

Resumé
Nr/Datum: /2009-04-23
Sektion: 01
Sida: 10
Upplaga: 9900
Utgivningsort: Stockholm
Region:
Frekvens: 50 per år
Politisk Färg:
Telefon: 08-7996342
Fax: 08-285974



CISION

Cision Sverige AB
SE-114 88 Stockholm
0200-125 000
info.se@cision.com
www.cision.com

Astrid och YouTube starka varumärken

Astrid Lindgren och YouTube toppar listan. När Superbrands Sverige i samarbete med det internationella marknadsundersökningsföretaget Sifo Research International nyligen utsåg årets 300 starkaste b2c-varumärken, innehöll listan såväl klassiska varumärken som fräna uppstickare.

REKLAM På årets lista trängs klassiska varumärken som IKEA, ABBA och Dumle med uppstickarna Facebook och YouTube.

Studien genomförs årligen och vartannat år gäller den b2b-varumärken och vartannat år b2c-varumärken.



– Några varumärken som har visat sig riktigt starka i år är också olika välgörenhetsorganisationer som till exempel Unicef, Cancerfonden och Rädde Barnen, säger **Robert Scherman**, managing director på Superbrands.

Vad är ett starkt varumärke?

– Det har karaktär och sticker ut. Varumärken med Superbrandstatus kännetecknas ofta av att de har en relativt hög lägsta- och högstanivå, alltså att man värdemässigt håller en relativt hög och jämn nivå.

På Superbrandsgalan den 24 september avslöjas 100-topplistan över årets Superbrands.

Emelie Kalén