



PRESSMEDDELANDE

Stockholm 2010-02-03

Superbrands och GfK inleder nordiskt samarbete kring varumärkesstudie

Superbrands och GfK har inlett ett nordiskt samarbete avseende den varumärkesstudie som identifierar de starkaste varumärkena i respektive land.

Superbrands genomför årligen varumärkesstudier där man identifierar de starkaste lokala varumärkena. Vartannat år genomför man en studie där man identifierar de starkaste B2B varumärkena och vartannat år de starkaste B2C varumärkena.

Under 2010 genomförs studien där man identifierar de starkaste B2B varumärkena. Resultatet från respektive marknad och studie presenteras i en årsbok och släpps i samband med galan Superbrands Awards. Varumärkesstudien genomförs i tre steg och GfK ansvarar för steg ett och tre. Steg två genomförs av Superbrands Brand Council som består av oberoende branschexperter.

Superbrands är en oberoende auktoritet med inriktning på varumärkesarbete. I dag finns Superbrands i 86 länder och täcker in de viktigaste marknaderna i världen. Studien omfattar företagens varumärkesarbete och hur väl de lyckats bygga, vårda och förädla dessa i det land där studien genomförts.

– I GfK har vi hittat en perfekt och långsiktig samarbetspartner för varumärkesundersökningar i Norden säger Robert Scherman, vd för Superbrands i Norden.

– Denna typ av utmaningar passar GfK då vi både har resurserna, erfarenheten och den kunskap som krävs, säger Ulf Hillstedt, vd för GfK i Sverige.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Pär Rahm, Head of Brand&Communication Solutions

Direkt: +46 (0) 8 791 31 35

Mobil: +46 (0) 704 181635

Email: par.rahm@gfk.com

Caroline Griolet, Operations Manager

Direkt: +46 (0) 8 518 00 582

Mobil: +46 (0) 708 875 882

Email: caroline.griolet@superbrands.com

Louisa Skyldeman, Pr Manager

Direkt: +46 (0) 8 518 00 580

Mobil: +46 (0) 708 875 880

Email: louisa.skyldeman@superbrands.com

Superbrands®

Om GfK

GfK är ett av de äldsta och största undersökningsföretagen i Sverige och världen. Ursprunget är universitetet i Nürnberg, där man redan 1925 började forska för att förstå konsumentbeteende. I Sverige, som är ett av 115 GfK-länder, tillhör företaget marknadsledarna sedan 1967 och är idag det näst största marknadsundersökningsföretaget i landet med en omsättning på 251 MSEK.

GfK vill öka förståelsen för attityder och beteenden i samhället och i verksamheter genom att ge faktabaserade insikter med hjälp av sina bransch- och kompetensområdesexperter. Fullt utnyttjat är GfK en utvecklingspartner snarare än ett traditionellt marknadsundersökningsföretag.

Mer information om GfK hittar du på www.gfk.com/se och www.gfk.com.

Om Superbrands

Superbrands är en internationell och oberoende auktoritet inom varumärkesbyggande och marknadsföring, som i sina årliga publikationer beskriver historien om varumärken och företagen bakom dem.

Sedan 15 år ägnar sig organisationen Superbrands åt att premiера framgångsrika varumärken och att bidra till deras varumärkesprofilering. Dessutom fungerar Superbrands som ett nätverk, där de deltagande företagen kan dra nytta av varandras erfarenheter.

Superbrands har växt till ett globalt nätverk och finns i dag i 86 länder, på fem kontinenter i världen – vilket gör Superbrands till ett verkligt globalt varumärke.

Superbrands arbete är uppdelat i:

Del 1. Studie: en oberoende studie i tre steg, utförd av GfK (steg 1 och 3) och Brand Council (steg 2).

Del 2. Paketering av studier, Superbrandssigill, Superbrandsgalan, Superbrandsboken och övrigt arbete.

Mer information finner du på hemsidan: www.superbrands-nordic.com