

Ranking: Consumer Electronics Marken.

Die Lieblingsmarken der Deutschen 2011.

Verbraucherbefragung
Consumer Electronics

Weitere Befragungen:
Lieblingsmarken Mode
Lieblingsmarken Autos

Sony, Apple und Samsung sind die beliebtesten Consumer Electronics in Deutschland.

Die klassischen Branchen Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Informationstechnologie und Medien unterlagen in den letzten Jahren einem tief greifenden Wandel und sind inzwischen stark miteinander verschmolzen. Aus dem einstigen Umbruch ist ein permanenter technologischer Konvergenzprozess geworden. Viele traditionsreiche Elektronik-Marken, die hoch in der Gunst der Verbraucher standen, sind von der Bildfläche verschwunden oder kaum noch von Bedeutung; Marken, die dem Konsumenten eigentlich Orientierung geben sollten, haben selbst die Orientierung verloren.

Welche Elektronik-Marken den Wandel am besten meistern konnten und derzeit die höchste Anziehungskraft besitzen, ermittelte die GMK Markenberatung, mit Büros in Köln und München, in einer repräsentativen Umfrage, für die im Juni 2011 insgesamt 1.000 Bundesbürger ab 14 Jahren telefonisch befragt wurden.

Nach ihren Lieblingsmarken gefragt, nannten 8,3 Prozent die Marke Sony; was umgerechnet rund 5,9 Millionen Deutschen entspricht. Damit ist Sony die beliebteste Elektronik-Marke in Deutschland, gefolgt von Apple mit rund 4,6 Millionen (6,5 Prozent) und Samsung mit 4 Millionen Markenfans (5,7 Prozent). 2,6 Millionen Deutsche zählen den Umfrageergebnissen zufolge Philips zu ihren Lieblingsmarken, bei Nokia sind es 2,3 Millionen. Panasonic kommt auf 2,2 Millionen, gefolgt von Sony Ericsson und LG mit jeweils 1,2 Millionen Markenfans.

Ein Grund für das gute Abschneiden von Sony, Apple und Samsung liegt nach Meinung von Hans Meier-Kortwig, Inhaber der GMK Markenberatung, in dem hohen Entertainment- und Lifestyle-Faktor von Produkten wie der Sony PlayStation oder dem Apple iPhone sowie in deren enormer emotionaler Bindungskraft.

„Das Ergebnis zeigt: Marken müssen sich stetig neu erfinden beziehungsweise weiterentwickelt werden. Neben der Schaffung neuer Produkte bedarf es einer konsequenten und nachhaltigen Markenführung sowie des Aufbaus emotionaler Markenwelten“, so Meier-Kortwig. „Eine deutliche Abgrenzung zu den Mitbewerbern wird immer wichtiger, da sich Qualität, Design und die technischen Standards der Produkte mehr und mehr angleichen“, so das abschließende Fazit von Ingo Gebhardt, Inhaber der GMK Markenberatung.

Die GMK Markenberatung wurde im Dezember 2006 von Ingo Gebhardt und Hans Meier-Kortwig gegründet. Mit den Standorten Köln und München bietet sie Lösungen zur Strategie, Kreation und Implementierung von Marken.

Als strategischer Partner begleitet die GMK Markenberatung Unternehmen von der Analyse und Positionierung einer Marke über die Definition einer schlüssigen Markenerlebniskette bis zur Implementierung an allen Kundenkontaktpunkten. Dabei liegt der Fokus auf der effizienten Schaffung von Markenwert. Die GMK Markenberatung berät unter anderem die Marken BMW, Bosch, Gaggenau, Kaldewei, Merck, MINI, Rolls-Royce und Siemens sowie den WDR.

Frage/Thema: Bitte nennen Sie uns Ihre 5 Lieblingsmarken, Lieblingsunternehmen, die Ihnen spontan einfallen.

Befragungsmethode: telefonische Befragung (CATI), offene Frage, Mehrfachnennungen möglich, Omnibusbefragung (Mehrthemenumfrage). Anzahl der Befragten: 1.000 Bundesbürger ab 14 Jahren. Durchführung: LINK Institut für Markt- und Sozialforschung, Frankfurt am Main. Auftraggeber: GMK Markenberatung, Köln/München.

Marke	Total	„Markenliebhaber“
Sony	8,3%	5,9 Millionen
Apple	6,5%	4,6 Millionen
Samsung	5,7%	4,0 Millionen
Philips	3,7%	2,6 Millionen
Nokia	3,3%	2,3 Millionen
Panasonic	3,1%	2,2 Millionen
Sony Ericsson	1,7%	1,2 Millionen
LG	1,7%	1,2 Millionen
HP	1,4%	1,0 Millionen
Toshiba	1,3%	0,9 Millionen

Antworten nach Alter

Marke	14 – 29 Jahre	30 – 49 Jahre	50 – 99 Jahre
Sony	16,4%	10,8%	2,6%
Apple	21,1%	3,5%	2,0%
Samsung	12,1%	8,0%	1,0%
Philips	1,9%	3,9%	4,4%
Nokia	5,9%	5,4%	0,5%
Panasonic	3,4%	2,7%	3,2%
Sony Ericsson	4,1%	2,0%	0,5%
LG	4,3%	1,9%	0,3%
HP	3,0%	1,1%	0,9%
Toshiba	0,9%	1,4%	1,5%

Antworten nach Geschlecht

Marke	Frauen
Sony	6,1%
Apple	5,9%
Samsung	4,3%
Nokia	3,1%
Philips	2,9%
Panasonic	2,3%
Sony Ericsson	1,6%
LG	1,4%
Canon	1,1%
Acer	0,9%

Marke	Männer
Sony	10,5%
Apple	7,2%
Samsung	7,2%
Philips	4,6%
Panasonic	3,8%
Nokia	3,5%
Toshiba	2,4%
HP	2,2%
LG	2,0%
Sony Ericsson	1,9%

Antworten nach Haushalts-
nettoeinkommen

Marke	bis 1.000 €	1.001 – 3.000 €	über 3.000 €
Sony	6,5%	8,4%	11,2%
Apple	1,4%	7,3%	10,0%
Samsung	3,5%	6,8%	6,9%
Philips	3,8%	5,1%	1,9%
Nokia	2,3%	4,3%	2,8%
Panasonic	3,2%	3,0%	4,3%
Sony Ericsson	2,3%	1,0%	3,1%
LG	2,6%	2,1%	0,7%
HP	0,3%	1,6%	2,7%
Toshiba	–	1,0%	5,2%

Impressum:

Herausgeber: GMK Markenberatung
Gebhardt, Meier-Kortwig Markenberater Partnerschaft
Osterwaldstraße 10
80805 München

Inhaber: Ingo Gebhardt, Hans Meier-Kortwig
Registergericht: Amtsgericht München
Registernummer: PR 734
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27 a
Umsatzsteuergesetz: DE 248 725 602

Markenrechte: Alle in dieser Präsentation erwähnten
Produkte sind eingetragene Marken der jeweiligen
Hersteller.