

Presseinformation

Diese Produkte kaufen die Deutschen am liebsten

- Lieblingsprodukte durch Studie ausgezeichnet

*Auszeichnung für
851 von rund 3.000
Marken*

Hamburg, den 27. August 2018 – Warsteiner ist das beliebteste Bier Deutschlands. Und auch die Säfte von Hohes C sowie die Produkte von Zentis stehen in der Gunst der deutschen Verbraucher ganz oben. Das sind Ergebnisse der Siegelstudie „Kundenlieblinge 2018“, die von der Kommunikationsberatung Faktenkontor im Auftrag von Focus Money durchgeführt wurde. Neben den beliebtesten Biermarken, Softdrinks und Lebensmitteln wurden auch die Lieblingsprodukte aus den Kategorien Süßwaren & Salzgebäck sowie Spirituosen ermittelt. Die Untersuchung analysiert rund 53 Millionen Aussagen im Netz zu mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen. Insgesamt wurden 851 Marken mit dem Siegel „Kundenliebling 2018“ ausgezeichnet. Darunter sind 258 goldene, 329 silberne sowie 264 bronzene Siegel.

*Unternehmen
setzen auf hohe
Reputation der
Marke*

„Manche Marken sind untrennbar mit ihrem Produkt verbunden. Einige von ihnen haben Produkte so stark geprägt, dass sie sogar in den allgemeinen Sprachgebrauch übernommen wurden – wie beispielsweise die Tupperbox“, sagt Jörg Forthmann, geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Je fester Produkte in den Köpfen der Menschen verankert sind, desto mehr sind sie auch ein Garant für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.“ Im Rahmen der Studie wurden die Aussagen zu den relevanten Themen Preis, Service, Qualität und Ansehen analysiert und bewertet.

*Warsteiner, Zentis,
Hohes C, Volvic,
Sierra Tequila und
Ferrero unter den
Spitzenreitern*

Bei den **Biermarken** liegt Warsteiner mit der Benchmark von 100 Punkten auf Platz eins. Die 1753 gegründete Brauerei mit langer Familientradition bietet ihr Pilsener in über 60 Ländern weltweit an und konnte bereits viele Auszeichnungen für ihre Qualitätsbiere entgegennehmen. Die Marken Veltins (99,9) und Bitburger (97,8) liegen nur knapp dahinter und erhalten ebenfalls ein goldenes Siegel.

Goldene Siegel gehen in der **Lebensmittelbranche** an Bonduelle, Nestlé und Zentis. Die Konfitüren, Fruchtaufstriche und Süßwaren des Aachener Unternehmens Zentis sind bereits das zweite Jahr in Folge unter den beliebtesten Produkten. Mit silbernen Siegeln werden Exquisa und Buitoni ausgezeichnet. Auf den weiteren Plätzen erhalten Mondelez, Hipp, Wasa und Unilever ein bronzenes Siegel.

Die beliebtesten **Softdrinks** der Deutschen sind die Fruchtsäfte von Hohes C sowie das Mineralwasser der französischen Marke Volvic. Beide Getränkemarken haben bereits Auszeichnungen für ihre Produktqualität bekommen. Das Kultgetränk Coca-Cola platziert sich mit einem silbernen Siegel hinter den Spitzenreitern. Mit einem bronzenen Siegel werden Punica und Bionade ausgezeichnet.

Zahlreiche Auszeichnungen gibt es für **Spirituosen**: Sierra Tequila, Baileys und Havana Club werden von den Deutschen am liebsten gekauft und erhalten ein goldenes Siegel. Auf den weiteren Plätzen liegen unter anderem Asbach, Jim Beam und Aperol mit einem silbernen Siegel. Die Bronze-Auszeichnung erhalten Captain-Morgan, Jack Daniel's, Campari, Johnnie Walker und Smirnoff.

In der Kategorie **Süßwaren & Salzgebäck** erhält Ferrero ein goldenes Siegel. Der italienische Süßwarenhersteller vertreibt seine Produkte in über 170 Ländern weltweit und erhielt dieses Jahr schon einen Award für seine Fairtrade-Programme. Ebenfalls mit Gold für beliebte Produkte belohnt werden Lorenz Snack-World, Katjes, Storck und Haribo. Das Knabber-Gebäck von Intersnack liegt mit Silber knapp hinter den Spitzenreitern.

*Datengrundlage:
53 Millionen
Nennungen im Netz*

Für die Studie „Kundenlieblinge 2018“ wurden vom 1. Juni 2017 bis zum 31. Mai 2018 aus 350 Millionen Online-Quellen knapp 53 Millionen Nennungen der mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen gesammelt und ausgewertet. Die Methodik des Social Listening erfasst Nachrichtenportale, Blogs und Social Media, die eine deutsche Internetadresse haben und frei zugänglich sind. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzte damit die Benchmark für seine Branche. Für ein goldenes Siegel waren 95 oder mehr Punkte nötig. Mit mindestens 85 Punkten erhielt eine Marke das silberne Siegel, Bronze wurde für mindestens 75 Punkte verliehen.

Partner der Studie

Im ersten Schritt der Datenerhebung wurden durch unseren Partner Ubermetrics Technologies sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst. Diese Daten wurden in der zweiten Stufe, dem sogenannten Processing, von unserem Partner Beck et al. Services mittels Verfahren der Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze) in Textfragmente aufgesplittet und anschließend analysiert.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de