



2010-04-19

Pressmeddelande

Superbrands utser Sveriges 300 starkaste B2B-varumärken

Superbrands Sverige har i samarbete med GfK och Brand Council genomfört en studie som kartlagt de 300 starkaste B2B-varumärkena i år. Studien visar på en ökning av internationella varumärken sen den senaste B2B-studien 2008, men svenska varumärken dominerar fortfarande den svenska marknaden.

Superbrands är en oberoende auktoritet med inriktning på varumärkesarbete. I dag finns Superbrands i 86 länder och täcker in de viktigaste marknaderna i världen. Varje år genomför Superbrands en studie där de starkaste varumärkena identifieras. Vartannat år är det B2B och vartannat år är det B2C.

I årets B2B-studie syns en marginell ökning bland de internationella varumärkena. Av de 300 starkaste är 58 % genuint svenska varumärken, i jämförelse med 2008, då det var 60 % svenska som tävlade med de internationella på den svenska marknaden. Svenska varumärken dominerar fortfarande i Sverige och bland dem syns Ericsson, SEB, Hewlett-Packard, SATS och Google. Se den kompletta 300-listan: www.superbrands.com/sweden

Topp 100 rankingslistan och årets B2B-vinnare presenteras i samband med Superbrands Awards, den 27 januari 2011 på Berns i Stockholm.

STUDIEMODELL B2B 2010-2012

Steg 1: GfK identifierar Sveriges 400 starkaste B2B varumärken. Dessa nomineras till Superbrandstatus.

Studie steg 2: Superbrands jury (Brand Council) genomför en kvalitativ bedömning. De 400 nominerade varumärken från steg 1 bedöms genom 10 kriterier. Vilket resulterar i att de 300 varumärken med högst resultat utses till Superbrands i Sverige.

Studie steg 3: GfK genomför en kvantitativ studie med 300 intervjuer om de topp 100 Superbrands som identifierats. Topp 100 Superbrands erhåller en presentation av sitt diagram (BLOB) som även publiceras på www.superbrands.com/sweden

MEDLEMMARNA I 2010 ÅRS BRAND COUNCIL:

Frida Wickholm, Marketing Manager (Cision Scandinavia) Tomas Bjällerstedt, Design Manager, (Posten) Karl-Oskar Tjernström, Nordisk marknadschef Telecom (Samsung Electronics) Linda Hellström, Marknadsdirektör (Lernia) Anna Markelius, Marknadschef (Accenture) Stina Liljekvist, Varumärkeschef (E.O.N Nordic) Karin Nilsson, Marknads- och affärsområdeschef (SvD) Madeleine Gossner, Head of Marketing Communication (Telenor Mobil Konsument) Rickard Linderöth,



Kommunikationschef (Danske Bank Sverige) Anna Thelander, Marknadschef Skandinavien (Alcro-Beckers AB), Richard Götbring, Marknadschef (Mio).

För mer information, vänligen kontakta:

Caroline Griolet, Operations Manager, +46 708 875 882, +46 (0) 8 518 00 582,
caroline.griolet@superbrands.com

Louisa Skyldeman, Pr Manager, +46 (0) 708 875 880, +46 (0) 8 518 00 580,
louisa.skyldeman@superbrands.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 14 år ägnar sig organisationen Superbrands åt att premiera 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 sker i två olika delar:

Steg 1. Studie: en oberoende studie, utförd av SIFO Research International och Brand Council (bestående av oberoende varumärkesexperter).

Steg 2. Marknadsföring av studier; Superbrandssigill, Superbrandsgalan, Superbrandsboken och övrigt arbete.

Mer information finner du på hemsidan: [**www.superbrands.com/sweden**](http://www.superbrands.com/sweden)