



HUMAN BRAND INDEX®

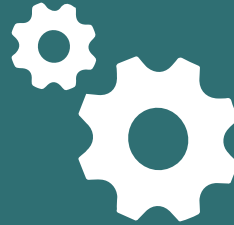
Testimonial Research – Splendid Data, Perfect Match

Finden Sie das ideale Testimonial für Ihre Marke.

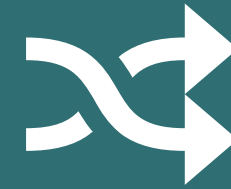
HUMAN BRAND INDEX – AUF EINEN BLICK



Wie bekannt und beliebt ist der Prominente in meiner Zielgruppe und welche Eigenschaften werden ihm zugeschrieben?



Mit welchem Prominenten kann ich meine Marketing-Ziele am Besten erreichen?



Wie passen die Eigenschaften des Prominenten zu meiner Marke und wie gefällt eine Partnerschaft meiner Zielgruppe?



Wie verändert sich die Kaufwahrscheinlichkeit für Produkte meiner Marke durch den Prominenten? Kann er Neukunden gewinnen?



Profitieren Sie von unseren umfassenden Benchmarking-Möglichkeiten, dank unserer Prominenten-Datenbank.



Befragen Sie unsere insgesamt rund 2,5 Mio. registrierten Nutzer aus 74 Ländern für internationale Prominenten- und Marken-Insights.

Damit Sie die richtige Testimonial-Auswahl treffen können, bieten wir Ihnen vier Analysen an.

VIER LEISTUNGSPAKETE



★ Human Brand Profile

Befragung zur Wahrnehmung eines Prominenten (der „Human Brand“) in unterschiedlichen Zielgruppen mit Sympathiewerten und empfundenen Charakteristika.

⚙️ Human Brand Match

Detaillierte Analyse zur Passung zwischen Prominenten und Marke – besonders geeignet bei der Testimonial-Auswahl.

💎 Human Brand Impact

Wir prognostizieren den Erfolg einer potenziellen Testimonial-Kampagne in Zahlen und zeigen Ihnen die Rentabilität einer Partnerschaft auf.

👥 Human Brand Database

Viele Human Brands haben wir bereits in unserer Datenbank. Gerne erstellen wir Ihnen ein Ranking für bestimmte Branchen oder erstellen Benchmarks für Ihre Testimonial-Auswahl.

Das Human Brand Profile testet, inwieweit Human Brands sich als Testimonial eignen.

ERHEBUNGSDESIGN

Untersuchungs-gegenstand	Bekanntheit, Beliebtheit, Human Brand Index, Branchenpassung und Image von Jürgen Klopp.
Stichprobe	N=1.000 Befragte im Alter von 18-69 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland, repräsentativ quotiert nach Geschlecht, Alter und Bundesland.
Befragungszeitraum	5.2.2026 - 9.2.2026
Methode	Repräsentative Umfrage unter in Deutschland lebenden Personen über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel der SPLENDID RESEARCH GmbH.

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

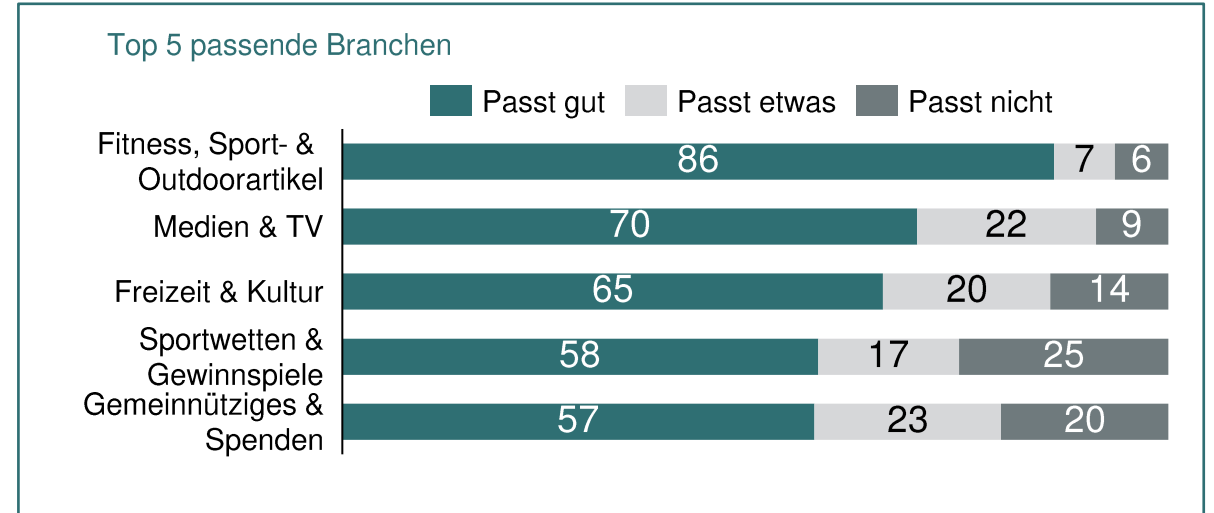
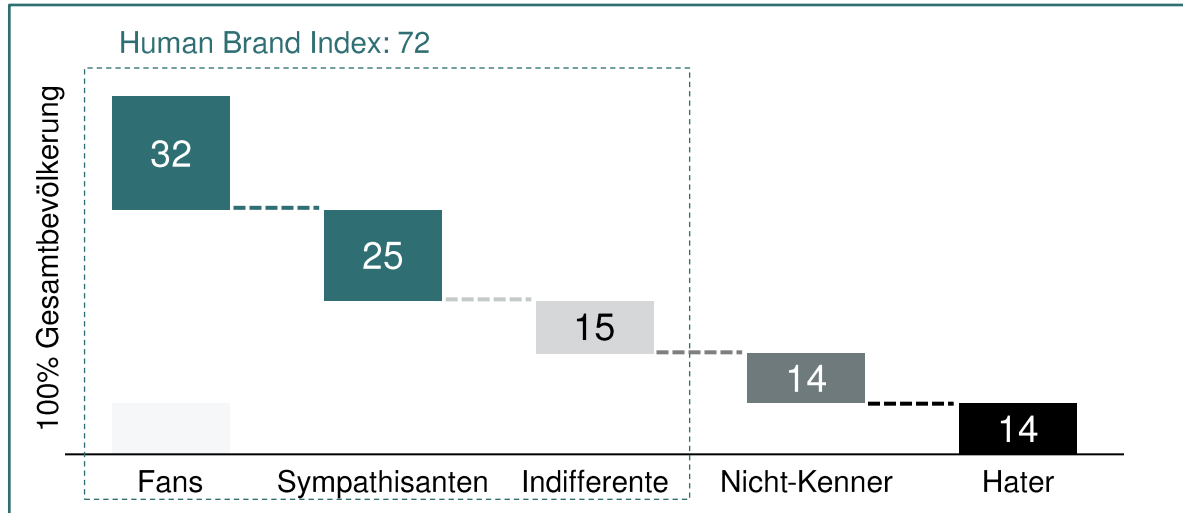
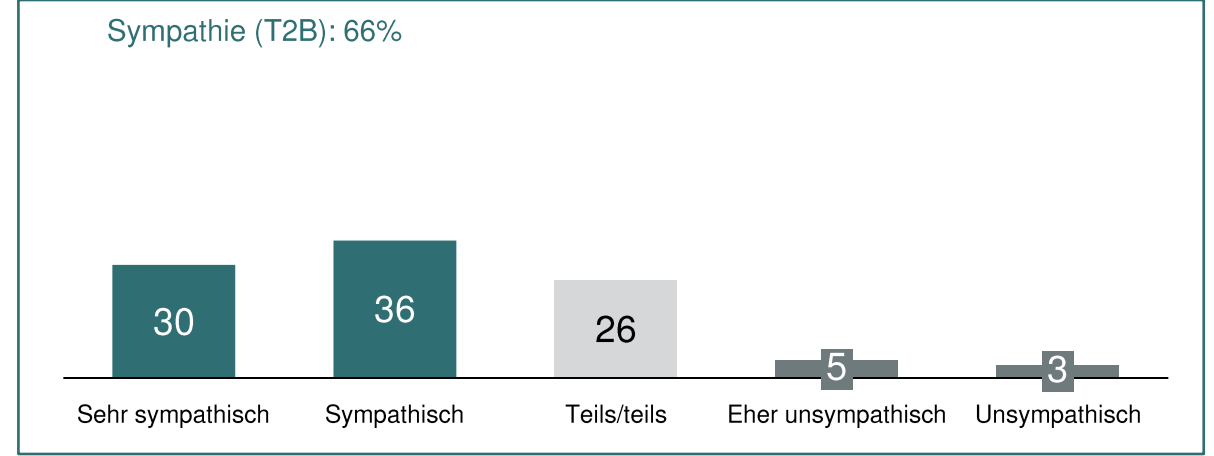
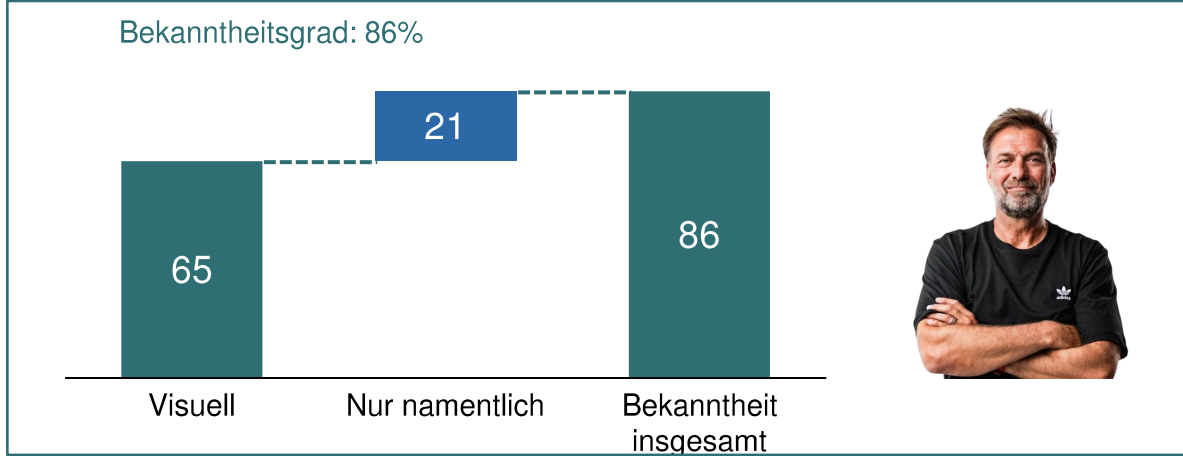
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Jürgen Klopp punktet mit hoher Bekanntheit und starken Sympathiewerten – mit knapp einem Drittel Fans erzielt er den höchsten HBI im Testimonial-Test.

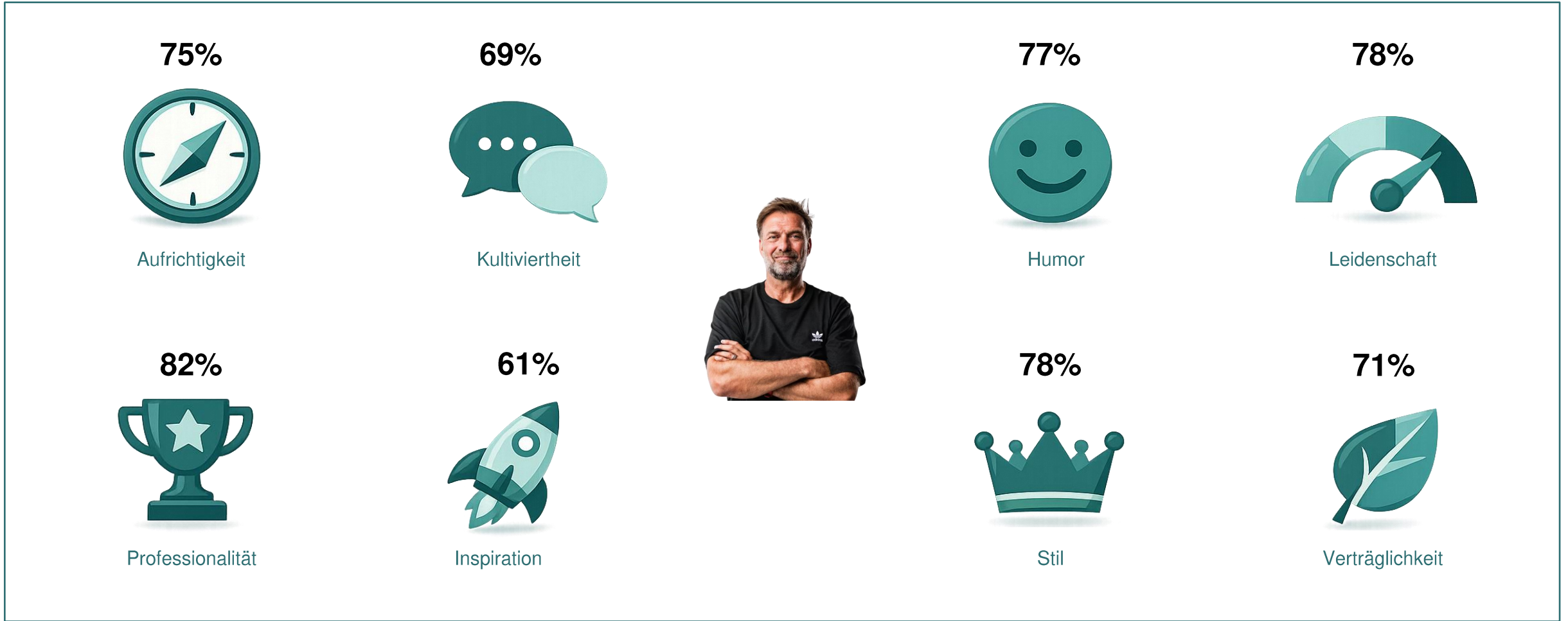
KURZPROFIL – JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, n=1.000

Jürgen Klopp verkörpert Professionalität und Leidenschaft; auch Humor und Stil prägen sein Image, während Inspiration weniger stark im Vordergrund steht.

IMAGE NACH PERSÖNLICHKEITSFAKTOREN – JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, n=1.000

Jürgen Klopp überzeugt mit hoher Bekanntheit, starker Beliebtheit und klarer Sport-Passung – besonders bei Männern im Alter von über 40 Jahren.

AUSZUG KERNAUSSAGEN

Bekanntheit

Jürgen Klopp verfügt über eine sehr hohe Gesamtbekanntheit: 65 % der Befragten erkennen ihn visuell, weitere 21 % kennen ihn zumindest dem Namen nach. Verwechslungen mit anderen Prominenten treten kaum auf. Besonders hoch ist seine Bekanntheit bei Männern sowie in der Altersgruppe der 40- bis 59-Jährigen. Zudem zeigt sich ein klarer Einkommenseffekt: Mit steigendem Einkommen nimmt seine Bekanntheit weiter zu.

Beliebtheit

Klopp erzielt unter seinen Kennern einen hohen Fananteil. Insbesondere Männer zählen überdurchschnittlich häufig zu seinen Fans – rund jeder Zweite bekennt sich klar zu ihm. Gleichzeitig ist die Wahrnehmung bei Frauen etwas polarisierter, was sich in einem höheren Hater-Anteil widerspiegelt. Insgesamt ist seine Beliebtheit jedoch klar überdurchschnittlich und wird maßgeblich durch seine hohe Sympathie getragen.

Branchenpassung

Die stärkste Markenpassung zeigt sich im Bereich Fitness, Sport- und Outdoorartikel. Auch für Medien & TV sowie Freizeit & Kultur wird eine überzeugende Eignung wahrgenommen. Deutlich geringer ist die Passung hingegen für Kinder- und Babyprodukte sowie Haushalts- und Reinigungsartikel. Auch Snacks und Süßwaren gelten als weniger glaubwürdige Einsatzfelder.

Image

Jürgen Klopp wird insbesondere mit Aufrichtigkeit und Authentizität verbunden – diese gelten als zentrale Image-Stärken. Er wird als erfolgreich, leidenschaftlich und lebensfroh wahrgenommen. Professionalität, Leidenschaft und Humor prägen sein Gesamtbild deutlich. Negative Eigenschaften oder kritische Zuschreibungen spielen hingegen nur eine untergeordnete Rolle.

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

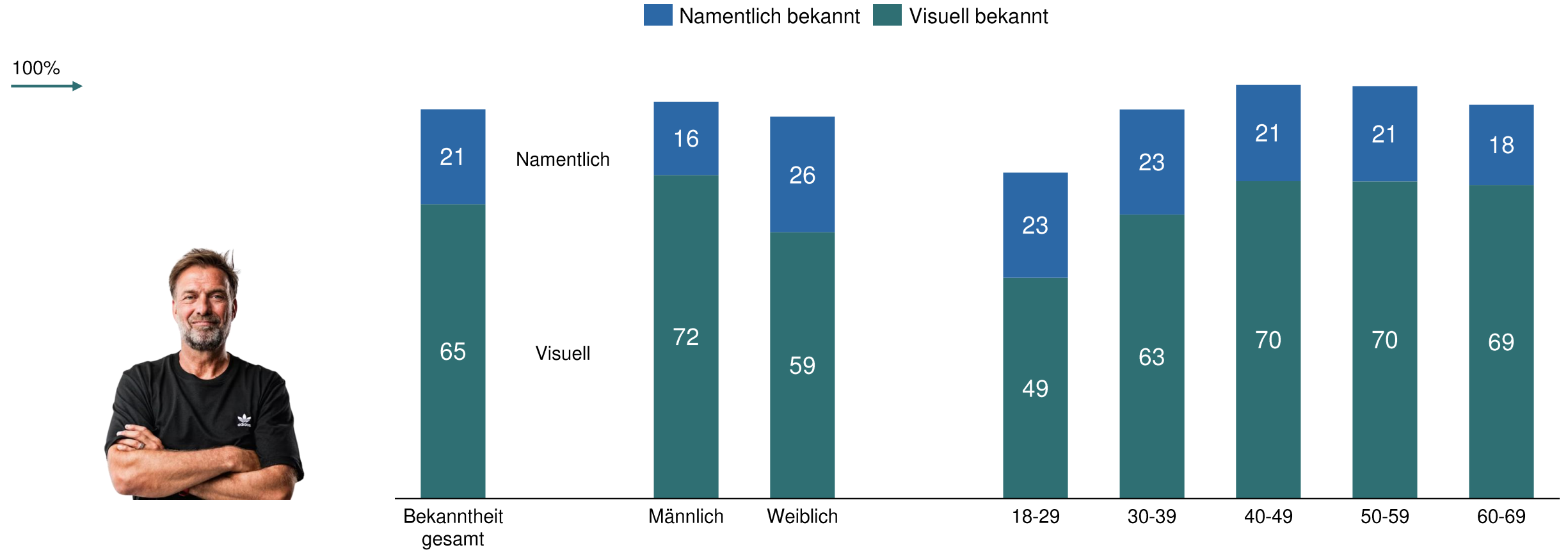
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Klopp erzielt ebenfalls eine höhere visuelle Bekanntheit bei Männern, ist namentlich jedoch noch bekannter – bei den 40- bis 59-Jährigen ist sie am stärksten ausgeprägt.

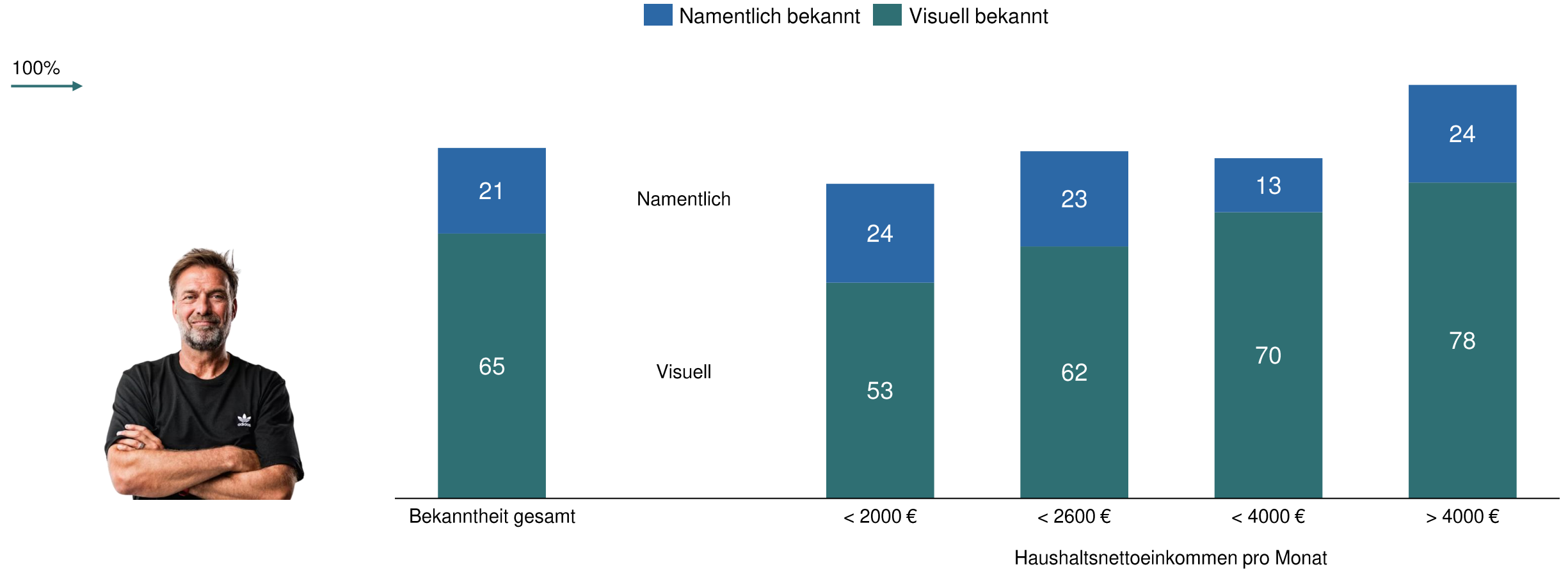
VISUELLE & NAMENTLICHE BEKANNTHEIT NACH GESCHLECHT UND ALTER – JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Mit steigendem Einkommen nimmt die Bekanntheit von Jürgen Klopp zu.

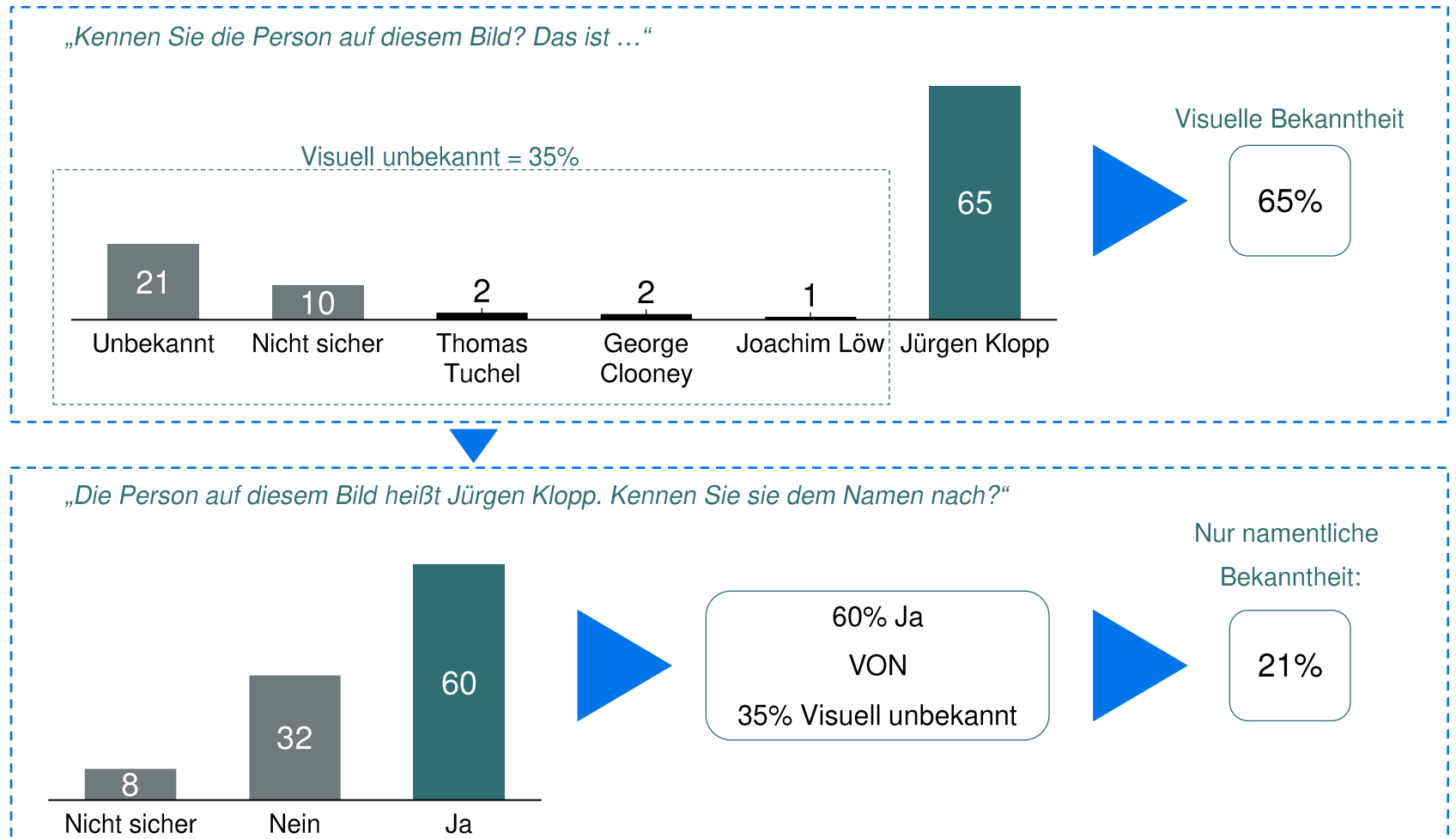
VISUELLE & NAMENTLICHE BEKANNTHEIT NACH GESCHLECHT UND ALTER – JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Jürgen Klopp erreicht eine visuelle Bekanntheit von 65%; weitere 21% kennen ihn zumindest namentlich – Verwechslungen mit anderen Prominenten gibt es kaum.

VISUELLE & NAMENTLICHE BEKANNTHEIT: BERECHNUNG AM BEISPIEL VON KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

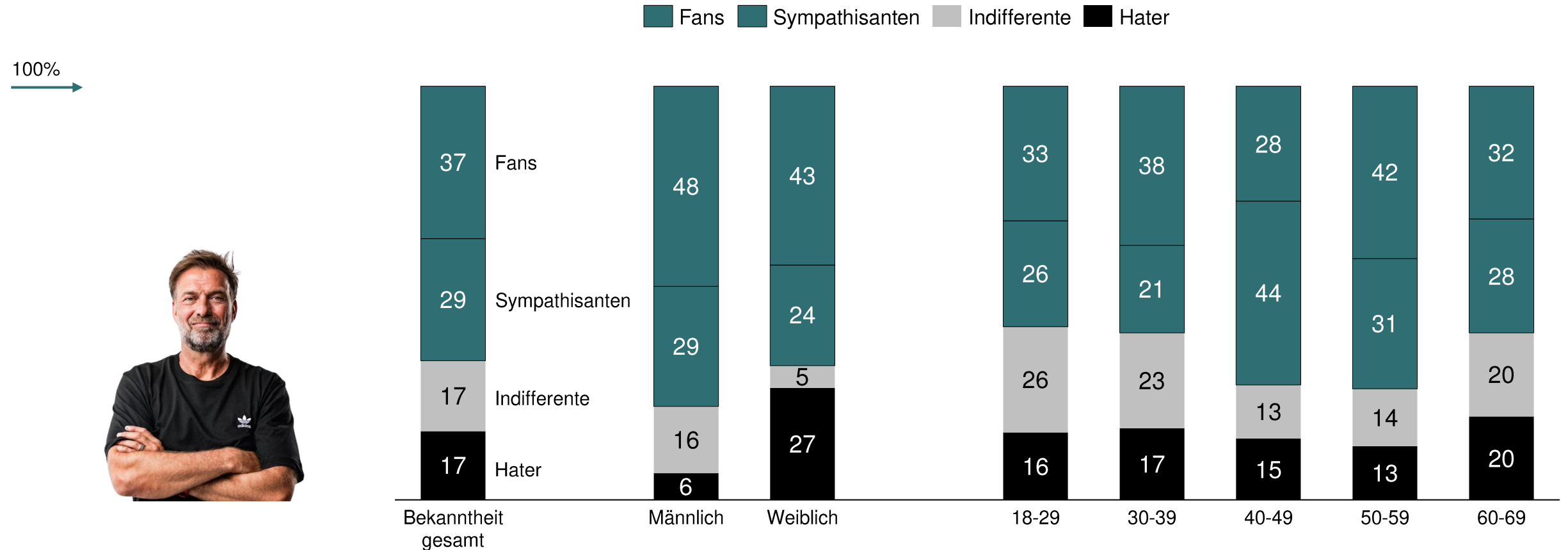
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Klopp erzielt insgesamt einen hohen Fananteil unter seinen Kennern – bei Männern ist es rund die Hälfte, während Frauen zugleich häufiger zu den Hatern zählen.

BELIEBTHEIT NACH GESCHLECHT UND ALTER – JÜRGEN KLOPP

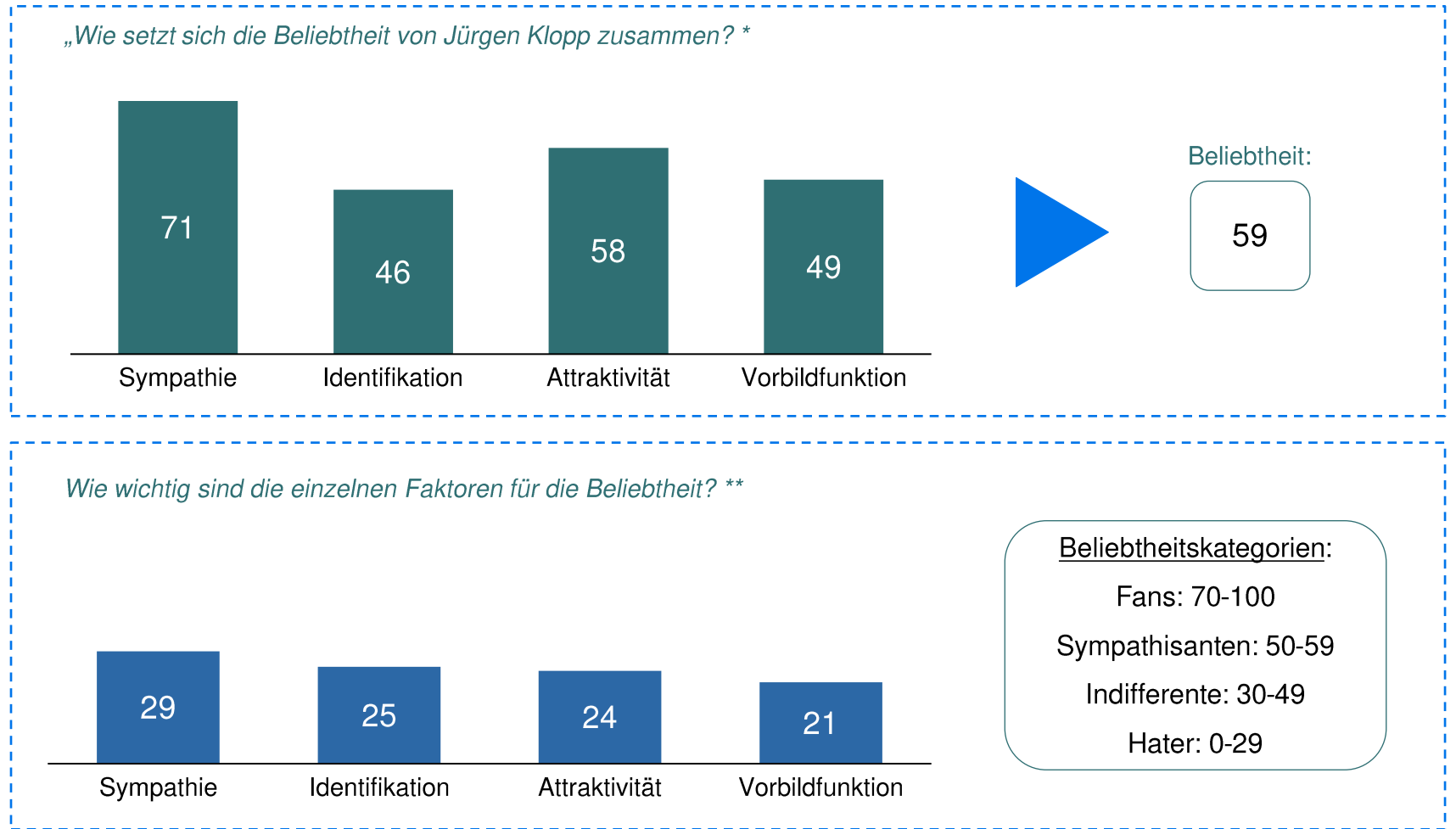


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Hinweis: Beliebtheit auf Basis der Kenner

Besonders seine Sympathie trägt dazu bei, dass Jürgen Klopp insgesamt überdurchschnittlich beliebt ist.

BELIEBTHEIT: BERECHNUNG AM BEISPIEL VON JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Angaben: *Mittelwerte von Indizes (0-100) / **Wichtigkeit in Prozent

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

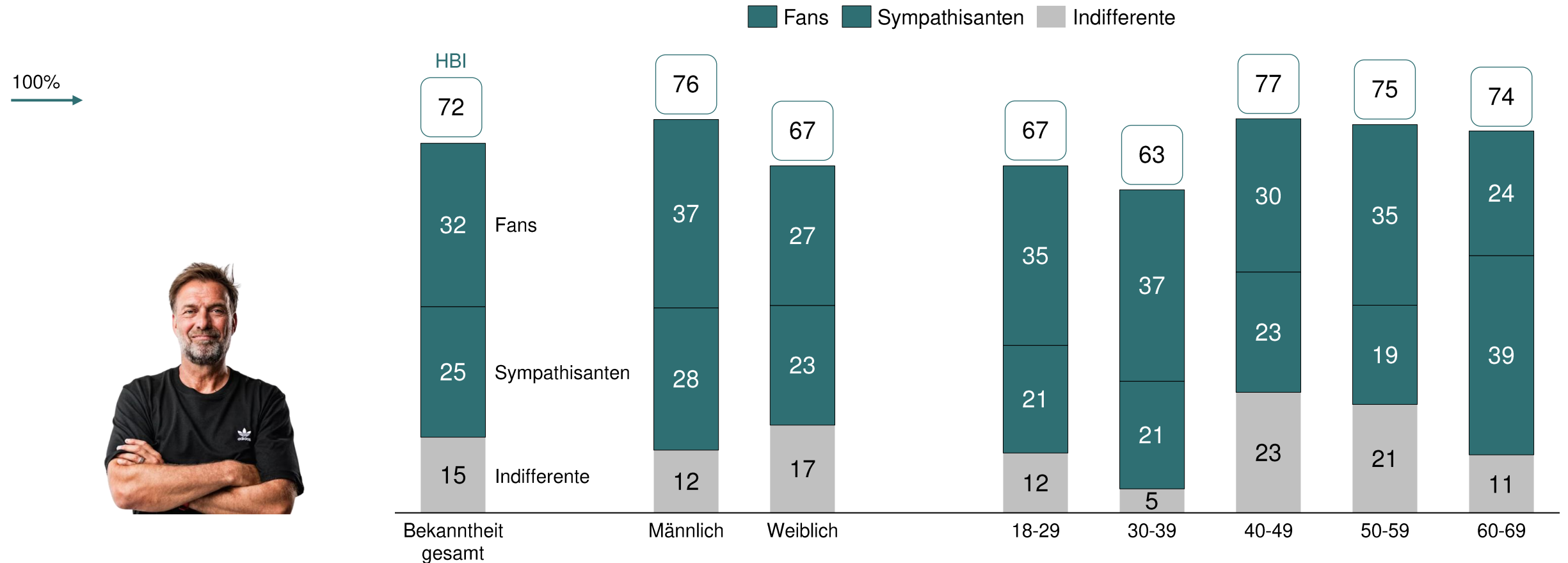
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Jürgen Klopp erzielt als Testimonial eine hohe Gesamtwirkung (HBI 72) und überzeugt besonders Männer sowie Personen ab 40 Jahren.

HUMAN BRAND INDEX NACH GESCHLECHT UND ALTER – JÜRGEN KLOPP

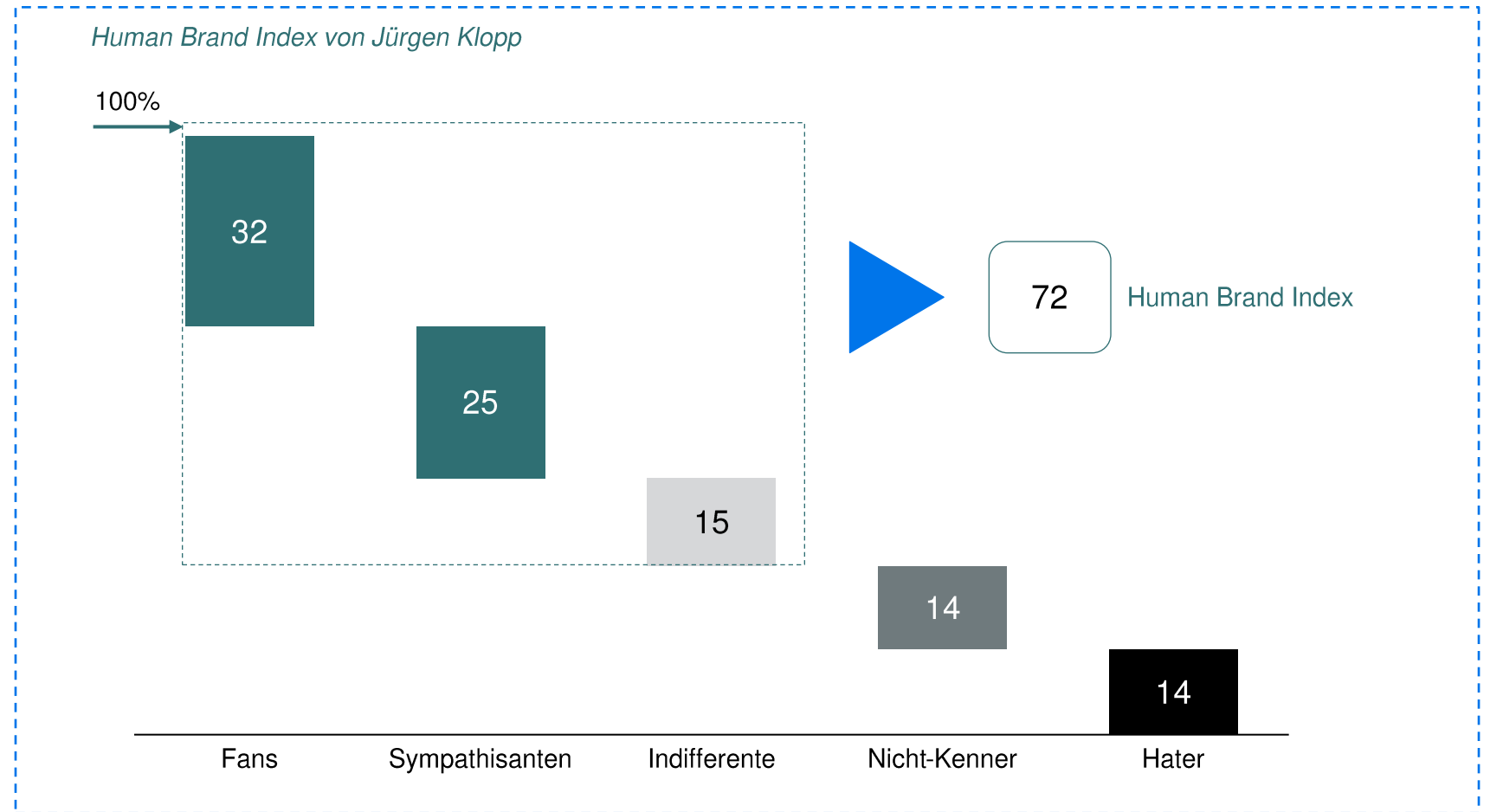


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Hinweis: HBI auf Basis aller Befragten, die den Prominenten bewertet haben.

Der hohe Human Brand Index von 72 resultiert bei Jürgen Klopp aus einer breiten Fanbasis und einem niedrigen Anteil an Nicht-Kennern.

HUMAN BRAND INDEX: BERECHNUNG AM BEISPIEL VON JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Bewerter von Jürgen Klopp: n=252

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

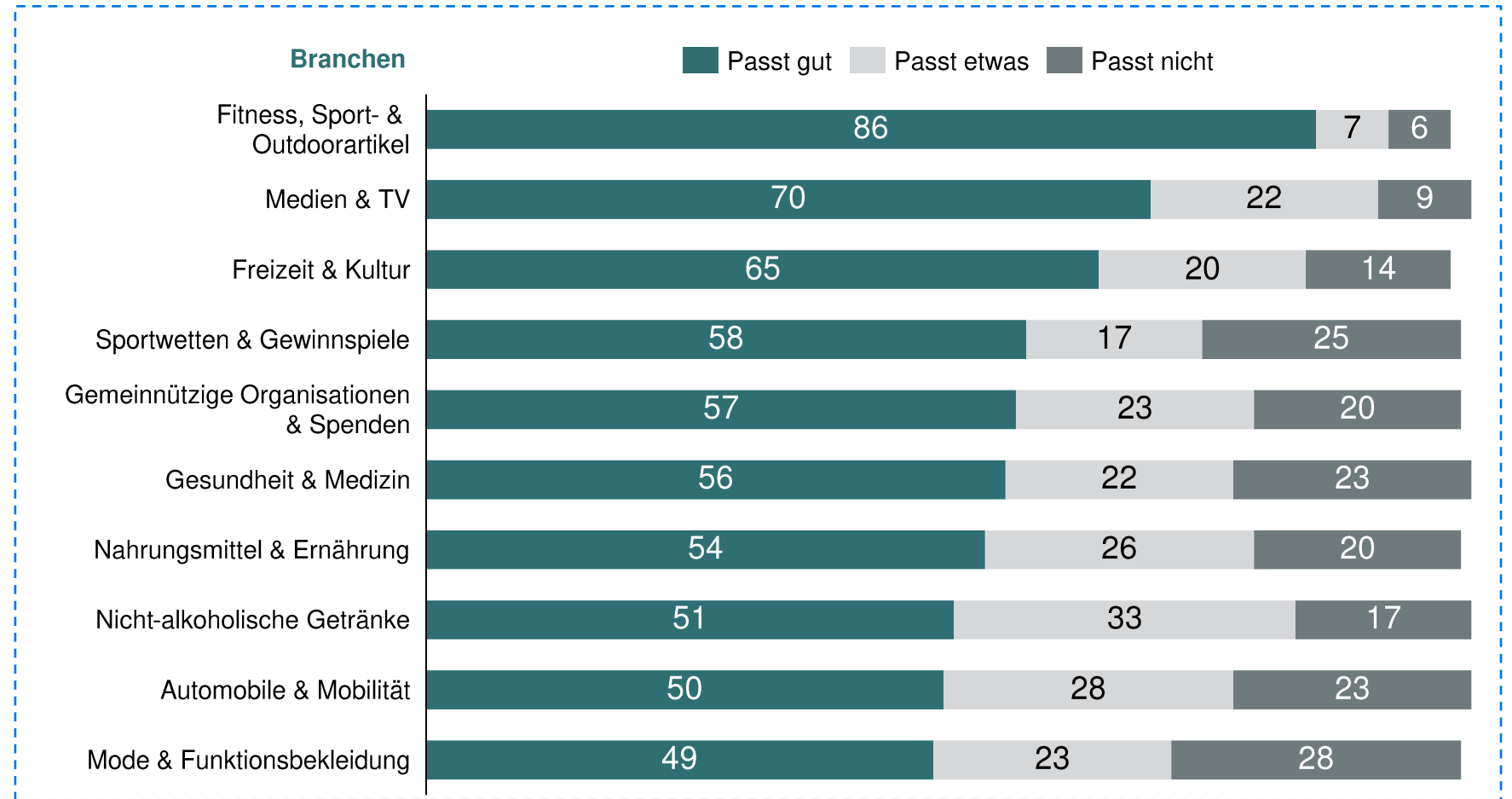
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Am besten passen Fitness, Sport- & Outdoorartikel zu Klopp, gefolgt von den Branchen Medien & TV sowie Freizeit & Kultur.

TOP 10 DER BRANCHENPASSUNG – GUTE PASSUNG

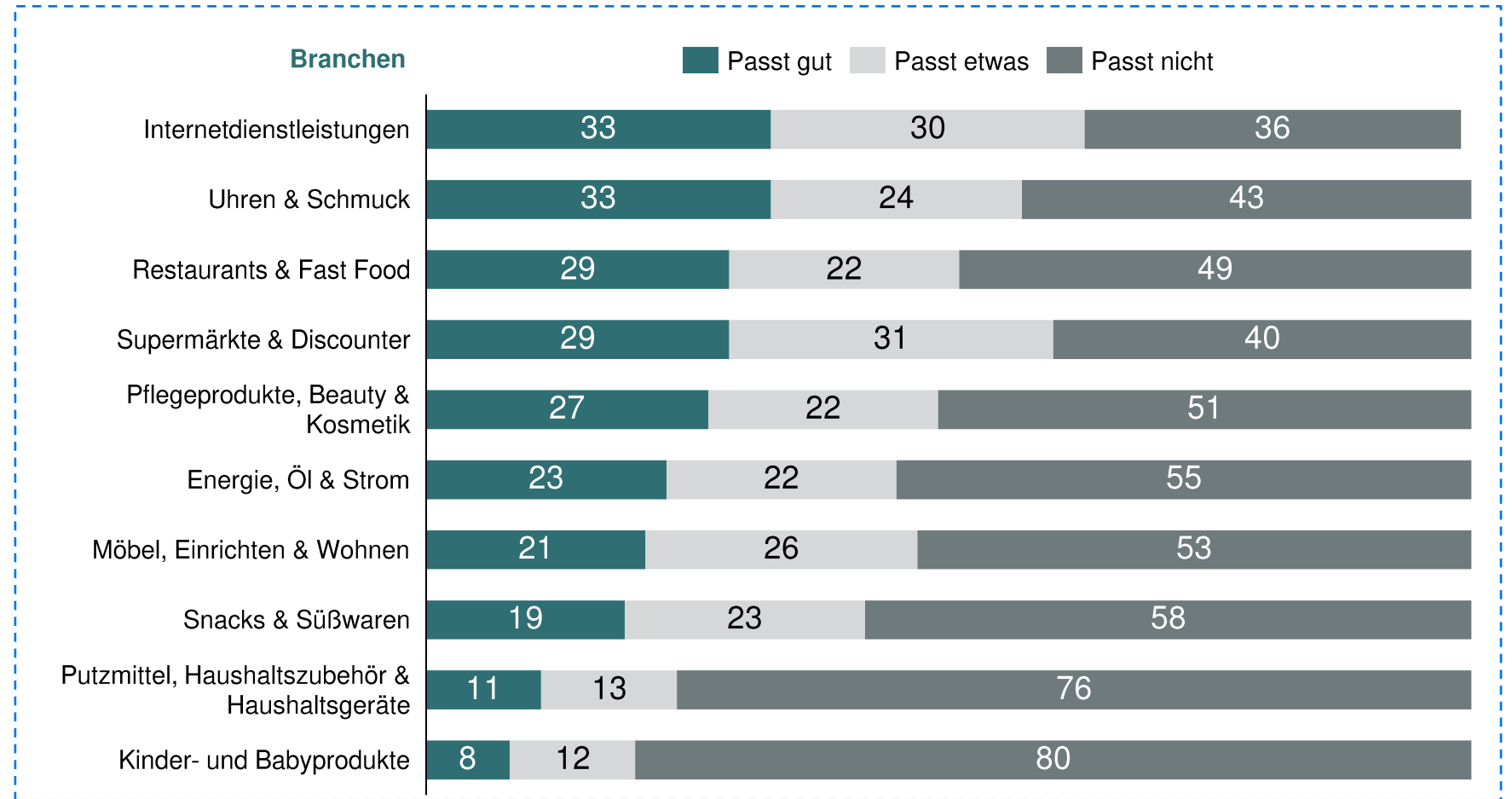


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Kenner von Jürgen Klopp: n=217

Klopp passt am wenigsten zu Kinder- und Babyprodukten sowie Haushalts- und Reinigungsartikeln – auch Snacks und Süßwaren zeigen geringe Passung.

FLOP 10 DER BRANCHENPASSUNG – SCHLECHTE PASSUNG



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Kenner von Jürgen Klopp: n=217

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Die Persönlichkeit der Prominenten lassen sich in acht Image-Faktoren beschreiben.

FAKTOR- UND DIMENSIONSÜBERSICHT FÜR DAS IMAGE VON JÜRGEN KLOPP

Vertrauen und Sicherheit

Aufrichtigkeit

Authentisch
Ehrlich
Vertrauenswürdig

Professionalität

Erfolgreich
Intelligent

Kultiviertheit

Kultiviert
Niveauvoll

Verträglichkeit

Bodenständig
Familiär

Spannung und Leidenschaft

Humor

Fröhlich
Humorvoll
Locker

Stil

Seriös

Leidenschaft

Dynamisch
Leidenschaftlich

Inspiration

Aufregend
Inspirierend

Sonstige Kategorien

Ethisches Verhalten

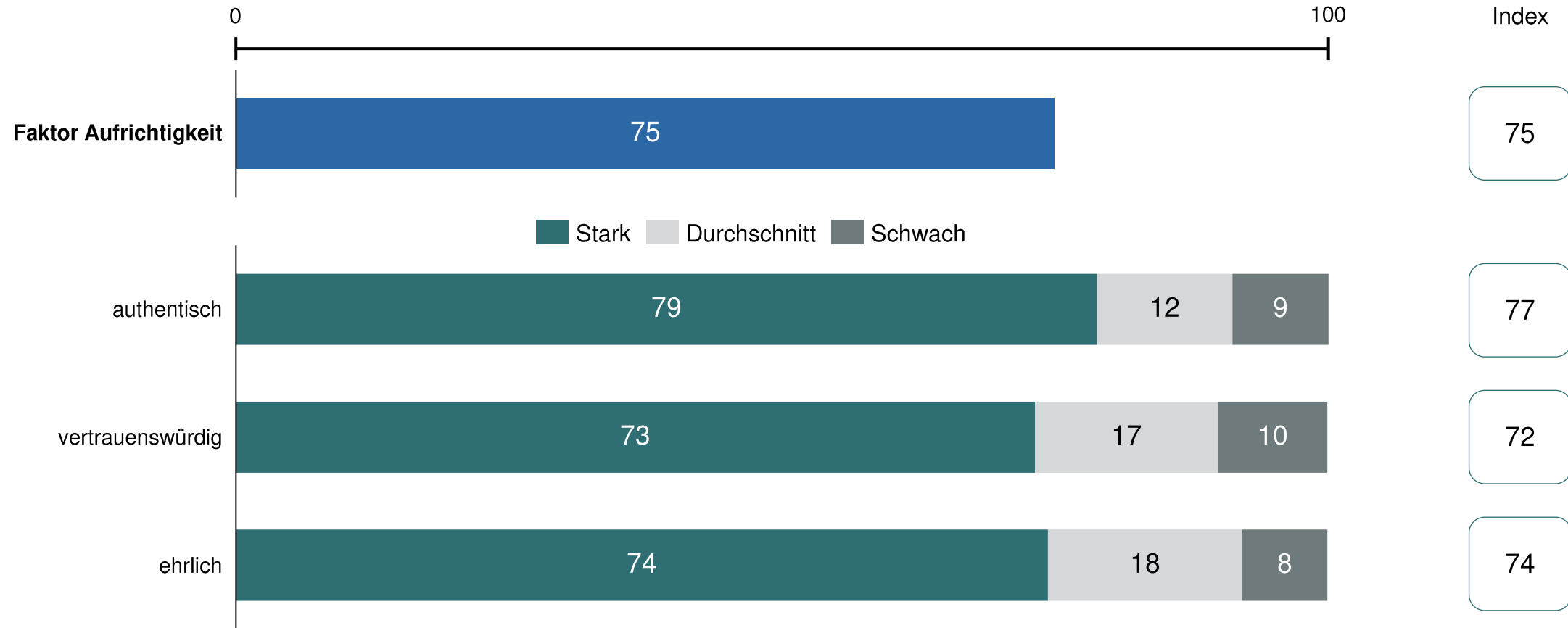
Fair
Gesundheitsbewusst
Umweltbewusst
Verantwortungsbewusst

Negative Eigenschaften

Unseriös
Altmodisch

Die Aufrichtigkeit ist bei Jürgen Klopp hoch ausgeprägt – besonders die Authentizität wird als Stärke wahrgenommen.

PERSÖNLICHKEITSAKTOR: AUFRICHTIGKEIT

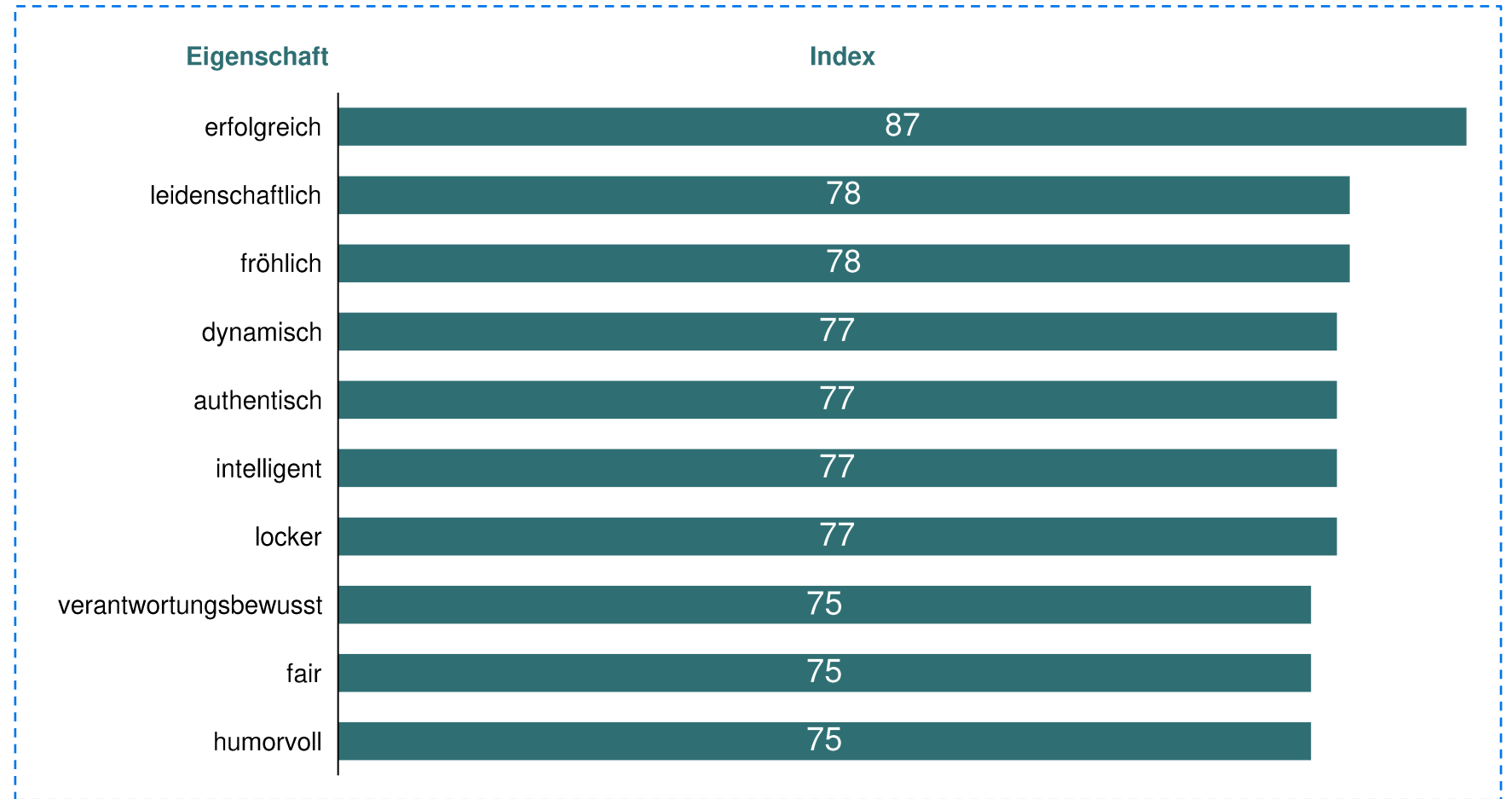


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Angaben: Stark=„Trifft voll und ganz zu“ / „Trifft zu“ (% Top2-Box)
Durchschnitt=„Teils/teils“ (% Middle Box)
Schwach=„Trifft eher nicht zu“ / „Trifft überhaupt nicht zu“ (% Bottom2-Boxes)

Jürgen Klopp gilt vor allem als erfolgreich, leidenschaftlich und froh.

TOP 10 EIGENSCHAFTEN

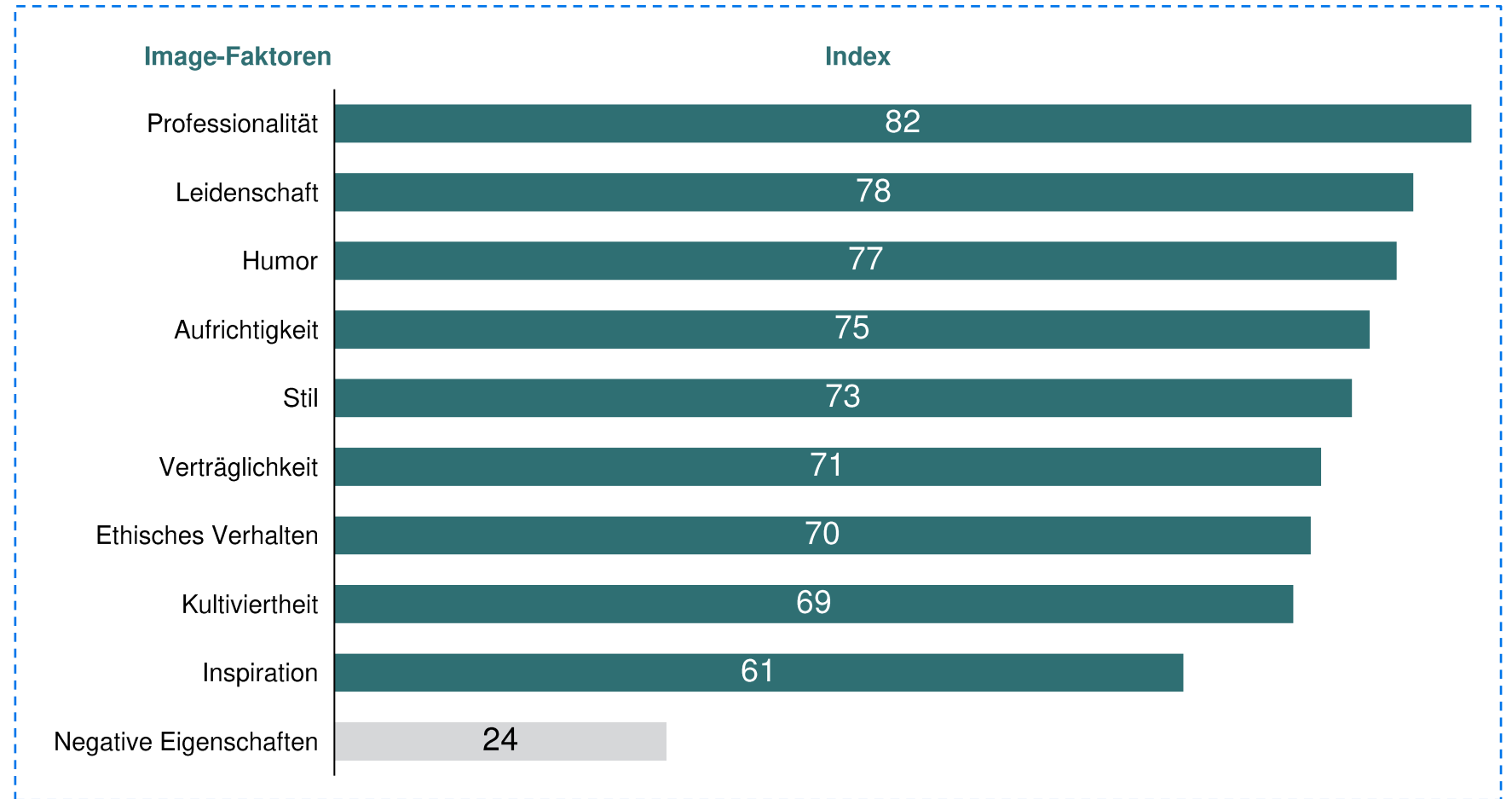


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Angaben: Stark=„Trifft voll und ganz zu“ / „Trifft zu“ (% Top2-Box)
Durchschnitt=„Teils/teils“ (% Middle Box)
Schwach=„Trifft eher nicht zu“ / „Trifft überhaupt nicht zu“ (% Bottom2-Boxes)

Professionalität, Leidenschaft und Humor prägen Klopps Image – Inspiration und negative Eigenschaften spielen eine untergeordnete Rolle.

IMAGE-FAKTOREN VON JÜRGEN KLOPP



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

Kenner von Jürgen Klopp: n=217

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

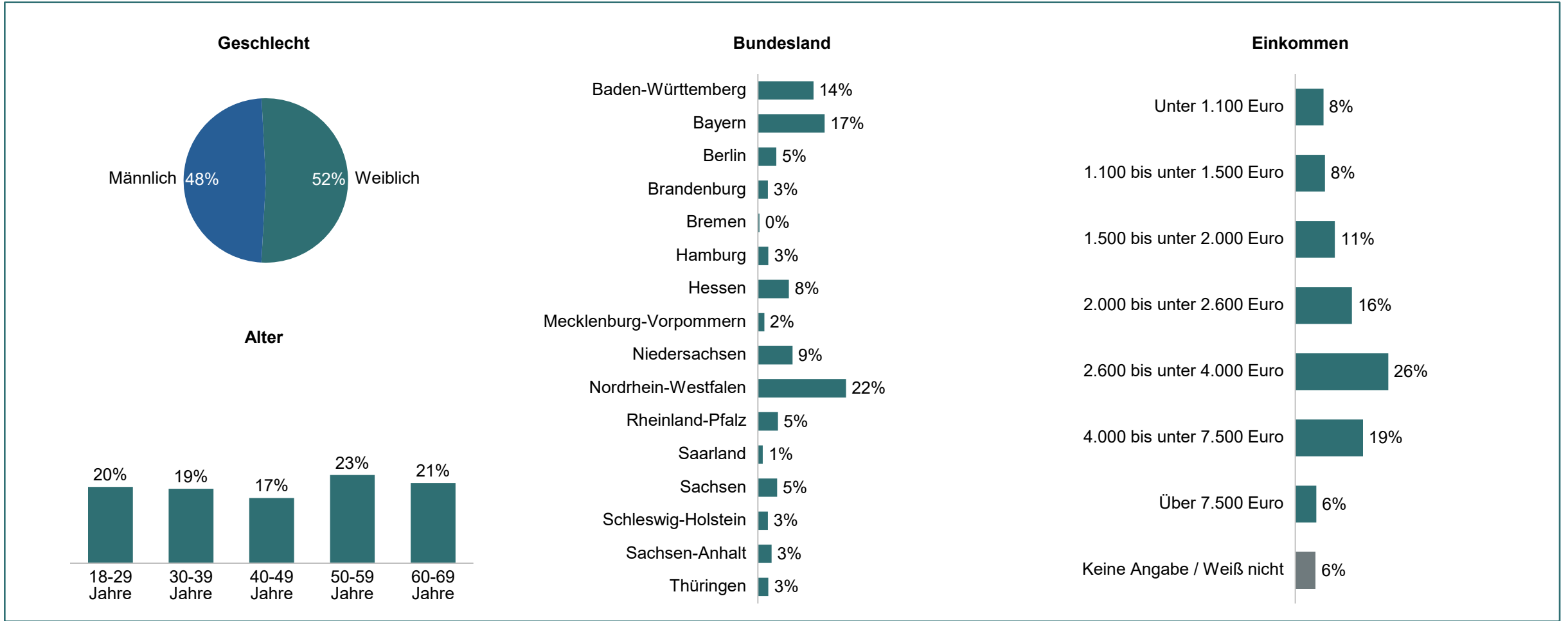
Branchenpassung

Detailliertes Image

Demografie

Soziodemografie

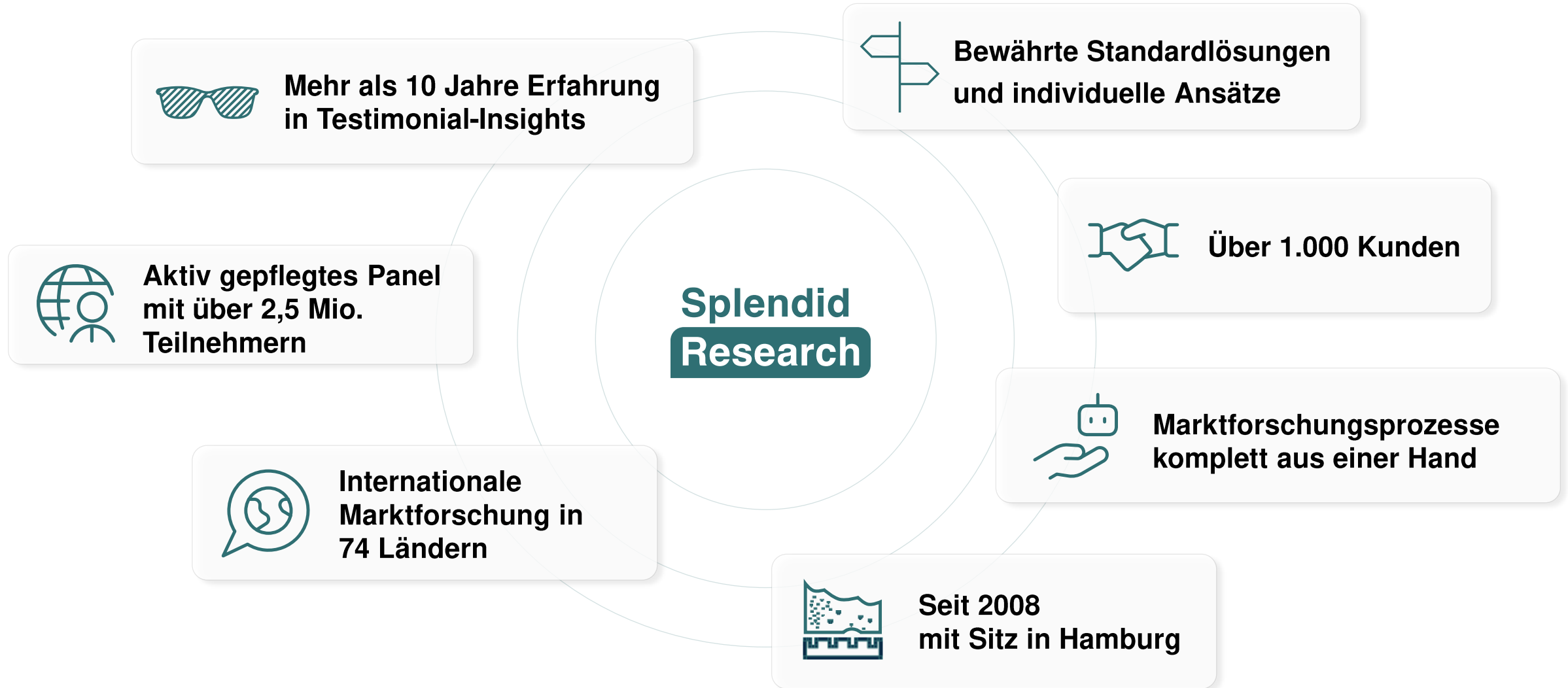
SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN



Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000 (ungewichtet)

Seit 2008 stiften wir unseren Kunden weltweit hohen Nutzen durch fundierte, valide und innovative Marktforschung.








SPLENDID RESEARCH AUF EINEN BLICK




Wir verfügen weltweit über eigene Befragungsteilnehmer, die für Ihre Testimonial-Forschung bereitstehen.

WELTWEIT HOCHWERTIGE DATEN

Africa

-  South Africa
100.000
-  Nigeria
50.000
-  Kenya
40.000
-  Egypt
25.000
-  Morocco
20.000
-  Tunisia
5.000
-  Algeria
5.000

Oceania

-  Australia
10.000
-  New Zealand
10.000

Asia

-  Philippines
125.000
-  Indonesia
95.000
-  India
50.000
-  Malaysia
40.000
-  Vietnam
35.000
-  Saudi Arabia
30.000
-  Thailand
30.000
-  Pakistan
25.000
-  Kazakhstan
10.000
-  Singapore
10.000
-  Hong Kong
5.000
-  South Korea
5.000

-  Israel
2.000
-  China
<1.000
-  Japan
<1.000
-  Taiwan
<1.000
-  UAE
<1.000

Europe

-  Romania
80.000
-  Turkey
75.000
-  Ukraine
55.000
-  Germany
50.000
-  Spain
50.000
-  Hungary
40.000
-  Italy
40.000
-  France
35.000
-  Poland
35.000
-  United Kingdom
35.000
-  Czech Republic
30.000
-  Greece
30.000
-  Portugal
30.000
-  Belgium
25.000
-  Bulgaria
25.000
-  Russia
25.000
-  Slovakia
25.000

-  Sweden
25.000
-  Austria
20.000
-  Ireland
15.000
-  Lithuania
15.000
-  Switzerland
15.000
-  Belarus
10.000
-  Denmark
10.000
-  Finland
10.000
-  Latvia
10.000
-  Netherlands
10.000
-  Serbia
10.000
-  Croatia
5.000

-  Estonia
5.000
-  Norway
5.000

North America

-  Mexico
35.000
-  Canada
20.000
-  Guatemala
10.000
-  Panama
5.000
-  United States
5.000
-  Costa Rica
2.000
-  Puerto Rico
< 1.000

South America

-  Brazil
60.000
-  Colombia
60.000
-  Argentina
35.000
-  Chile
30.000
-  Peru
20.000
-  Ecuador
15.000
-  Venezuela
15.000
-  Uruguay
10.000
-  Bolivia
5.000
-  Paraguay
5.000

SPLENDID RESEARCH GmbH

Barmbeker Str. 7a • 22303 Hamburg • Deutschland

+(49) 40 / 69 45 36 6 - 0 • hallo@splendid-research.com • www.splendid-research.com

Ihre Ansprechpartner:

Julian Hucko | +(49) 40 / 69 45 36 6 - 82 | hucko@splendid-research.com

André Wolff | +(49) 40 / 69 45 36 6 - 66 | wolff@splendid-research.com

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Sitz der Gesellschaft: Hamburg, Amtsgericht Hamburg HRB 143505, Geschäftsführer: André Wolff, Jan Fischer

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from SPLENDID RESEARCH GmbH.