ICC PORTAL CHINA-PORTAL FÜR WIRTSCHAFT & KULTUR

China-Kommunikation
interkulturelle trainings & beratungen

Berlin/Münster, 21.09.2015

Beliebteste chinesische Marke in Deutschland: Gewinner 2015

Zusammen mit seinen Medienpartnern hat das ICC-Portal die attraktivste chinesische Marke in Deutschland 2015 wählen lassen. Bis zum 20. September hatten alle Leser die Möglichkeit, ihre Stimme abzugeben und an einer Auslosung mit attraktiven Gewinnen teilzunehmen. Zur Auswahl standen 20 chinesische Top-Marken mit wachsender Präsenz in Deutschland.

Längst hat sich „Made in China" zu einem weltweiten Qualitätsmerkmal entwickelt. Chinesische Marken genießen mittlerweile Top-Positionierungen in Rankings und hohe Marktanteile. Auch in Deutschland nimmt die Bedeutung von Marken aus China stetig zu. Die Umfrage „Beliebteste chinesische Marke in Deutschland 2015" vom ICC-Portal ging diesem Trend zusammen mit den Medienpartern ChinaContact, German People's Daily und Expat News nach.

Umfrage „Beliebteste chinesische Marke in Deutschland 2015"

Zur Auswahl standen 20 chinesische Top-Marken, deren Sichtbarkeit und Beliebtheit in Deutschland in den letzten Jahren angestiegen ist. Die Auswahl berücksichtigte Rankings und Erhebungen von internationalen Markenberatungen und Marktforschungsinstituten. Außerdem wurden die Marktanteile und die Medienpräsenz der chinesischen Marken in Deutschland einbezogen.

Gewinner 2015: Top 10 – Lenovo, Huawei, WeChat…

Insgesamt nahmen 1.310 Internetnutzer an der Umfrage teil, wobei pro IP-Adresse nur eine Stimmabgabe möglich war. Die Top 10 in 2015 gestaltet sich wie folgt:

Platz 1:	Lenovo	18,9 %	248 Stimmen
Platz 2:	Huawei	13,2 %	173 Stimmen
Platz 3:	WeChat	9,7 %	127 Stimmen
Platz 4:	Tsingtao	9,5 %	125 Stimmen
Platz 5:	Xiaomi	8,5 %	112 Stimmen
Platz 6:	Air China	8,5 %	111 Stimmen
Platz 7:	Cathay Pacific	7,7 %	101 Stimmen
Platz 8:	Alibaba	6,1 %	80 Stimmen
Platz 9:	Haier	2,6 %	34 Stimmen
Platz 10:	Baidu	2,4 %	31 Stimmen

Pressekontakt: Jonas Polfuß. +49 (0) 151.57 33 13 82. polfuss@interculturecapital.de

© ICC China-Portal für Wirtschaft und Kultur 2015 www.interculturecapital.de / www.china-kommunikation.de