

Pressemitteilung

Best Brands Awards 2024: Das sind die Gewinner

- Nivea gewinnt in der Kategorie „Best Brand Overall“, Dyson ist die „Best Momentum Brand“.
- Der erste Platz in der Kategorie „Best Brand Fashion“ geht an Nike, „Best Brand Beauty“ wird L’Oréal Paris.
- Programmhilights der Gala waren die Keynote der australischen Modeikone Elle Macpherson sowie die Live-Performance der deutschen Indie-Rock-Gruppe „Sportfreunde Stiller“.
- Fotos von den Best Brands Awards gibt es [hier](#).

München, den 27. Februar 2024 — Die Gewinner stehen fest: Bei den Best Brands Awards, Deutschlands einzigem studien­gestützten Markenpreis, wurden heute Abend die stärksten Marken des Jahres ausgezeichnet. Neben Nivea als „Best Brand Overall“ konnte Dyson den Preis als „Best Momentum Brand“ gewinnen. Der Award in der Kategorie „Best Brand Fashion“ ging an Nike, L’Oréal Paris ist „Best Brand Beauty“.

Die Gewinner in den vier Award-Kategorien sowie die weiteren Platzierungen finden Sie in der Grafik.

	Best Brand Overall	Best Momentum Brand	Best Brand Fashion	Best Brand Beauty
1. Platz	Nivea Lotionen, Cremes, Sonnenschutz	Dyson Staubsauger/Saugroboter	Nike Sportschuhe	L’Oréal Paris Make-up
2. Platz	Sony PlayStation Spielekonsolen	Sony PlayStation Spielekonsolen	Hunkemöller Damenwäsche	Maybelline New York Make-up
3. Platz	Nike Sportschuhe	Google Smartphones	Hugo Boss Herrenmode	Nivea Haarspray, -gel, -wachs
4. Platz	Dyson Staubsauger/Saugroboter	Apple Smartphones	Adidas Sportbekleidung	Taft Haarspray, -gel, -wachs
5. Platz	Adidas Sportbekleidung	Garnier Lotionen, Cremes, Sonnenschutz	H&M Damenmode	Got2b Haarspray, -gel, -wachs
6. Platz	Lego Spielwaren	Tesla Automobil	Triumph Damenwäsche	Essence Make-up
7. Platz	Bosch Bau und Heimwerken Elektrowerkzeuge	Müller Milchprodukte	Levi’s Herrenmode	Manhattan Make-up
8. Platz	Apple Smartphones	Weleda Duschbad und Deo	Fjällräven Taschen	Catrice Make-up
9. Platz	WMF Kochgeschirr/Besteck/Messer	L’Oréal Paris Make-up	Wellensteyn Herrenmode	Syoss Haarspray, -gel, -wachs
10. Platz	Canon Fotoausrüstung	GoPro Action Cams/Drohnen	Calvin Klein Damenwäsche	Wellaflex Haarspray, -gel, -wachs

Rund 550 Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien sowie zahlreiche Prominente nahmen an der Award-Gala im Bayerischen Hof in München teil. Moderiert wurde der Abend von TV-Journalistin Linda Zervakis. Nach der Begrüßung durch Franz-Olaf Kallerhoff, Präsident des Markenverbandes, wurde der Abend mit einer aufschlussreichen Rede der australischen Modeikone **Elle Macpherson** eröffnet. Sie sprach über ihre persönliche Philosophie im Umgang mit den Themen Schönheit, Wohlstand und Erfolg. Als Supermodel und Unternehmerin verfügt Elle nicht nur über umfangreiches Insiderinnen-Wissen zu Wellness, Mode, Fashion-Brands und die gesamte Industrie, sondern ist längst auch selbst zu einer

eigenen internationalen Marke geworden. Nach der Awardverleihung performten die „Sportfreunde Stiller“ als weiteres Highlight des Abends live on Stage. Die deutsche Indie-Rock-Gruppe sorgte mit Hits wie „Applaus Applaus“ oder „Ein Kompliment“ für beste Stimmung beim Publikum.

Best Brands College 2024: Die Kraft des Momentums

Tagsüber fand im House of Communication der Serviceplan Group das Best Brands College statt. Der ganztägige Kongress stand in diesem Jahr unter dem Thema „Best Brands & die Kraft des Momentums“: Mit starken Markenimpulsen und KI auf Erfolgskurs“. In ihrer Keynote sprach **Ana von Hutten**, CMO DACH bei Mattel, über die „Kunst des Markenmoments“ und die epische Reise von Mattels ikonischer Barbie. Es folgten Vorträge von namhaften Referent:innen wie **Livia Mitschke-Collande** von Google, wie es Marken gelingt, den richtigen Impuls zum richtigen Zeitpunkt zu setzen, mit welchen Strategien erfolgreiche Brands Krisenresilienz aufbauen und welche Rolle dabei künftig KI spielen wird. Zum Abschluss gab Sportmanager **Oliver Bierhoff** wertvolle Tipps, wie Marken das Sportjahr 2024 optimal nutzen können – ob im Kontext der Fußball-EM oder Football. Moderiert wurde das College bereits zum vierten Mal von **Daniel Boschmann**.

Fotos von Gala und College gibt es [hier](#).

Die Best Brands Awards werden als Partnerveranstaltung von NIQ/GfK, Seven.One Entertainment Group, Markenverband, WirtschaftsWoche, DIE ZEIT, RMS. Der Audiovermarkter, Media Impact und der Serviceplan Group gemeinsam ausgerichtet.

Florian Haller, CEO Serviceplan Group: „In einer Ära der Multikrisen sind Marken besondere Ankerpunkte in unserem Leben. Sie schenken uns nicht nur Freude, Optimismus, und Selbstvertrauen, sondern geben uns durch ihre Werte Orientierung. Für die Markenmacher:innen gilt es, besonders in diesen Zeiten Mut zu zeigen: Mut zur Haltung, Mut zu Entscheidungen, Mut, die Marke immer wieder zu erneuern. Genau diese Marken mit Mut und Innovationskraft zeichnen wir bei Best Brands aus. Meinen herzlichen Glückwunsch an alle Gewinner.“

Über die Gewinner:

Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher:innen.

Die jährlich wiederkehrende Kategorie „**Best Brand Overall**“ konnte in diesem Jahr **Nivea** für sich entscheiden. Die Marke vereint die Stärken einer Traditionsmarke wie Innovation, Beständigkeit und zeitgemäße Werte. Mit einem Fokus auf Nachhaltigkeit sowie auf Diversity und Inclusion zeigt die Marke Haltung. Das kommt gerade auch bei jüngeren Zielgruppen gut an.

Neben der „Best Brand Overall“ werden seit 2021 gezielt Marken aus bestimmten Lebensbereichen analysiert, die für die Konsument:innen im jeweiligen Jahr eine besondere Bedeutung hatten. In der Post-Corona-Zeit haben sowohl Fashion- als auch Beauty-Produkte wieder an Relevanz gewonnen. Verbraucher:innen haben wieder zunehmend das Bedürfnis, sich über Kleidung oder auch Kosmetik auszudrücken.

Der Award in der Kategorie „**Best Brand Fashion**“ ging an **Nike**. Durch starke Markenerlebnisse und eine starke Haltung schafft Nike eine hohe Konsument:innen-Bindung. Die Marke zeichnet innovativen Produktideen, Nähe zur Popkultur sowie starkes Storytelling in der Kommunikation aus.

In der Kategorie „**Best Brand Beauty**“ holte **L'Oréal Paris** den ersten Platz. Bei der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher:innen (Share of Soul) setzt die Marke Maßstäbe. Der Claim des Traditionsunternehmens „Weil ich es mir wert bin“ trifft genau den Zeitgeist und das Bedürfnis der Verbraucher:innen, sich selbst etwas Gutes tun zu wollen.

Dyson darf sich über den ersten Platz in der Kategorie „**Best Momentum Brand**“ freuen. Die Marke profitiert vom Trend zu weniger, dafür aber hochwertigen Produkten und zeichnet sich durch überlegene Technik aus. Dyson überzeugt zudem durch starken Pioniergeist und Zukunftsorientierung: Mit revolutionären Produkten, zum Beispiel im Bereich Haircare, gelingt es der Marke wie keiner anderen, die eigene Produktkategorie zu definieren und zu erweitern. Als innovativer Trendsetter begleitet durch lifestyleige, moderne Kommunikation weckt die Marke hohe Begehrlichkeiten bei den Verbraucher:innen.

Über Best Brands:

Die Best Brands Awards haben sich seit 2004 zur Branchenveranstaltung des Jahres für Wirtschaft, Handel und Medien entwickelt. Inzwischen wird der Markenpreis auch jährlich in Italien, Belgien und Frankreich und Polen verliehen. Als einziger Marketingpreis misst Best Brands auf Basis einer umfangreichen repräsentativen Studie von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg – dem so genannten „Share of Market“ – sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher:innen, dem „Share of Soul“. Damit entscheidet nicht das subjektive Urteil einer Jury über die Gewinner, sondern ausschließlich die Verbraucher:innen.

Weitere Informationen zu Best Brands warten auf der [Website](#).

Eindrücke und Informationen zu Best Brands finden Sie auch auf [Facebook](#) (@BestBrandsRanking) und [X](#) (@BestBrands)

Der begleitende Hashtag lautet: [#BestBrandsGermany](#)