

German Brand Award: LAMY, Lufthansa Systems, Motel One, KYOCERA, Koelnmesse, Ledlenser und AXENT sind die großen Gewinner

Frankfurt, 30. Juni 2017

Zum zweiten Mal wurden gestern Abend, am 29. Juni 2017, im Rahmen einer feierlichen Gala im Deutschen Historischen Museum in Berlin die Preisträger des German Brand Awards geehrt. Mehr als 500 geladene Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien folgten der exklusiven Einladung.

Initiiert wurde der German Brand Award vom Rat für Formgebung, der 1953 vom Deutschen Bundestag ins Leben gerufen und vom Bundesverband der Deutschen Industrie gestiftet wurde. Seit nunmehr über 60 Jahren verfolgt die Stiftung das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen zu fördern. Das zur Stärkung der Aktivitäten auf dem Gebiet der Markenführung gegründete German Brand Institute ist mit der Durchführung des Wettbewerbs beauftragt.

In der Königsklasse „Excellence in Branding“, die branchenübergreifend herausragende Markenführung auszeichnet, werden lediglich acht Preise vergeben: „Corporate Brand of the Year“ wurde Lufthansa Systems. Der Preis in der Kategorie „Brand Innovation of the Year“ ging an die Hotelkette Motel. KYOCERA Document Solutions überzeugte die Jury mit seinem Klimaschutzkonzept „Print Green“ und gewann den Nachhaltigkeitspreis „Sustainable Brand of the Year“. Die Kategorie „Product Brand of the Year“ konnte LAMY für sich entscheiden. Der Preis „Newcomer Brand of the Year“ wurde dem Schweizer Sanitärtechnologiehersteller AXENT verliehen und Koelnmesse erhielt die Auszeichnung „Service Brand of the Year“. Der Titel „Digital Brand of the Year“ ging an das Solinger Unternehmen Zweibrüder Optoelectronics für die Marke Ledlenser.

Mit dem Personality-Preis „Brand Manager of the Year“ wurde in diesem Jahr Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA AG, geehrt. „Wer hätte vor zehn Jahren EDEKA einen viralen Spot wie ‚Supergeil‘ zugetraut? Dass dieser Coup nicht nach hinten losging, ist zweifellos dem Mut und der Weitsicht eines erfahrenen Strategen wie Markus Mosa zu verdanken. Denn klar ist, dass dieser Spot nur deshalb möglich war, weil der Imagewandel vom konservativen Supermarkt zur attraktiven Sympathiemarke bereits eingeleitet war. Markus Mosa steht für die nachhaltige Stärkung des von selbstständigen EDEKA-Kaufleuten geführten Verbunds von Lebensmittelhändlern ebenso wie für den Ausbau des dynamischen Discount-Segments – vor allem aber für die konsequente Führung der Marke EDEKA“, begründet Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer des Rat für Formgebung und Juryvorsitzender des German Brand Awards, die Juryentscheidung.

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 (Bild und Text zu allen Preisträgern finden Sie unter www.german-brand-award.com/preisträger).

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

„Die Auswirkungen der Digitalisierung auf Marken und Produkte sind enorm. Unabhängig von Branche und Geschäftszweig stehen Unternehmen vor völlig neuen Herausforderungen. Das hat auch große Auswirkungen auf die Markenführung. Sie wird durch die Digitalisierung schneller, transparenter, komplexer und durch die Eigendynamik sozialer Netzwerke weniger plan- und steuerbar. Nach wie vor gilt allerdings: Fokussierung, klare Differenzierung vom Wettbewerb, das Einbinden der Mitarbeiter, die Marke ganzheitlich verstehen und implementieren, sind und bleiben die wichtigsten Erfolgsfaktoren starker Marken; auch in einer zunehmend digitalen Welt“, erklärt Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer des Rat für Formgebung.

„Die zweite Ausgabe des German Brand Awards zeigt, dass immer mehr Unternehmen die Relevanz konsequenter Markenarbeit erkennen und bereit sind, Marke als strategisches Instrument der Geschäftsentwicklung zu begreifen, was teilweise auch radikale Veränderungen erfordert. Wer das verstanden hat, ohne dabei die Grundsätze erfolgreicher Markenarbeit aus den Augen zu verlieren, ist gut auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet“, so Kupetz abschließend.

Die Jury

Über die Vergabe des German Brand Award entscheidet eine unabhängige Jury aus Markenexperten unterschiedlicher Disziplinen:

Vorsitz: Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer Rat für Formgebung
Dr. Saskia Diehl, Geschäftsführerin GMK Markenberatung
Lutz Dietzold, Geschäftsführer Rat für Formgebung
Prof. Dr. Tobias Kollmann, Universität Duisburg-Essen
Günter Moeller, Geschäftsführer hm+p Hermann, Moeller & Partner
Stefan Raake, Geschäftsführer AMC Finanzmarkt GmbH
Prof. Mike Richter, Hochschule Darmstadt
Prof. Dr. Simone Roth, Vice President Brand Academy
Christian Rummel, Deputy Global Head of Brand Communications & CSR, Deutsche Bank

Die Wettbewerbsklassen

Vergeben wird der German Brand Award in drei Wettbewerbsklassen:

1. Excellence in Branding mit den Kategorien „Brand Innovation of the Year“, „Corporate Brand of the Year“, „Digital Brand of the Year“, „Newcomer Brand of the Year“, „Product Brand of the Year“, „Service Brand of the Year“, „Sustainable 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.

Rat für Formgebung – der Initiator

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 Rat für Formgebung gehören aktuell über 280 in- und ausländische Unternehmen an, die mehr als drei Millionen Mitarbeiter beschäftigen.

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.

- Mehr über den German Brand Award: www.german-brand-award.com

- Mehr über den Rat für Formgebung: www.german-design-council.de

Pressekontakt

Torsten Lorenz

German Brand Award

Tel +49 (0) 151 70 88 22 20

E-Mail presse@german-brand-award.com>

<http://www.german-brand-award.com/>

Julia Kostial, Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation

Rat für Formgebung

Tel +49 (0) 69 74 74 86 0

E-Mail kostial@german-design-council.de

www.german-design-council.de