

Superbrands®

Stockholm 2008-09-30

PRESSMEDDELANDE

Superbrandsgalan blev en succé

Superbrandsgalan som gick av stapeln på Berns i Stockholm den 25:e september blev en succé. Kvällen samlade flera av de största företagsprofilerna inom varumärkesarbete i Sverige. Google utsågs till det starkaste B2B-varumärket 2008 och vinnarna inom de fem olika branschkategorierna korades. Dessutom smyglanserades Superbrandsboken B2B 2008.

Superbrandsgalan samlade drygt 400 gäster som fick chansen att mingla och nätverka med branschkollegor och press i en vacker atmosfär på Berns Salonger i Stockholm. Under kvällen fick gästerna ta del av smyglanseringen av årets Superbrandsbok B2B 2008 som officiellt lanserades den 26 september.

I Superbrandsboken presenteras ett urval av årets Superbrands inom B2B i fallstudieform. Läsaren får ta del av bakgrunden och utvecklingen till några av de största svenska varumärkena. Boken innehåller även undersökningar samt expertutlåtanden inom varumärksbyggande och marknadsföring.

Under den fullspäckade kvällen kunde gästerna lyssna till intressanta tal av experter inom varumärkesarbete: Sunny Hwang, nordisk VD på Samsung, Eva Mia Westergren, marknadschef på Microsoft och Superbrands egen COO Steve Dodgson.

I mitten av kvällen hölls den stora prisutdelningen av Kristin Kaspersen Fahlén då Skanska, Google, SEB, Volvo Lastvagnar och Bonnier fick ta emot första pris i respektive branschgrupp, priserna bestod av vackra graverade glasdiamanter och fina blombuketter samt diplom som erhålls i efterhand. Google fick ta emot första pris som det starkaste B2B-varumärket 2008. På scen stod tio lyckliga vinnare från Google för att ta emot priset, en fem kg tung graverad glasdiamant.

För underhållningen stod superjonglören Johan Wellton, som bjöd på svindlande spänning och ett gott skratt med sin jonglering i världsklass blandat med knivskarp komik. Gästerna fick dessutom lyssna till skön musik av ett live jazzband som uppträdde mellan de olika evenemangen. I slutet av kvällen fick alla gäster med sig varsin goodie bag som var fylld av presenter, bland annat årets Superbrandsbok.

Om Superbrands

Superbrands är en internationell och oberoende auktoritet inom varumärkesarbete. Superbrands syfte är att lyfta fram och belöna Sveriges starkaste varumärken. Målsättningen att inspirera även andra företag genom att lyfta fram framstående och vinnande företags framgångsrecept.

Superbrands finns i dag representerade i 82 länder – sedan 2004 i Sverige.

Varje år genomförs en studie där de starkaste varumärkena identifieras – vartannat år B2B och

Superbrands®

varannat år B2C. Studien inleds i Sverige i samarbete med **SIFO Research International** där de utför en omfattande undersökning av 1 700 varumärken på den svenska marknaden. Undersökningen resulterar i en bruttolista på 400 varumärken. Avslutningsvis träder en oberoende jury in – **Brand Council** – bestående av personer med lång och gedigen erfarenhet av varumärkesarbete.

Jurymedlemmarna är inte tillåtna att bedöma varumärken som de representerar eller som de är direkta konkurrenter till. Juryn bedömer samtliga 400 varumärken inom nio parametrar på en skala 1-20 vilket slutligen resulterar i en rangordnad lista av de 300 varumärken som därmed erhåller titeln Superbrand. Samtliga Superbrands delas även in i fem branscher: "Industri", "Tjänsteföretag", "Finans", "Förlag/Tidskrifter" och "Bygg/Fastighet" inom vilka man även korar den med starkast varumärke.

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 Grahm 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.

Superbrands®

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