

El Tony Mate gewinnt zum zweiten Mal in Folge den Promarca Brand of the Year

Mit dem Promarca Brand of the Year wird seit 2015 die dynamischste oder die vertrauenswürdigste Marke unter den Promarca Mitgliedern ausgezeichnet. Zum 10-jährigen Jubiläum des Promarca Brand of the Year gelingt dem Luzerner Unternehmen intelligentfood ein Novum: Mit El Tony Mate gewinnt es die begehrte Auszeichnung zum zweiten Mal!

Zur Ermittlung des Gewinners hat Havas Switzerland eine Erhebung zu den dynamischsten und vertrauenswürdigsten Marken der Schweiz gemacht. Die bevölkerungsrepräsentative Studie wurde in diesem Jahr bei 4'524 Personen in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt. Die Studie umfasste insgesamt 383 Marken, darunter auch Marken der Promarca Mitglieder. El Tony Mate von intelligentfood wurde erneut zur dynamischsten Marke unter den Promarca Mitgliedern gewählt. Das In-Getränk überzeugte die Konsumenten auch in diesem Jahr.

Jonas Eliassen, CEO von Havas Switzerland, ergänzt: «Zum diesjährigen Promarca Brand of the Year schafft El Tony Mate mit der Titelverteidigung ein Novum: Zum ersten Mal in der zehnjährigen Geschichte des Awards gelingt es einer Marke, als dynamischste Marke in zwei aufeinanderfolgenden Jahren ausgezeichnet zu werden. Und das aus mehr als nur einem guten Grund: Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Nähe zum Konsumenten machen die Marke nahbar und für ihre Fans und Freunde zu mehr als einem Softdrink. El Tony hat es geschafft, Ausdruck eines Lebensgefühls zu werden, mit dem sich immer mehr Menschen identifizieren können und wollen. So schafft man Präferenz, so schafft man Markendynamik. Es gelingt dem Team von intelligentfood fortlaufend, das Wachstum der Marke über alle Marketingdisziplinen konsequent zu fördern, ohne die Marktrealitäten aus den Augen zu verlieren. Kurz: El Tony Mate macht alles richtig und ist ein verdienter und würdiger Titelverteidiger und Gewinner des Awards im Jubiläumsjahr.»

Im Rahmen des diesjährigen Tag der Marke bei Rivella in Rothrist überreichte Promarca-Geschäftsführerin Anastasia Li-Treyer den Award an Saskia von Moos, Co-Gründerin von El Tony Mate und Florian Würgler, Marketing Director. Auch Karl Schnyder, CEO von intelligentfood, freute sich sehr über die erneute Auszeichnung in Folge: «Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung als Marke des Jahres und sind stolz auf unser starkes Team für eine unglaubliche Leistung. Dahinter steckt viel Arbeit, Leidenschaft und – genauso wichtig – auch viel Spass an der Sache. Umso mehr freuen wir uns über diese erneute Ehre.»

Promarca freut sich, diesen Preis jährlich zu verleihen und Markenleistungen seiner Mitglieder zu feiern. Die Innovationstätigkeit der Promarca-Mitglieder bleibt intensiv. Als Treiber von Innovationen setzen sie Massstäbe für wirtschaftliche und technische Fortschritte. Im letzten Jahr haben Promarca Mitglieder 6'721 neue Produkte auf dem Schweizer Markt lanciert.

**«Promarca Brand of the Year 2024»:
Top Ten der dynamischsten Marken**



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.

Über die Havas Brand Predictor 2024 Studie:

Die Brand Predictor Studie von Havas Switzerland ist eine etablierte und repräsentative Marktbefragung, welche die Markenwahrnehmung von 383 Marken in Bezug auf deren Markendynamik und Vertrauen misst. Diese Faktoren sind relevant für die Attraktivität von Marken und geben Aufschluss über zukünftige Markenpräferenzen. Der Havas Brand Predictor ist ein Strategietool und macht Gesamtbewegungen und Trends der Markenlandschaft Schweiz sichtbar. In der Detailbetrachtung können Wettbewerbsumfelder in Bezug auf psychografische und soziodemografische Umfelder analysiert werden. Die Abbildung der wahrgenommenen Dynamik und des verdienten Vertrauens stützt sich jeweils auf eine zentrale Schlüsselfrage. So führt die Fragestellung, ob eine Marke bezüglich ihrer Beliebtheit in der Bevölkerung an Boden gewinnt, an Boden verliert oder stagniert, rechnerisch zu einem Wert, der als Indikator der Markendynamik gilt. Die Evaluation der Vertrauenswürdigkeit basiert hingegen auf der Fragestellung, zu welchem Grad die Marke bisher ihre Leistungsversprechen erfüllen konnte. Die Online-Befragung fand im Februar 2024 bei 4'524 Personen statt und wurde durch das Institut Intervista AG ausgeführt.

Promarca, der schweizerische Markenartikelverband, wurde 1929 gegründet und setzt sich für die Vertretung der Werte der Marke und für gute Rahmenbedingungen der Markenunternehmen in der Schweiz ein. Promarca ist die engagierte Stimme der Marken und zählt heute 104 namhafte nationale und internationale Unternehmen zu seinen Mitgliedern. Diese erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Jahresumsatz von über 14 Milliarden Schweizer Franken, inkl. Export. Mit den weltweit geführten Einheiten mit Sitz in der Schweiz schafft die Markenartikelindustrie rund 18'840 Arbeitsplätze. Sie investiert jährlich sehr hohe Millionenbeträge in den Standort und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Schweizer Volkswirtschaft.

Fotos können unter folgenden Link heruntergeladen werden:

<https://www.picdrop.com/dariagfeller/ti78ewBbsT>

Bildlegende: siehe Kommentare bei Fotos

KONTAKT

Anastasia Li-Treyer, Geschäftsführerin Promarca

Nathalie von Dach, Kommunikation

Presseanfragen schriftlich an: info@promarca.ch

Promarca

Schweizerischer Markenartikelverband

Bahnhofplatz 1

3011 Bern

www.promarca.ch