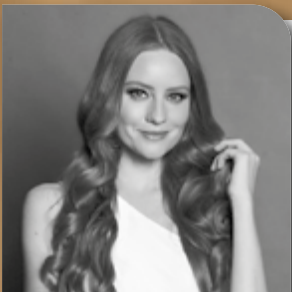


Felicitas Lentz
Geschäftsführerin
The Observatory International

Fast 15 Jahre kann Felicitas auf eine Vielzahl nationaler und internationaler Kundenprojekte zurückblicken. 2015 startete sie bei The Observatory International, eine globale Managementberatung, spezialisiert auf die Optimierung von Marketingressourcen, und berät und begleitet werbetreibende Unternehmen u.a. bei der Suche und Auswahl von Agenturen sowie bei der Entwicklung von Agenturmodellen, zeitgemäßen Agenturvergütungssystemen sowie Performance Monitoring.

Das Jahr 2018 war in vielerlei Hinsicht für Felicitas bedeutsam:

Sie wurde Mutter ihrer nun fünfjährigen Tochter und in die Geschäftsführung von The Observatory International, Hamburg berufen.



Barbara Meier
Model
und SchauspielerIn

Barbara Meier ist seit 2007 national und international als Model und SchauspielerIn sehr erfolgreich. Sie war auf Laufstegen in Berlin, Paris, New York, L.A. und Rom zu sehen und zierte zahlreiche Titelseiten.

Anfang 2016 erschien Barbara Meiers Buch „Mein Weg zum Glücksgewicht“.

Seit 2017 ist sie Fair-Fashion-Botschafterin des Bundesministeriums für Entwicklung und setzt - sich zusammen mit dem WWF - seit vielen Jahren gegen Plastikmüll in den Weltmeeren ein. Sie reiste auch mit dem ehemaligen Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller nach Afrika und Asien, um auf nötige faire Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie aufmerksam zu machen. Gemeinsam führten sie auch das Gütesiegel für nachhaltig hergestellte Textilien, den "Grünen Knopf" ein. 2022 übernahm Barbara Meier zudem die Aufgabe der Ehrenbeauftragten von UNICEF Österreich.



Bastian Mingers
Koelnmesse
Vice President
Trade Fair Management

Bastian Mingers ist mittlerweile seit über 12 Jahren in der Messebranche aktiv. Seit Juni 2022 verantwortet er als Geschäftsbereichsleiter den Geschäftsbereich Messemanagement 1 (Food). Zuvor leitete er das New Business Development der Messe Düsseldorf GmbH und die ProWein, die weltweit größte Wein und Spirituosen Messe mit ihren internationalen Ablegern.

Die unterschiedlichsten Märkte, Branchen und die internationale Markenvielfalt sind seine professionelle Passion.

Als Messespezialist bereitet er aktiv die richtigen Plattformen für Marktteilnehmer aus aller Welt, um ihre Marken zu präsentieren.



Dieter Münch
ehem. Mitglied der
Geschäftsleitung
und CMO der WÜRTH GROUP

Dieter Münch war von 1978 bis 2021 im Würth Konzern beschäftigt. Seit 1987 verantwortlich für den Bereich Marketing/Werbung (national und international) und seit 1992 Mitglied der Geschäftsleitung. Zudem leitete er von 2011 bis 2015 als Geschäftsführer die Umstrukturierung der Würth Interwerbung – ein klassischer Werbeartikelanbieter. 2015 wurde ihm zusätzlich die Verantwortung für den Bereich Fuhrpark national und international übertragen.

Seit Sommer 2021 ist Dieter Münch Präsidiumsmitglied von Special Olympics Deutschland sowie Mitglied des Organisationskomitees für die Wetspiele 2023 in Berlin.

In seinem Geburts- und Wohnort übernahm er das Ehrenamt des Vorsitzenden des Heimat- und Kulturvereins e.V.



Robert Perl
Managing Partner
IMPACT IRC

Robert Perl leitet als Managing Partner die im Jahr 2009 von ihm gegründete Markenberatung IMPACT IRC und arbeitet im Dienst namhafter Unternehmen für die Sicherstellung einer zukunftsweisenden und ganzheitlichen Markenführung.

Seit Anfang der 90er Jahre beschäftigt sich der ausgebildete Dipl. Kaufmann mit strategischer Markenführung, vor der Gründung der IMPACT IRC zuletzt langjährig als Managing Director und Member of the Executive Board einer Markenberatung aus der WPP-Family.

Netzwerkunabhängig kümmert er sich um die Entwicklung und Umsetzung von Markt-/Markenstrategien, Marketingmaßnahmen und controlling. Dabei unterstützt er seine Kunden auch bei der Auswahl geeigneter Agenturpartner.

Die verbleibende freie Zeit widmet er seiner Familie, der Natur und den entlegensten Orten dieser Welt.



Christoph Pietsch
Chief Growth Officer
PUBLICIS GROUPE GERMANY

Christoph Pietsch ist seit 2020 Teil des Boards der Agenturgruppe Publicis Groupe Germany. Als Chief Growth Officer verantwortet die Unternehmensbereiche Groupe Marketing, Business Development und Corporate Communications in Deutschland. Pietsch begann seine Karriere 2006 bei GREY. Nach kaufmännischer Ausbildung folgen der Berufseinstieg und das parallele Studium im Kontext des Talent-Programms für zukünftige Führungskräfte.

Mit 29 Jahren wird er zum jüngsten CMO einer Network-Agentur in Deutschland berufen. Pietsch engagiert sich auch in diversen Gremien der Marketing-, Kultur-, Kreativwirtschaft und gründet die Plattform „Creative Hive“ für Kreative und Unternehmerinnen in Europa. Für sein unkonventionelles Vermarktungsverständnis wurde er in den vergangenen Jahren mehrfach ausgezeichnet. 2019, 2020 und 2021 werden seine Agenturen von den Fachmedien V&V, New Business und HORIZONT zur „Agentur des Jahres“ bzw. den „Persönlichkeiten des Jahres“ ausgezeichnet. Außerdem wählen die Capital und Business Punkt Pietsch in die „Junge Elite - TOP 40 unter 40 und Top 100“.



Robert Pölzer
Chefredakteur
BUNTE

Robert Pölzer studierte Kommunikationswissenschaft und startete seine berufliche Laufbahn als Reporter bei „BILD-München“

Mit 27 Jahren übernahm er seine erste Leitungsfunktion, als stv. Chefredakteur von „Echo der Frau“ (1988-1991). Es folgten Stationen als Textchef bei Super Illu (1991-1993), als Chefredakteur von „Neue Revue“ (1994-1999), als Fotochef von „Bild am Sonntag“ (1999-2000) und als stellvertretender Chefredakteur von „Bild“ und „Bild am Sonntag“ (2001-2003).

Robert Pölzer ist seit 2003 bei Burda und war von 2003 bis 2007 Chefredakteur von Neue Woche. Seit Juli 2016 ist er Chefredakteur von BUNTE, nachdem er zuvor die Chefredakteur-Position bei der Freizeit Revue, Freizeit Spass und Freizeit Exklusiv innehatte.

Robert Pölzer ist Träger des LeadAwards 2018 „Blattmacher des Jahres“ und bereits zum zweiten Mal in der Jury der Superbrands Germany.



Lisa Robben
Chief Operating Officer
Saatchi & Saatchi

Lisa startete 2009 ihre Karriere bei einem Spin-off von Roland Berger als Junior Consultant und wechselte im Anschluss 2011 zu Deloitte, für die sie 10 Jahre tätig war. Sie entwickelte sich zur Expertin für Change Management & Kommunikation. Durch vielzählige Projekte entwickelte sie ein Gespür für die Nutzung von Designformaten im Projektkontext & dafür, wie diese zur Überzeugung der Stakeholder und zum Projekterfolg beitragen.

Ab 2020 übernahm sie die Führung für das Brand Development & Communication Team. Dort entwickelte sie für Kunden Kommunikations- und Marketingkonzepte, steuerte die Kreativteams und stellte einen reibungslosen Produktionsprozess sicher. Im Dezember 2021 wechselte Lisa zu Publicis Groupe, wo sie als COO die beiden Marken Leo Burnett und Saatchi & Saatchi verantwortet. In dieser Rolle kümmert sie sich sowohl um Prozesse und Strukturen als auch um Themen wie Hybrid Working und die Agenturkultur.



Elke Schneiderbanger
Geschäftsführerin
ARD MEDIA GmbH

Elke Schneiderbanger begann ihre journalistische Laufbahn beim „Obermain Tagblatt Lichtenfels“, bevor sie zum Radio wechselte. Nach verschiedenen Stationen bei der Neuen Welle Bamberg, der Neuen Welle Franken, Charivari Nürnberg und Antenne Bayern, wo Schneiderbanger seit 1992 als Chefredakteurin und Stellvertretende Programmdirektorin tätig war, wechselte sie 1990 zum Fernsehen. Bei Sat.1 moderierte sie „Wir in Bayern“ und „Zauber der Berge“, im Bayerischen Fernsehen war sie moderierende Redakteurin beim „Rundschau Magazin“. 1993 moderierte Schneiderbanger „Zur Sache, Kanzler“ auf Sat.1 und die erste politische Call-in-Talkshow „aSO“. 1995 wechselte sie zum ZDF, wo sie die Moderation der Unterhaltungssendung „Wunder-Bar“ zugunsten der Aktion Sorgenkind übernahm und das Magazin „Welt der Mode“ moderierte. Von 1996 bis 2010 leitete sie radio NRW in Oberhausen als Geschäftsführerin und Programmdirektorin.

Seit 2010 ist Elke Schneiderbanger Geschäftsführerin der ARD MEDIA GmbH.



Dietrich Schulze van Loon
Senior Partner ORCA van Loon

Schulze van Loon begann seine Laufbahn nach dem Studium der BWL bei IP INFORMATIONEN/PR und Dr. Reiner Schulze van Loon Wirtschaftswerbung in Hamburg. 1988 kaufte er die Unternehmen und wurde alleiniger Inhaber.

1990 beteiligte sich Euro RSCG International Communications, die SvL im Jahr 1994 zum Chairman und CEO in Deutschland und Member of the European Board ernannten. Von 1996 bis 2002 war SvL Managing Partner bei European Communications Consultants (ECC). Ende 2002 gründete SvL seine eigene Beratungsgesellschaft, die heute als ORCA van LOON Communications integraler Bestandteil der partnergeführten ORCA-Gruppe ist. Von 1996 bis 2002 war SvL Delegierter der GPRA im Deutschen Rat für Public Relations. Von 2005 bis 2009 Präsident der GPRA, deren Ehrenpräsident er seit 2010 ist. Als Lehrbeauftragter für Krisenkommunikation an der Uni Leipzig gibt SvL seine Expertise im Bereich Krisen- und Changekommunikation an den universitären Nachwuchs seit 2009 weiter. Dietrich Schulze van Loon war bereits 2007, 2014, 2016 und 2018 Jury-Mitglied.



Manfred Spaltenberger
Vorstandsmitglied
Deutsches Institut für Erfindungswesen e.V.

Itenberger (Deutsches Institut für Erfindungswesen e.V.) ist seit über 35 Jahren unternehmerisch, selbstständig tätig und Gründer und Eigentümer mehrerer Firmen.

In dieser Zeit Mitentwickler verschiedener Innovationen aus den Bereichen Wasser, Energie und Automotive. Im Jahre 2011 erhielt er den Energy Globe Award national für die elektrokinetische Desintegration von Schlammern. Er engagiert sich für die Förderung des Erfindungswesens und der Innovationskultur, berät Gründer und Startups in den Bereichen Patente und Marken.

Seit 2010 ist er Mitglied des Vorstandes im Deutschen Institut für Erfindungswesen e.V.. Das Institut verleiht jährlich den ältesten Innovationspreis: Die Rudolf Diesel Medaille.



Edith Stier-Thompson
Geschäftsführerin
news aktuell GmbH

Edith Stier-Thompson wechselte 1999 von der Nachrichtenagentur AP zur dpa-Gruppe. Von 2002 an leitete sie den Vertrieb der dpa-Picture Alliance GmbH, 2007 wurde sie zur Geschäftsführerin des dpa-Tochterunternehmens berufen.

Für die Interessen der Pressefotobranche tritt sie auch ehrenamtlich ein: In den Jahren 2010 bis 2013 stand sie als Vorstandsvorsitzende an der Spitze des Bundesverbandes der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BvPA), von 2013 bis 2015 war sie Vizepräsidentin des europäischen Branchenverbandes Cepic. Seit September 2014 ist Edith Stier-Thompson Geschäftsführerin bei news aktuell GmbH, einer 100% Tochter der dpa Deutsche Presse Agentur GmbH.

Edith Stier-Thompson ist zum dritten Mal Jury-Mitglied bei Superbrands Germany.



Tobias Weitzel
Geschäftsführer
BSK Becker+Schreiner Kommunikation GmbH

Tobias M. Weitzel ist Experte für Kapitalmarktkommunikation.

Er ist geschäftsführender Gesellschafter der BSK Becker+Schreiner Kommunikation GmbH und berät Konzerne, mittelständische Unternehmen sowie Finanzinvestoren sowohl in allen Fragen der Medienarbeit als auch der Kapitalmarktkommunikation.

Zu seinen Kernkompetenzfeldern mit mehr als 20 Jahren Erfahrung gehört die Entwicklung von Transaktions- und Krisenkommunikationsstrategien. Darüber hinaus ist er Mit-Gründer und Vorstand der CREDION AG, die auf die Finanzierung mittelständischer Unternehmen spezialisiert ist, und Director of the Board bei der börsennotierten Media&Games plc.

Als Vorstand der Financial Experts Association (FEA), des ersten Berufsverbands für Finanzexperten im Aufsichtsrat, hat er unter anderem an den „FEA-Leitlinien zur Praxis des Dialogs zwischen Investoren und Aufsichtsrat“ und an den „Leitlinien zur systematischen Aufsichtsratsbesetzung“ mitgearbeitet.

Leistungen für die Awarded Superbrands

Die nationalen und internationalen Aktivitäten der weltweit agierenden Organisation Superbrands haben für die teilnehmenden Unternehmen bzw. Marken eine eminente Bedeutung für das Image, den nationalen wie internationalen Stellenwert sowie für die Akzeptanz und Positionierung im gesamten Markt.

Das Superbrands® Germany Zertifikat

erhalten alle Marken bzw. Unternehmen mit der Benachrichtigung zur Auszeichnung. Damit werden sie auch zur Teilnahme an den exklusiven Marketing-/PR- und Kommunikations-Tools eingeladen.



Das Awarded Superbrands® Siegel

dürfen nur die ausgezeichneten und am Verfahren teilnehmenden Marken bzw. Unternehmen bei all ihren Werbekampagnen, auf Displays, Briefbögen sowie Packungen, auf der Homepage und natürlich auch bei allen Social Media Kampagnen verwenden.



Die Medien-Kooperationen

garantieren eine enorme Beachtung und einen hohen Stellenwert der Auszeichnung. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, dass die Medienpräsenz sowohl im Business- als auch im Consumer-Bereich stattfindet. Die Wirtschaft im Gesamten sowie die Verbraucher und – last but not least ein hoher Motivationsfaktor – die Mitarbeiter der teilnehmenden Firmen bzw. Marken, werden durch die umfangreichen PR-Aktivitäten von Superbrands gleichermaßen sensibilisiert.

Das Superbrands Magazin

stellt - ähnlich wie im Buch - die ausgezeichneten Marken mit einem doppelseitigen Firmenporträt vor. Das Magazin wird in einer Auflage von 50.000 Exemplaren gedruckt und erscheint als Beilage im Handelsblatt.



Im Superbrands- Jahrbuch

präsentieren wir die preisgekrönten Marken in einzigartiger Form. Sie zeigen anhand von Best Practice-Beispielen, wie aus einer Idee eine Erfolgsgeschichte wird.



Das CEO - Interview

ist ein kurzer Video-Beitrag von der Geschäftsleitung des Unternehmens, das international ausgestrahlt wird.

Auf Internet und Social Media

legt Superbrands® größten Wert! Die aktuelle Berichterstattung und Präsentation auf der nationalen – wie internationalen – Homepage bietet dabei den ausgezeichneten Marken Präsentations-Plattformen, die weit über eine reine Logo-Darstellung hinausgehen. Die teilnehmenden Superbrands Germany werden in Wort, Bild und Film präsentiert sowie natürlich auch in der Social Media-Präsenz eingebunden.

Das exklusive Tribute Event

Die alljährliche Superbrands Germany Gala ist das gesellschaftliche Highlight des Superbrands Programms. Im exklusiven Rahmen treffen sich geladene Gäste, Persönlichkeiten aus der Wirtschaft und den Medien, um die besten Marken des Landes zu ehren.

Bei der Abschluss-Gala wird auch die Superbrands Persönlichkeit des Jahres ausgezeichnet! Wem wird die große Ehre nach Franz Beckenbauer (2007), Boris Becker (2009) sowie Iris Berben (2012), David Garrett (2015), Wotan Wilke Möhring (2017), Dr. Eckhart von Hirschhausen (2019) und Malaika Mihambo (2022) dieses Mal zuteil?



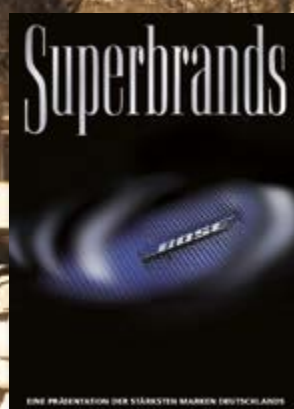
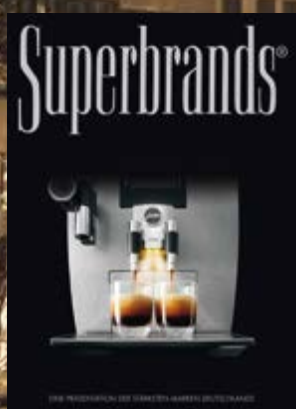
Teilnahmeberechtigung

Es sind nur jene Unternehmen bzw. Brands zur Teilnahme am gesamten Verfahren berechtigt, die nach Nominierung von der Jury im Bewertungsverfahren eine herausragende Platzierung erreicht haben. Diese erhalten das Zertifikat und werden zur Teilnahme eingeladen.



Bereits über 230 ausgezeichnete Superbrands Germany von 2004 – 2022

ADAC | adidas | After Eight | Air France | Aktion Saubere Landschaft | Allgäu | ALNO | Alpina
 APOLLO OPTIK | Apotheken Umschau | ARAL | Arla | Asbach | Audi | Auto Bild | Avery-Zweckform
 BACARDI | BARMER GEK | Bayern | Beck's | BILD der FRAU | Bitburger | BIONADE | BMW
 Bobby Car | Bonduelle | BOSE | Brandt | Bridgestone | British Airways | BUDERUS | BUNTE | C&A
 Camelia | Capri Sonne | CARGLASS | Carlsberg | Chiquita | CosmosDirekt | cewe | DAK-Gesundheit
 Der Spiegel | Drei Wetter Taft | Deutsche Bahn | Deutsche Bank | Deutsche Post | Deutsche Sporthilfe
 Deutsche Telekom | Deutsche UNESCO Kommission | DFB | DHL | Die Lebensmittelwirtschaft
 Douglas | duschdas | DVAG | E.ON | eprimo | Erdal | ERGO | eterna | Europcar | FC Bayern München
 Fissler | FOCUS | Ford | Freixenet | Frosch | GEROLSTEINER | Hakle | Hamburg Mannheimer
 Handelsblatt | Hapag-Lloyd Kreuzfahrten | hansgrohe | Haribo | Hawesta | Hengstenberg | Hertz | HEXAL
 Hofbräuhaus | HÖRZU | HP | HRS | HUK Coburg | HypoVereinsbank | Intel | JAB ANSTOETZ
 JACOBS | Jaguar | Jura | k2 Sports | Kärcher | KALDEWEI | Katjes | Kellogg's | Kinderschokolade
 Kleenex | Klosterfrau | Kneipp | Kodak | Konica Minolta | König Pilsener | Köstritzer | Krups | Kühne
 L'Oréal | Lambertz | Land Rover | LECHUZA | LEGO | Leifheit | Lufthansa | Maggi | MAN | Mars
 Martini | Media Markt | Mercedes | metabo | Microsoft | Miele | MISEREOR | Mon Chéri | Monopoly
 Müller Milch | Neckermann | NESCAFÉ | NESPRESSO | Netto | Nintendo | NIVEA | NOMOS | n-tv
 Nutella | O₂ | ob | Olympus | Opel | Otto | Palmolive | Paulaner | Penaten | Persil | Philips | playmobil
 Poggenpohl | Postbank | ProSieben | Quelle | Raffaello | Ravensburger | real | Renault | Rocher | RTL
 rtv | Rügenwalder | Samsonite | Sarotti | SAT 1 | Schiesser | SILVERSEA | Schlecker | Schwarzkopf
 Schwegges | Sebamed | Seidensticker | Sennheiser | SKL | Sky | Smarties | SOEHNLE | Sony
 SOS Kinderdorf | Spalt | Starbucks | Steigenberger Hotel Group | Stiebel Eltron | SUPERillu | Tchibo
 tesa | Thomy | tic tac | T-Systems | TUI | TÜV Rheinland | Underberg | Valensina | VARTA | VELUX
 vfa | Vileda | Villeroy & Boch | VISA | Vivil | VORWERK | Warsteiner | Weber Grill | Welt am Sonntag
 Wernesgrüner | Wolf-Garten | Wüstenrot | Yahoo! | ZDF | Zewa | ZNS - Hannelore Kohl Stiftung



Beispiele von firmeneigenen Umschlägen der exklusiven Bücher der Superbrands Germany

Angola • Argentina • Australia • Austria • Azerbaijan • Bangladesh • Bosnia • Brazil • Bulgaria
 Canada • China • Chile • Columbia • Croatia • Czech Republic • Denmark • Dominican Republic
 East Africa • Ecuador • Egypt • Estonia • Finland • France • Germany • Ghana • Greece
 Guatemala • Honduras • Hong Kong • Hungary • Iceland • India • Indonesia • Israel • Italy • Japan
 Jordan • Kazakhstan • Kosovo • Kuwait • Latvia • Lebanon • Lithuania • Macedonia • Malaysia
 Maldives • Malta • Mauritius • Mexico • Morocco • Mozambique • Netherlands • New Zealand
 Nicaragua • Nigeria • Norway • Oman • Pakistan • Panama • Peru • Philippines • Poland
 Portugal • Republic of Korea • Romania • Russia • Saudi Arabia • Serbia • Singapore
 Slovakia • Slovenia • South Africa • Spain • Sri Lanka • Sweden • Switzerland • Taiwan
 Thailand • Turkey • United Arab Emirates • United Kingdom • United States of America • Uruguay

United Brands AG (Switzerland) • Anschrift in Deutschland: Wacholderbergstr. 29 • 90587 Veitsbronn
 Tel.: +49 3221 100 1391 • E-Mail: susanne.vaska@superbrands.com • superbrandsgermany.com