

Superbrands®

PRESSMEDDELANDE

2008-05-15

Superbrands utser Sveriges 300 starkaste B2B varumärken

Tillsammans med SIFO Research International har Superbrands Sverige genomfört en studie där man kartlagt Sveriges 300 starkaste B2B varumärken. Studien omfattar även en subjektiv bedömning genomförd av ett expertråd (Superbrands Brand Council) bestående av oberoende experter inom marknadsföring.

Superbrands är en oberoende auktoritet med inriktning på varumärkesarbete. I dag finns Superbrands i 82 länder och täcker in de viktigaste marknaderna i världen. Varje år genomförs en studie där de starkaste varumärkena identifieras, vartannat år B2B och vartannat år B2C. Studien omfattar företagens varumärkesarbete och hur väl de lyckats bygga, vårda och förädla dessa i det land där studien genomförts. Studien har genomförts i två steg, det första kvantitativt och det andra kvalitativt. Det första steget är genomfört av SIFO Research International och det andra av Superbrands oberoende expertråd, Superbrands Brand Council.

Genom att studien görs i så många länder är det ett viktigt riktmärke för internationella företag att värdera hur väl man lyckats på respektive marknad och även för lokala företag att jämföra sig med internationella företag. De företag som uppnår Superbrandstatus äger rätten att titulera sig Superbrand på den marknaden och under den perioden som statusen avser.

Vid Superbrandsgalan som hålls i Stockholm under hösten avslöjas det varumärke som fått den högsta poängen i undersökningen. Samma dag som Superbrandsgalan hålls, lanseras även Superbrandsboken som sammanfattar studien, beskriver processen samt innehåller fallstudier med aktuella Superbrands.

Vi presenterar nu tillsammans med SIFO Research International och Superbrands Brand Council ett urval av branscher, TOPP 5 av 5 branscher. Den fullständiga topplistan presenteras under hösten i samband med Superbrandsgalan.

Bygg/Fastighet
Finans
Förlag
Industri *
Tjänsteföretag

*Innefattar: Energi, Kemi, Maskiner, Metal och Transport

– Styrkan i Superbrands ligger i att man finns representerad i så många länder, vilket gör att man kan jämföra hur väl varumärkesarbetet fungerar på respektive marknad. Det fungerar även som inspiration för företag att satsa mer på långsiktiga varumärkesbyggande aktiviteter säger Louise Leo, marknadsansvarig på MSN i Sverige och deltagare i Superbrands Brand Council Sverige 2008.

Superbrands®

För ytterligare information vänligen kontakta:

Caroline Griolet

Operations Manager, Superbrands Sverige AB

Mobil: +46 708 875 882

E-post: caroline.griolet@superbrands.com

Robert Scherman

Managing Director, Superbrands Sverige AB

Mobil: +46 708 875 879

E-post: robert.scherman@superbrands.com

Superbrands Brand Council B2B Sverige 2008

Deltagare i Superbrands Brand Council B2B Sverige 2008 är Anna Markelius Plyhr (Accenture), Anders Ragvald (Swedbank), Pia Grahn Brikell (Svenska Reklamförbundet), Louise Leo (Microsoft/MSN), Jennie Sinclair (Hitta.se/Schibsted), Kim Alltorp (Google), Bo Bäckman (SIFO Research International), Cecilia Ahlgren Fries (Cision), Mattias Isaksson (Öhrlings PriceWaterhouseCoopers), Robert Scherman (Superbrands).

Om SIFO Research International

SIFO Research International är Sveriges ledande marknadsundersökningsföretag, och genomför bl.a. undersökningar kring konsumenter, kunder, varumärken, kommunikation och innovation. Utöver marknadsundersökningar arbetar en division inom SIFO Research International med mediefrågor. Organisations-, medarbetar-, ledarskapsutvecklingsfrågor är samlade i en tredje division. Opinionsmätningar utförs under varumärket Sifo, liksom intervjuverksamheten. Vid årsskiftet 2007/2008 bildade Sverige tillsammans med systerföretagen i Danmark och Norge den nya enheten RI Scandinavia. RI Scandinavias omsättning är årligen ca 400 MSEK och antalet tillsvidareanställda medarbetare uppgår till ca 280. RI Scandinavia ingår in den globala koncernen Research International Group som har egna kontor i över 50 länder och verkar aktivt i fler än 100 länder. Koncernen är ett helägt dotterbolag inom Kantar Group, som i sin tur ingår i kommunikationskoncernen WPP.

Om Superbrands

Superbrands utser sedan 1994 de starkaste varumärken på 82 marknader och täcker in världens samtliga större länder. Superbrands verkar i Sverige sedan 2004 och från och med 2008 med svensk representation i Stockholm (tidigare drevs verksamheten via Danmark). Superbrands Sverige genomför studier inom Sveriges starkaste varumärken inom B2C respektive B2B. Studien och övrigt material sammanfattas i boken Superbrands som kommer ut årligen. Mer information finner du på www.superbrands.nu eller www.superbrands.com