



Pressmeddelande

2009-05-27

Svenska varumärken i världsklass

Superbrands Sverige har i samarbete med SIFO Research International genomfört en studie som kartlagt de starkaste konsumentvarumärkena i år. Av de 300 utsedda varumärkena är 54 % svenska, i jämförelse med 2007, då det var 48 % som tävlade med de internationella på den svenska marknaden.

På listan över de 300 konsumentvarumärkena blandas stora globala jättar med svenska nostalgiker. 163 varumärken är svenska och 137 är nordiska eller internationella.

– Mitt i krisen klarar sig svenska varumärken bättre. Det visar tydligt att Sverige som varumärke både har ett gott rykte i omvärlden som för oss svenskar, säger Caroline Griolet, Operations Manager, Superbrands Sverige.

Den oberoende studien visar att svensk mat fortfarande håller hög klass. Majoriteten av de 300 är svenska livsmedelsvarumärken, som håller sig starka trots finanskrisen. Några av dessa är Felix, GB Glace, Festis, Daim, Gevalia, Ekströms, Pripps Blå och Polarbröd.

Strax efter kommer detaljhandeln med varumärken som Pressbyrån, IKEA, Apoteket och Systembolaget. Även inom media och kultur finns ett stort utbud av starka varumärken som Dagens Nyheter, Metro, TV 4, Sveriges Radio samt Vasaloppet, Guldbaggen, Nobelpriset och Skansen.

Hälsa och skönhet samsas med modevarumärken på en delad 5:e plats över mest representerade svenska varumärken av 300 Superbrands. Ett urval av dessa är Barnängen, Friskis & Svettis, RFSU samt Lindex, Polarn O. Pyret och Björn Borg.

Superbrands Sverige

Varje år genomförs en studie där de starkaste varumärkena identifieras. Vartannat år är det B2B och vartannat år är det B2C. Studien omfattar företagets varumärkesarbete och hur väl de lyckats bygga, vårda och förädla dessa i det land där studien genomförts. Superbrands är en oberoende auktoritet med inriktning på varumärkesarbete. I dag finns Superbrands i 86 länder och täcker in de viktigaste marknaderna i världen.

Årets Superbrandsgala 17 november

Ett tillfälle att mingla med den svenska eliten av varumärkesbyggare.

Superbrandsgalan kommer att hållas på Berns Salonger i Stockholm, torsdagen den 17 november 2009. Under kvällen tillkännages årets vinnare. Rangordningen kommer även att offentliggöras på de företag som rankats från plats 2-100. Det bjuds även på prisutdelning, trevlig underhållning, mat &



dryck. Ni kommer att röra er bland Sveriges Superbrands business-to-business och business-to-consumer samt närvarande press.

Vidare kommer vi även att lansera årets Superbrandsbok, B2C 2009. Samtliga som närvarar på galan kommer att få boken med sig hem i en mycket spännande "goodie bag" fylld med presenter.

Nu kan du anmäla dig till galan: www.superbrandswards.se

För ytterligare information vänligen kontakta:

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

Louisa Skyldeman, Pr Manager
Direkt: +46 (0) 8 518 00 580
Mobil: +46 (0) 708 875 880
Email: louisa.skyldeman@superbrands.com

Superbrands Brand Council B2C Sverige 2009

Anna Haupt, Brand Manager (SVT), Tony Leidenkrantz, Management Consultant, (IHM Business School), Martina Borgman, Brand Manager (OLW), Jannike Forslund, Customer and Retail Marketing Manager (Nokia), Niklas Linden Product Marketing Manager (Xbox), Per Sandin, Head of Nordic Special Marketing (Nordisk Film), Kim Alltorp, Product Marketing Manager (Google Nordic), Linda Persson, Consumer Marketing Manager (Levi's).

Om SIFO Research International

SIFO Research International är Sveriges ledande marknadsundersökningsföretag. Deras huvudsakliga verksamhet består av att genomföra undersökningar kring konsumenter, kunder, varumärken, kommunikation och innovation. De arbetar även med opinionsundersökningar, mediefrågor, samt med att utveckla organisationer, medarbetare och ledare.

SIFO Research International ingår i den globala företaget Research International group med egna kontor i över 50 länder och verksamhet i fler än 100 länder. Research International Group ingår i kommunikationskoncernen WPP.

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***