



BIESALSKI & COMPANY
BRAND · VALUE · MANAGEMENT

Pressemitteilung

Die Markenchampions der Gastronomie

Das exklusive Markenranking der Gastronomielieferanten für Küchentechnik, Lebensmittel und Non-Food

Was haben Rational Kombidämpfer, kulinarische Produkte von Knorr und Zwiesel Kristallglas gemeinsam? Zusammen führen Sie das Markenranking der Gastronomiezulieferer für Küchentechnik, Lebensmittel und Non-Food an, das von Biesalski & Company erstellt wurde. Das Markenranking basiert auf einer Befragung von 165 Köchen aus Gastronomie und Betriebsverpflegung zu den zentralen Kenngrößen Marken-Kompetenz, Marken-Stärke und Marken-Erfolg. Das Ergebnis der Studie: Die erfolgreichen Gastronomiezulieferer bündeln ihre hohe Kompetenz direkt in der Marke und schaffen so die Grundlage für einen überdurchschnittlichen Wertschöpfungsbeitrag.

München, den 12. Oktober 2012 — Die ‚Markenchampions der Gastronomie‘ sind starke, zum Teil internationale Marken in einem Markt, in dem sich eigentlich der Koch oder das Restaurant selbst als Marke begreift. Sie sind hochqualitativ, serviceorientiert und innovativ und übertragen diese Kompetenzen unmittelbar in Marken-Stärke. „Der Gastronomiemarkt ist ein Markenmarkt, in dem große Markenartikelkonzerne Ihre Vorteile bei Marken-Bekanntheit und Marken-Auftritt ausspielen. Dennoch zeigen gerade auch Unternehmen, die sich auf die Gastronomie spezialisiert haben, wie durch konsequente Markenführung Mehrwert geschaffen wird“, fasst Johannes Roiner von Biesalski & Company die Studienergebnisse zusammen.

Gegenstand der Untersuchung waren Gastronomiemarken, die teils ausschliesslich in der Gastronomie (Rational, MKN, Winterhalter, Hügli, Edna, Dr.Schnell, Ecolab u.a.) und teils in der Gastronomie und im Einzelhandel (Knorr, Maggi, Zwiesel Kristallglas, WMF, Henkel, Electrolux, Bonduelle u.a.) präsent sind.

Die Untersuchungsergebnisse – Rational führt das Ranking an

Grundlage des Rankings ist der Gastro-Marken-Performance-Index. Dieser beschreibt die Fähigkeit eines Unternehmens, durch Schaffung von Begehrlichkeit für die Marke und einer emotionalen Bindung zur Marke, mehr Wert für das Unternehmen zu generieren.



BIESALSKI & COMPANY

BRAND · VALUE · MANAGEMENT

Mit 117 von 150 möglichen Punkten führt die auf Heißluftdämpfer spezialisierte Rational AG das Ranking der Markenchampions der Gastronomie an – dicht gefolgt von Knorr (112) und Zwiesel Kristallglas (110).

Rang	Unternehmen	Index*
1	 Rational AG	117,5
2	 Knorr	112,3
3	 Zwiesel Kristallglas	110,0
4	 Maggi	109,8
5	 Winterhalter	109,8
6	 Langnese	108,1
7	 MKN	106,8
8	 WMF	105,9
9	 Blanco CS	105,9
10	 Duni	105,3
11	 Hügli	104,4
12	 Dr. Schnell	104,1
13	 Nestlé Professional	98,5
14	 Edna	97,8
15	 Henkel	96,7
16	 Unilever Food Solutions	96,5
17	 Mondamin	96,2
18	 Schöller	95,2
19	 Schönwald	94,3
20	 Palux	93,9

■ Marken-Kompetenz (max. 50 Punkte) ■ Marken-Stärke (max. 50 Punkte) ■ Marken-Erfolg (max. 50 Punkte)

*Gastro-Marken-Performance-Index ergibt sich aus der Summe der gleichgewichteten Faktoren Marken-Kompetenz, Marken-Stärke und Marken-Erfolg (max. 150 Punkte)



Die hohen erreichten Punktzahlen zeigen, dass die Marke hochrelevant für den Erfolg der top-platzierten Unternehmen ist. Marken sind ein elementarer Wertschöpfungstreiber für den Unternehmenserfolg, so die Überzeugung von Biesalski & Company. In diesem Sinne besteht bei den ‚Markenchampions der Gastronomie‘ noch Potential für die Zukunft. Die hohen Kompetenzwerte bei Produktqualität, kundenorientiertem Service und Innovationskraft lösen Begeisterung in der Zielgruppe aus, werden indes noch nicht durchgängig in der Marke gebündelt. Um als starke Marke wahrgenommen zu werden, bedarf es eines gezielten und systematischen Vorgehens bei der Verankerung im Kopf und Herzen der Zielgruppe. „Gelingt es den ‚Markenchampions der Gastronomie‘ sich noch stärker als Marke zu etablieren, werden Erlös- und Ertragschancen in einem zunehmend wettbewerbsintensiveren Markt realisierbar“, so Alexander Biesalski, Managing Partner von Biesalski & Company.

Die Studie

Biesalski & Company hat von Juni bis August 2012 165 Köche aus der gehobenen und traditionellen Gastronomie sowie der Betriebsverpflegung in Deutschland in telefonischen Interviews befragt. Der Gastro-Marken-Performance-Index wird aus den gleichgewichteten Faktoren Marken-Kompetenz, Marken-Stärke und Marken-Erfolg gebildet. Die Marken-Kompetenz umfasst die Alleinstellung, die Innovationskraft, die Produkt- und Servicequalität sowie die Kundenorientierung. Die Marken-Stärke beinhaltet die Marken-Bekanntheit, die Marken-Präsenz, die Qualität des Marken-Auftritts, das Marken-Image und die Marken-Verbundenheit. Der Marken-Erfolg wird durch die Bewertung des wirtschaftlichen Erfolges, das Marken-Premium und die Zukunftsfähigkeit der Marke abgebildet. Berücksichtigt wurden die Marken der Gastronomie-Zulieferunternehmen aus den Bereichen Küchentechnik, Lebensmittel und Non-Food mit einem Jahresumsatz von mehr als 30 Millionen Euro.

Der Studienband mit den Top 30-Markenchampions der Gastronomie ist verfügbar unter

http://www.biesalski-company.com/Studienband_Markenchampions_der_Gastronomie_2012.pdf



BIESALSKI & COMPANY
BRAND · VALUE · MANAGEMENT

Pressekontakt

Bernhard Döhla

BIESALSKI & COMPANY GmbH

Brand · Value · Management

Elisabethstraße 25

80796 München

Tel: +49(0)89/273 73 54-04

Fax: +49(0)89/273 73 54-50

Mobil: +49(0)151/114 559 54

Mail: doehla@biesalski-company.com

www.biesalski-company.com

www.facebook.com/biesalski.company

www.xing.com/go/login/companies/biesalski%26companygmbh/about

www.brainguide.de/BIESALSKI-COMPANY