

Superbrands®

Stockholm 2008-09-25

PRESSMEDDELANDE

Google är årets Superbrands

Google utsågs i kväll vid Superbrandsgalan till Sveriges starkaste varumärke inom B2B. Även vinnarna inom de fem olika branschkategorierna korades. Superbrandsgalan ägde rum på Berns Salonger i Stockholm den 25:e september. Under kvällen framträdde även Sunny Hwang, nordisk vd på Samsung, Eva Mia Westergren, marknadschef Microsoft och Steve Dodgson, Group COO Superbrands International.

Rankningen är gjord av SIFO Research International och Superbrands Brand Council, ett oberoende expertråd, som tillsammans väljer ut de starkaste varumärkena. Vinnaren Google hade högsta resultat i alla parametrar som undersökningen berör; auktoritet, identifikation och godkännande.

Google är känd som världens största sökmotor - en gratistjänst som är lätt att använda och som levererar relevanta resultat inom bråkdelen av en sekund. Googles användbarhet och lättillgänglighet har tack vare spridningen bland nöjda användare gjort det till ett av världens mest kända varumärken.

På Superbrandsgalan avslöjades även ordningen på de 100 varumärken som uppnått Superbrandstatus inom B2B i Sverige för perioden 2008-2010. I topplistan är det många svenska varumärken som kvalat in, vilket bevisar att Sverige är att räkna med på den internationella marknaden, med konkurrenskraftiga varumärken som står högt i klass. På topplistan finns bland annat Volvo lastvagnar, Sony Ericsson, Dagens Nyheter, Grand Hotel, SAS.

Även boken Superbrands B2B Sverige 2008 lanserades under galan. I boken presenteras ett urval av årets Superbrands inom B2B i fallstudieform. Vi får läsa om bakgrunden och utvecklingen till några av de största svenska varumärkena. Boken innehåller även undersökningar samt expertutlåtanden inom varumärksbyggande och 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.

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), Anna Hultman (Prime), 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 (tidigare Cision nu Nokia), 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