

Superbrands

PRESSEMELDING

Fra: Superbrands Norge

Oslo, 3.mai 2007

Statoil og IKEA beste Superbrands i B2B segmentet.

På en tilstelning i Frogner Kino ble det delt ut priser til de beste Superbrands på det norske markedet i 2006.

I B2B segmentet vant IKEA den internasjonale klassen, og Statoil fikk prisen som det beste Superbrand med norsk opprinnelse.

IKEA er mest kjent som leverandør og trendsetter i forbrukermarkedene, men har også stor omsetning til profesjonelle kunder. Merket ble derfor juryert av en uavhengig fagjury i klassen for B2B, sammen med merker som Microsoft, Nokia og Volvo og "norske" aktører som Statoil, Hydro, Snøhetta, Det Norske Veritas og Aftenposten, i tillegg til flere hundre andre aktører fra forskjellige kategorier.

"Statoil og IKEA er ikke bare ledende aktører i Norge, men setter også Norden på kartet i internasjonal sammenheng" sier juryen, som er opptatt av at merkevarebygging er like viktig i B2B segmentet som i B2C.

"Mange av de norske aktørene er internasjonale selskaper, men vi velger å kåre de beste av de med nasjonale røtter for å vise at det nytter å ha internasjonale ambisjoner også for norske selskaper", sier Oscar Kipperberg i Superbrands Norge.

Juryen består av ledere fra næringslivet, som på basis av sin erfaring og kompetanse vurderer kandidatene opp i mot kriteriet for Superbrands. Prisene ble delt ut av Kommunikasjonsdirektør Per Eikrem fra Oslo Børs, som kom med følgende kommentarer til vinnerne:

"Statoil får her bekreftet at de har et unikt brand. Deres omdømme har vært kraftig utfordret ved enkelte anledninger de siste årene og det er derfor imponerende at de vinner denne prisen.

Det er videre veldig spennende, og for mange kanskje noe overraskende at det er i B2B-klassen at IKEA vinner pris for beste Superbrand. IKEA har åpenbart gjort noe riktig i måten de henvender seg til det profesjonelle markedet på."

Linda Refvik, markedsjef i IKEA Norge tok tak i dette siste poenget:

"Det er utrolig artig å vinne denne prisen fordi det er først de siste årene vi har satsset på b2b-markedet, særlig småbedrifter og gründere.

Mange av våre hjemmeinnredningskunder handler til egen bedrift og andelen kvinner som starter nye virksomheter øker kraftig. Det er derfor veldig gledelig å kunne tilpasse varehusinteriørene og kommunikasjon til denne kundegruppen, ved å vise frem blant annet skobutikker, barnhager og tannlegekontorer".

Superbrands

Kjetil Undhjem, Vice President Brand Management i Statoil har følgende kommentar til prisen:

"De viktigste ingredienser i den suksessen vi har oppnådd har vært fokus på målgruppens behov samt konsistens i vår markedskommunikasjon. Dette i sammenheng med en sterk intern holdning om at våre kunder skal behandles som partnere, mener vi gir en sterkere lojalitet til vårt selskap og en langsiktig sterk merkevare"

Det internasjonale kriteriet for et Superbrand, som ligger til grunn for kåringer i 55 land, er:

"Et Superbrand tilbyr emosjonelle og/eller fysiske fordeler, som målgruppen (bevisst eller ubevisst) ønsker og kjenner igjen, og som skaper tillit og prioritet i en kjøpsituasjon"

Superbrands er en uavhengig, internasjonal organisasjon, som har merkevarebygging og sterke merker som sitt kompetanseområde.

Superbrands Norge er etablert for å sette fokus på merkevarebygging som et strategisk virkemiddel for økt verdiskaping i næringslivet, og gjennomfører altså kåringer av nasjonale Superbrands, utgir bøker og holder faglige seminarer.

I forbindelse med prisutdelingen lanserte Superbrands Norge sin nye bok; "Superbrands Vol 2", som bl.a. inneholder casebeskrivelse fra Superbrands i flere kategorier.

Kontaktpersoner:

Fredrik Kolverud, Superbrands Norge. 920 35 367

Linda Refvik, IKEA Norge 93 01 49 50.....

Kjetil Undhjem, Statoil.....

Juryen besto av:

Per Eikrem, Kommunikasjons direktør, Oslo Børs.

Arne Lambech, Markedsdirektør, Nordea Norge.

Marit Ytreeide, Informasjonsdirektør Norges Rederiforbund.

Eva S. Mellgren, Head of Brand Communication, Hydro.

Ragnvald Nærø, Konserndirektør kommunikasjon, Statkraft.

Claus Sonberg, Nordensjef, Burson-Marsteller.

Anne-Sissel Skånvik, Konserndirektør kommunikasjon, Telenor.

Per Bendik Dahl, Rådgiver Brand Management Group,

Oscar Kipperberg, Superbrands Norge.