HUMAN BRAND INDEX®

Testimonial Research – Splendid Data, Perfect Match

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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 warden 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 Testimonal-Auswahl treffen können, bieten wir Ihnen vier Analysen an. Im Folgenden stellen wir Ihnen das Human Brand Profile näher vor.

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.

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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.

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

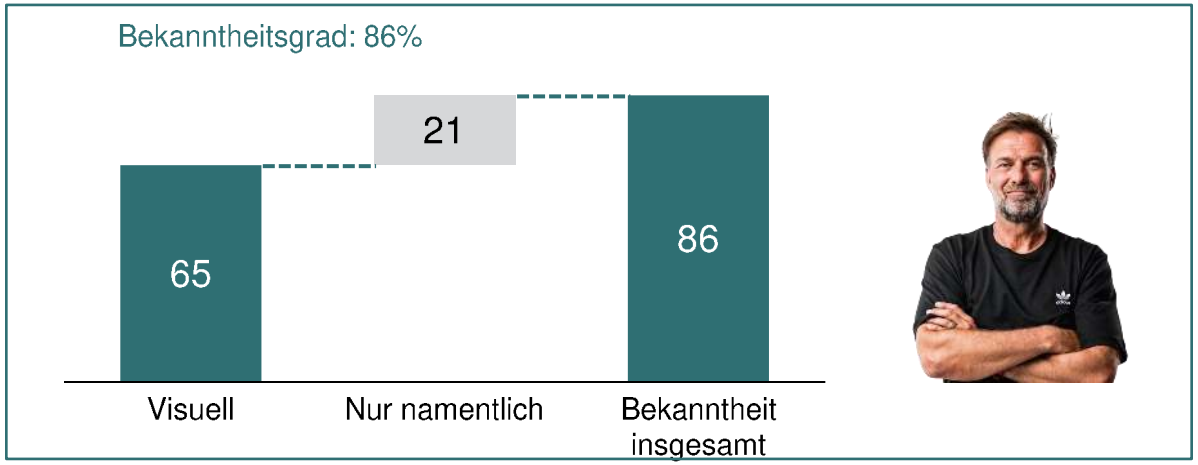
Branchenpassung

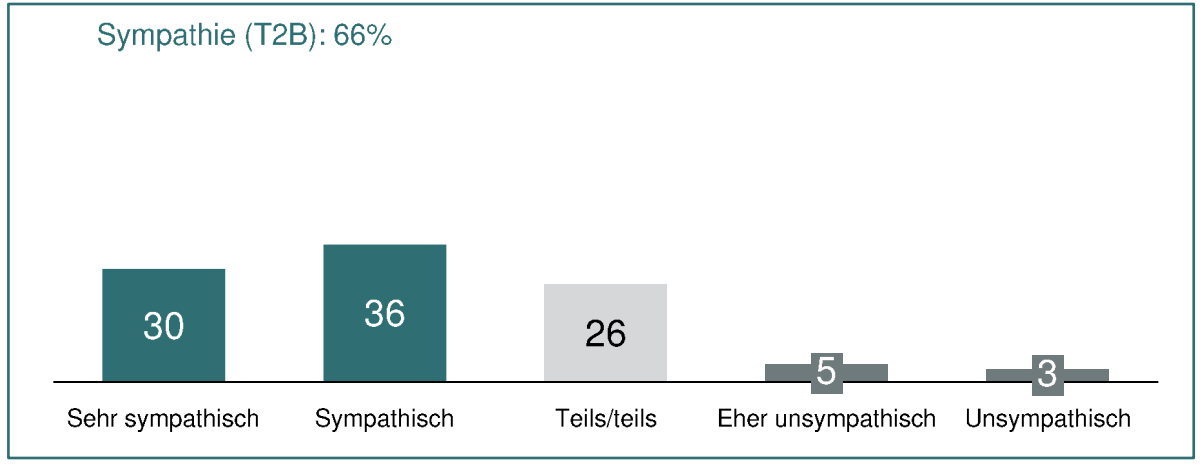
Detailliertes Image

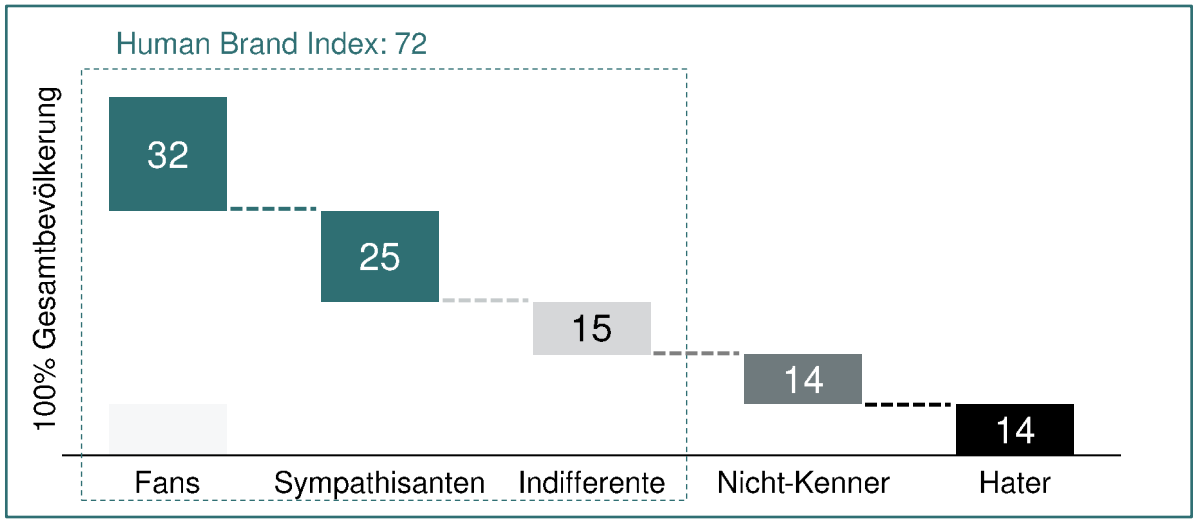
Demografie

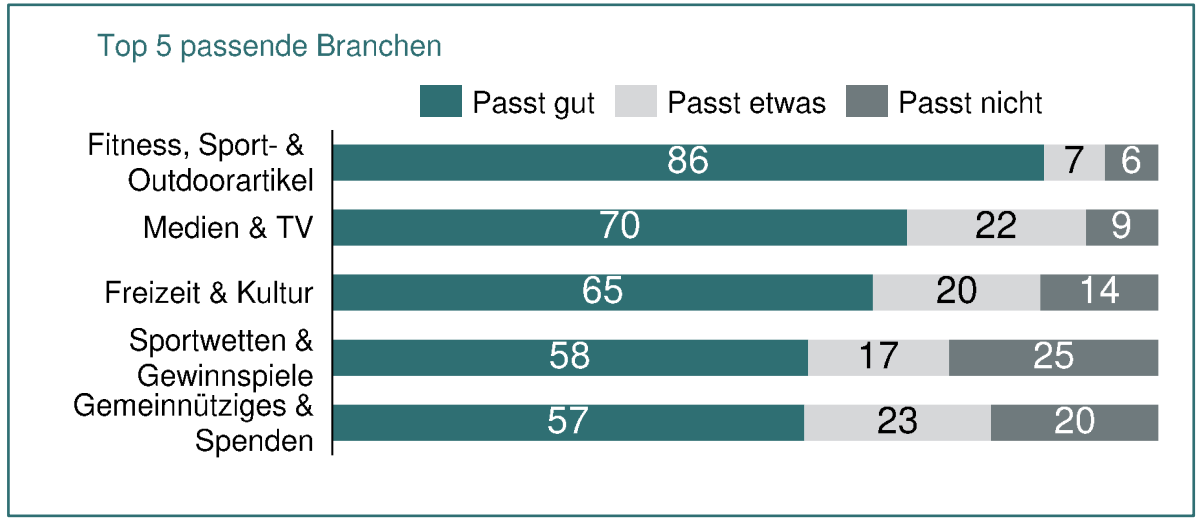
Jürgen Klopp punktet mit hoher Bekanntheit und starken Sympathiewerten – mit knapp einem Drittel Fans erzielt er den höchsten HBI im Testimonial-Test.

KURZPROFIL – JÜRGEN KLOPP







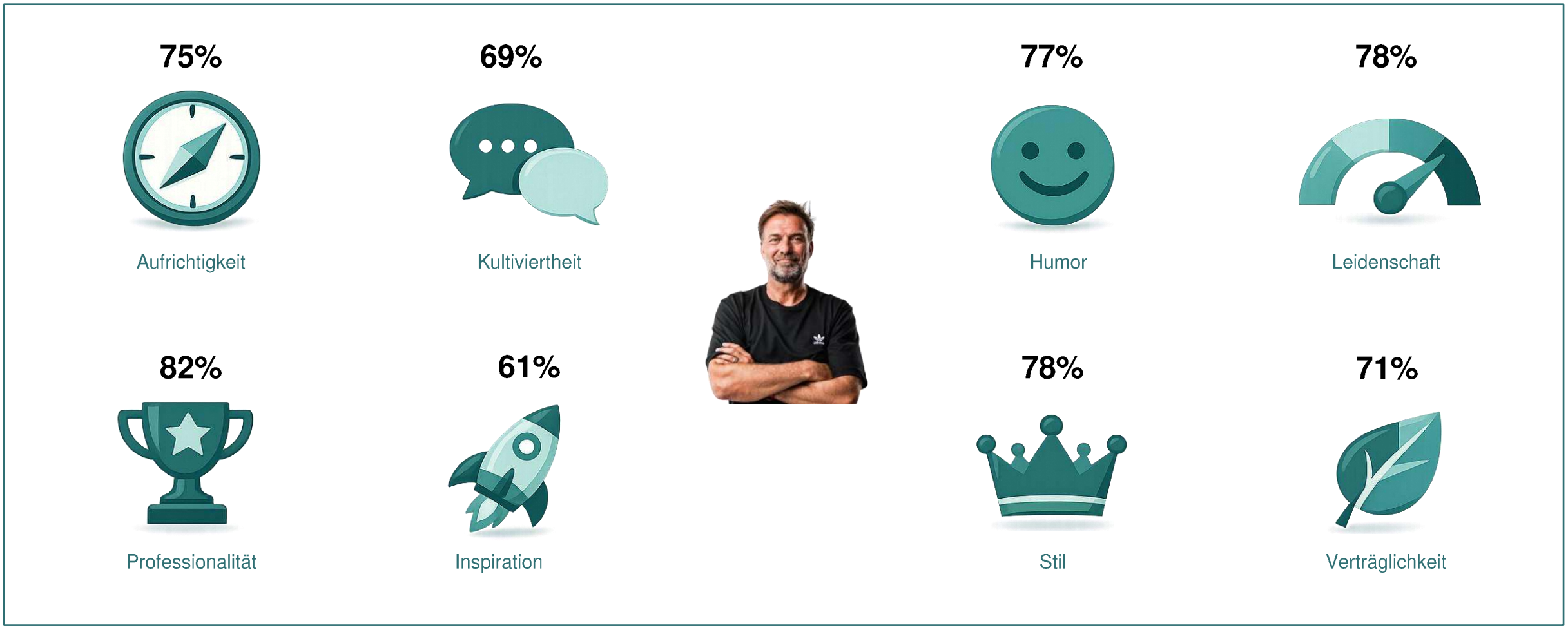


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, n=1.000

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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.

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

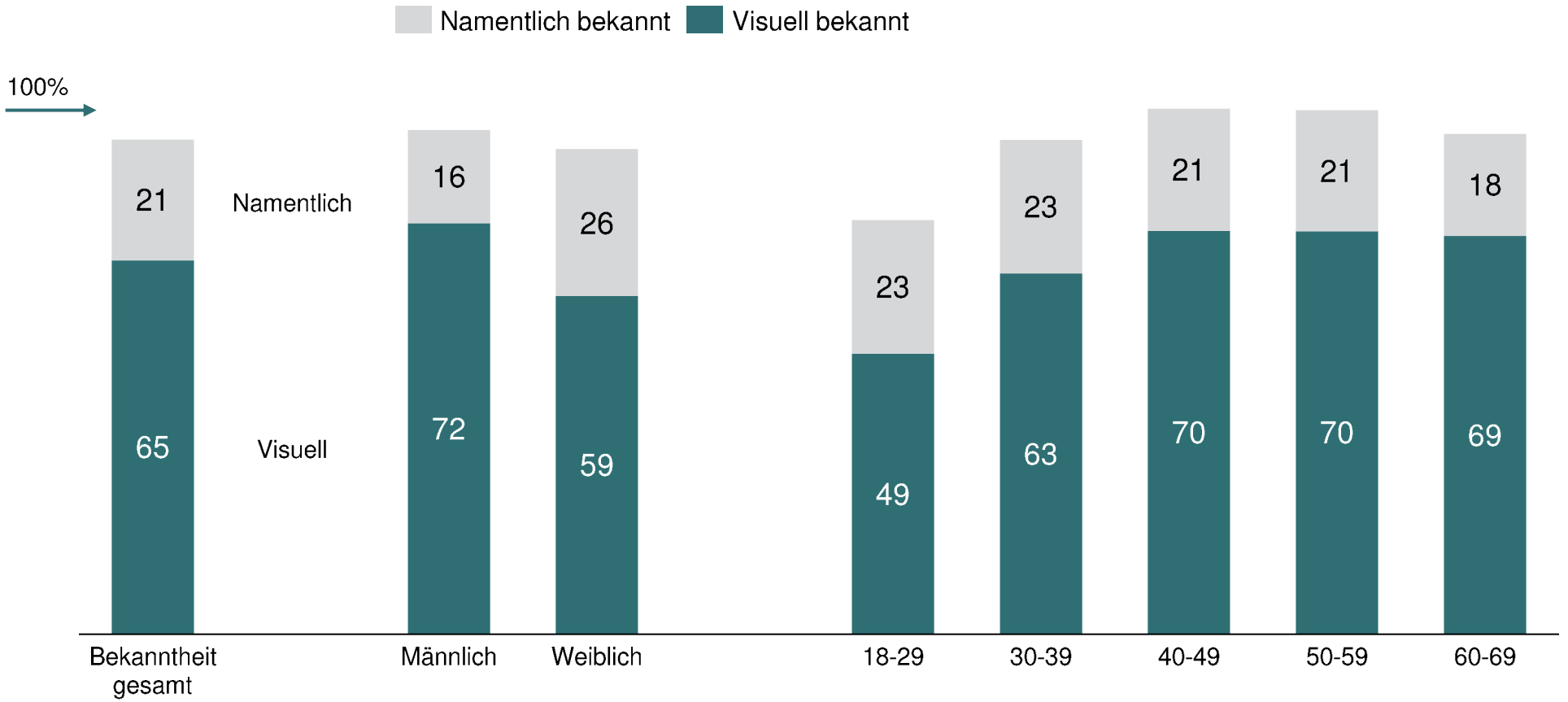
Branchenpassung

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

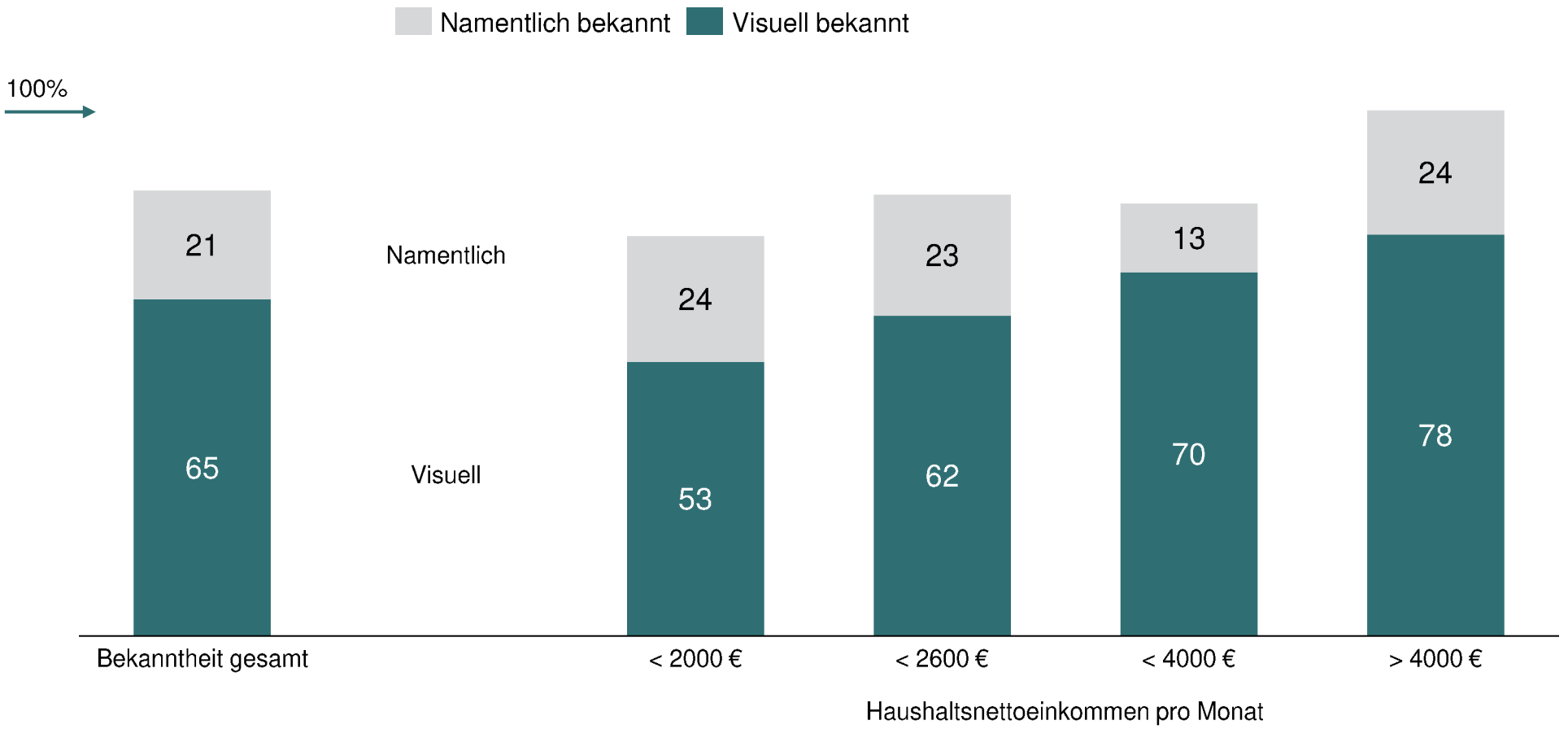


Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Mit steigendem Einkommen nimmt die Bekanntheit von Jürgen Klopp zu.

VISUELLE & NAMENTLICHE BEKANNTHEIT NACH GESCHLECHT UND ALTER – JÜRGEN KLOPP



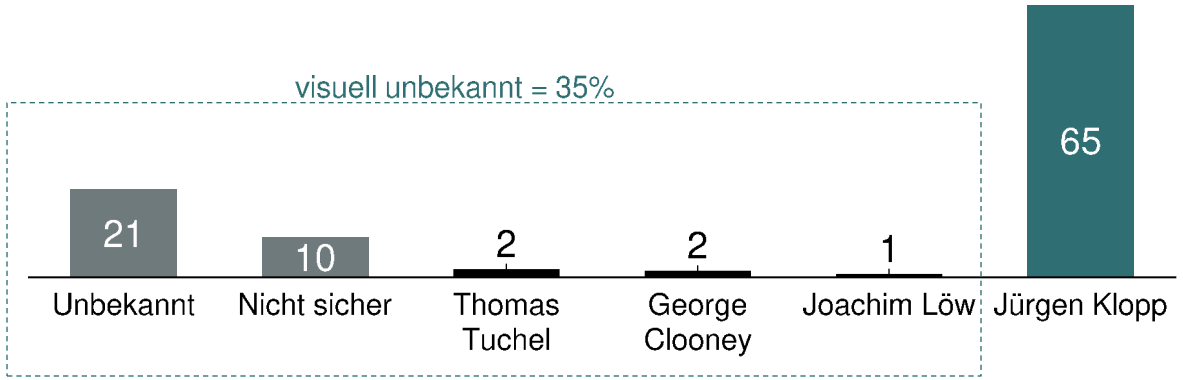
Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

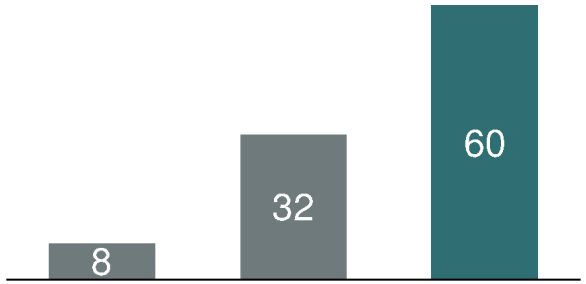
„Kennen Sie die Person auf diesem Bild? Das ist …“



Visuelle Bekanntheit

65%

„Die Person auf diesem Bild heißt Jürgen Klopp. Kennen Sie sie dem Namen nach?“



60% Ja
VON
35% visuell unbekannt

Nur namentliche Bekanntheit:

21%

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

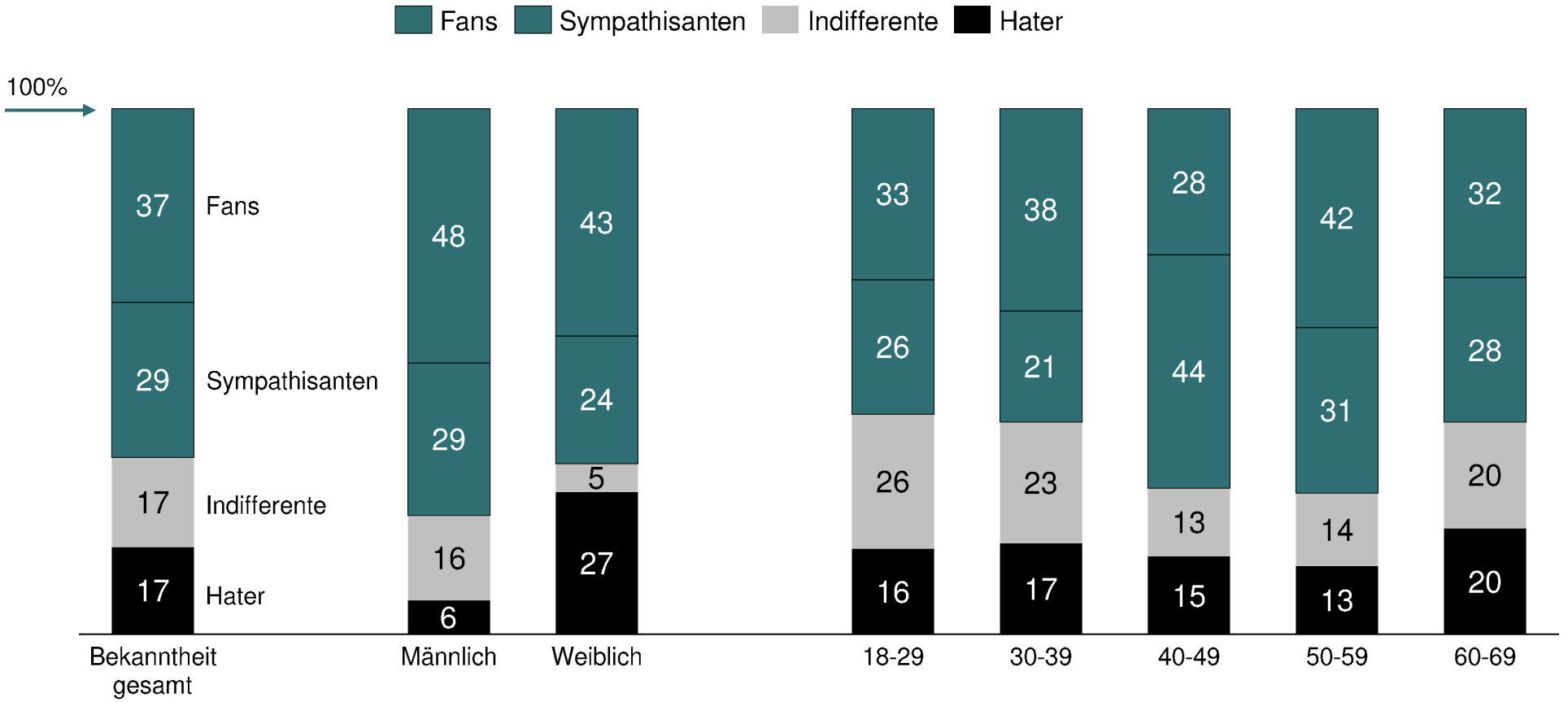
Branchenpassung

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



Hinweis: Beliebtheit auf Basis der Kenner

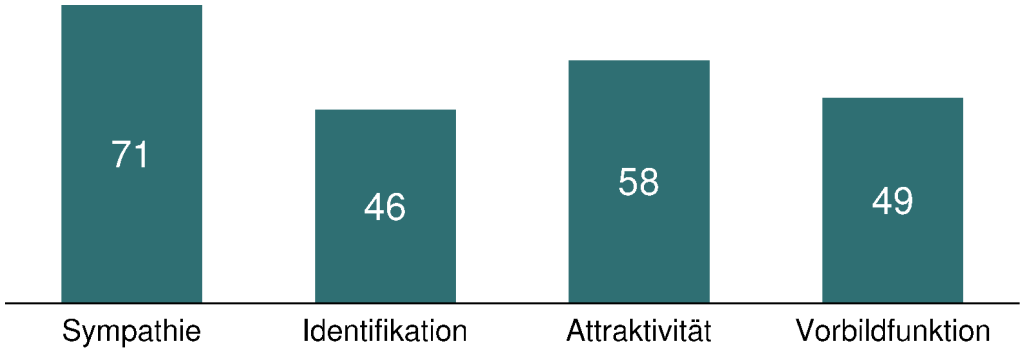
Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

BELIEBTHEIT: BERECHNUNG AM BEISPIEL VON JÜRGEN KLOPP

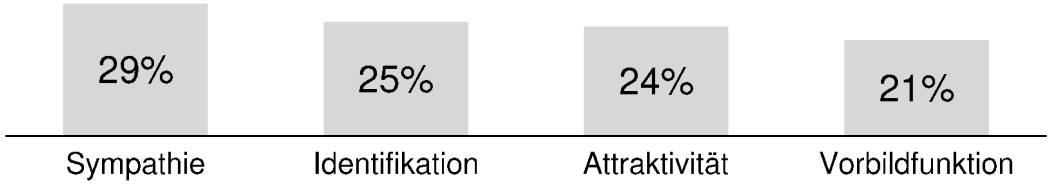
*„Wie setzt sich die Beliebtheit von Jürgen Klopp zusammen? **



Beliebtheit:

59

*Wie wichtig sind die einzelnen Faktoren für die Beliebtheit? ***



Beliebtheitskategorien:

- Fans: 70-100
- Sympathisanten: 50-59
- Indifferente: 30-49
- Hater: 0-29

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

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

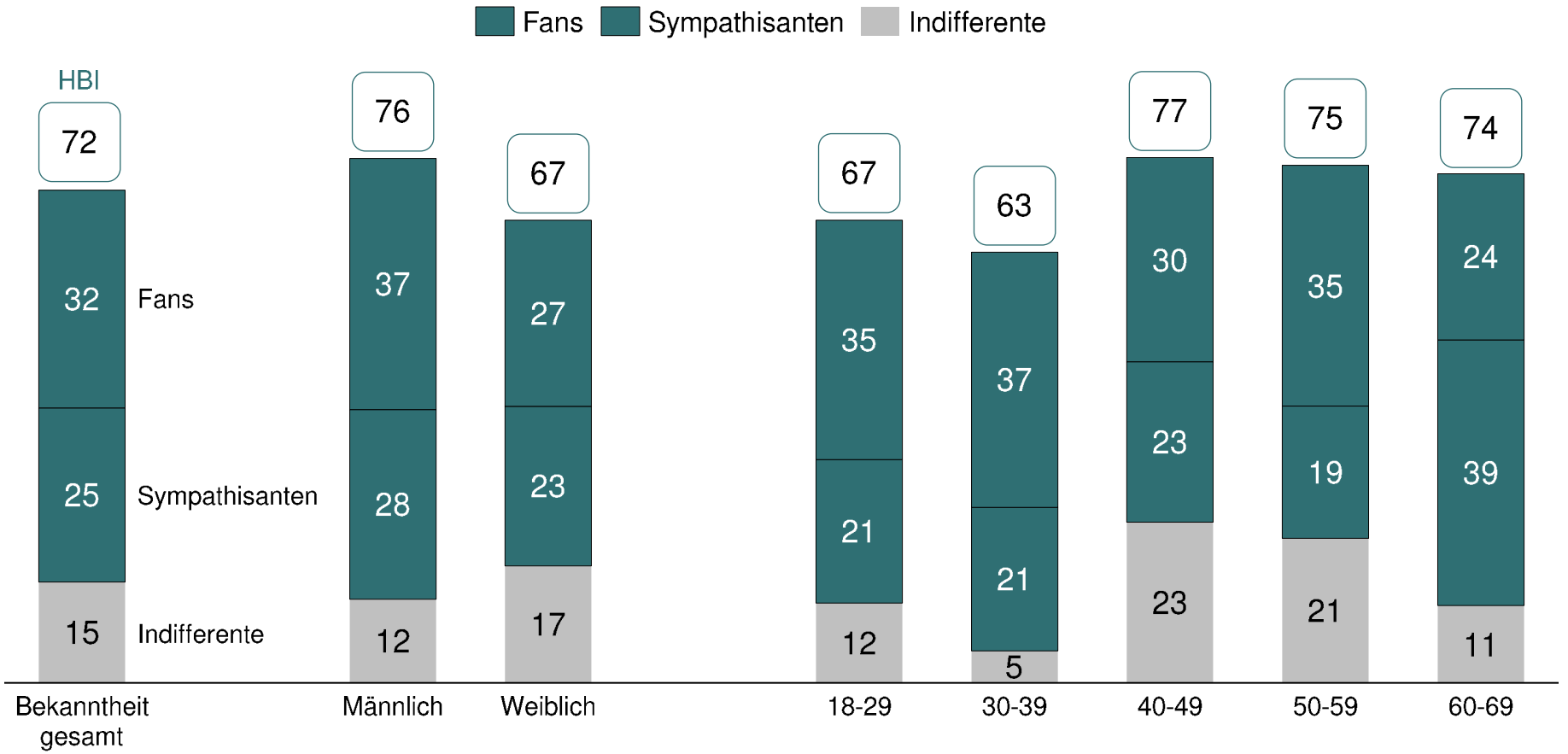
Branchenpassung

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



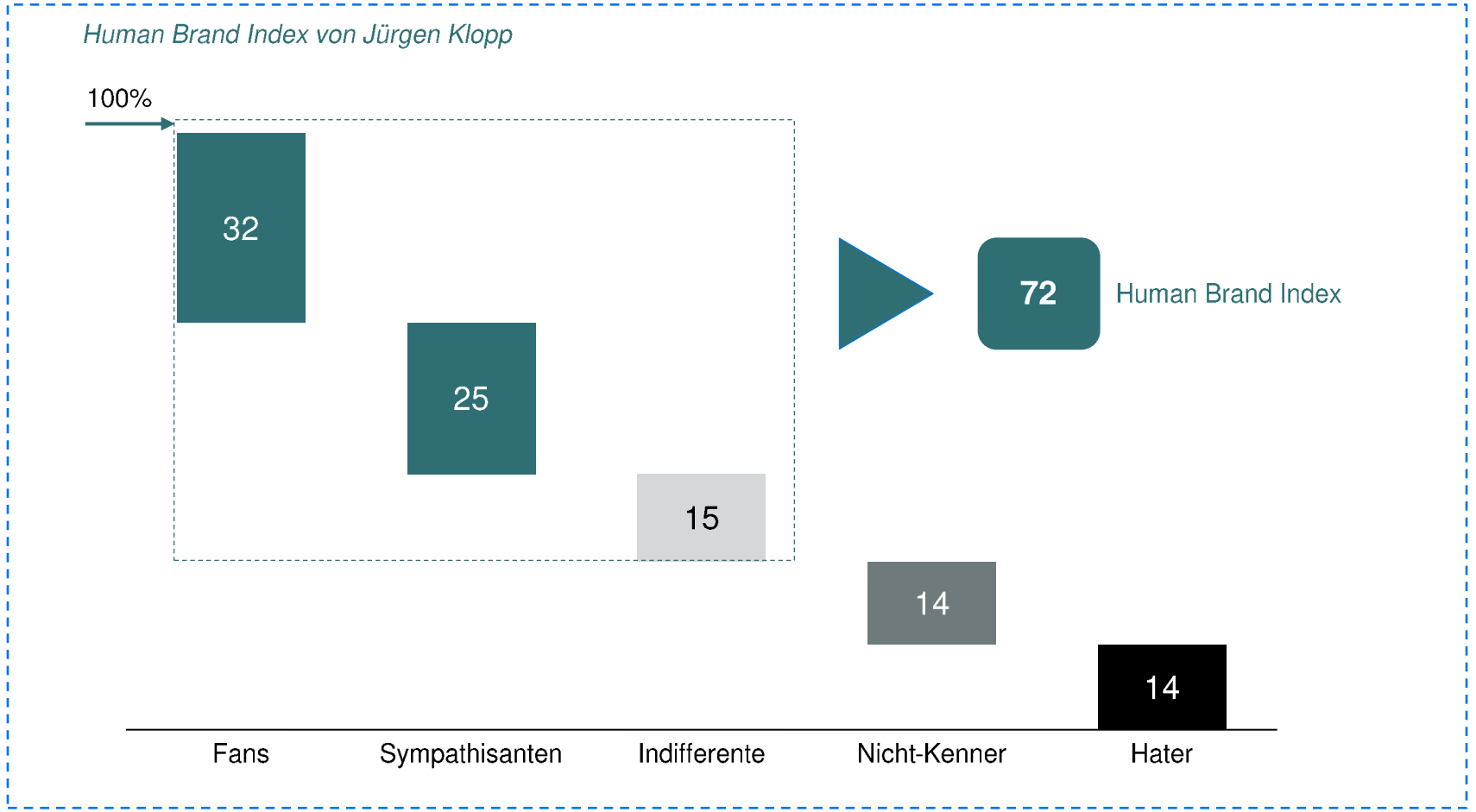
Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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



Bewerter von Jürgen Klopp: n=252

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

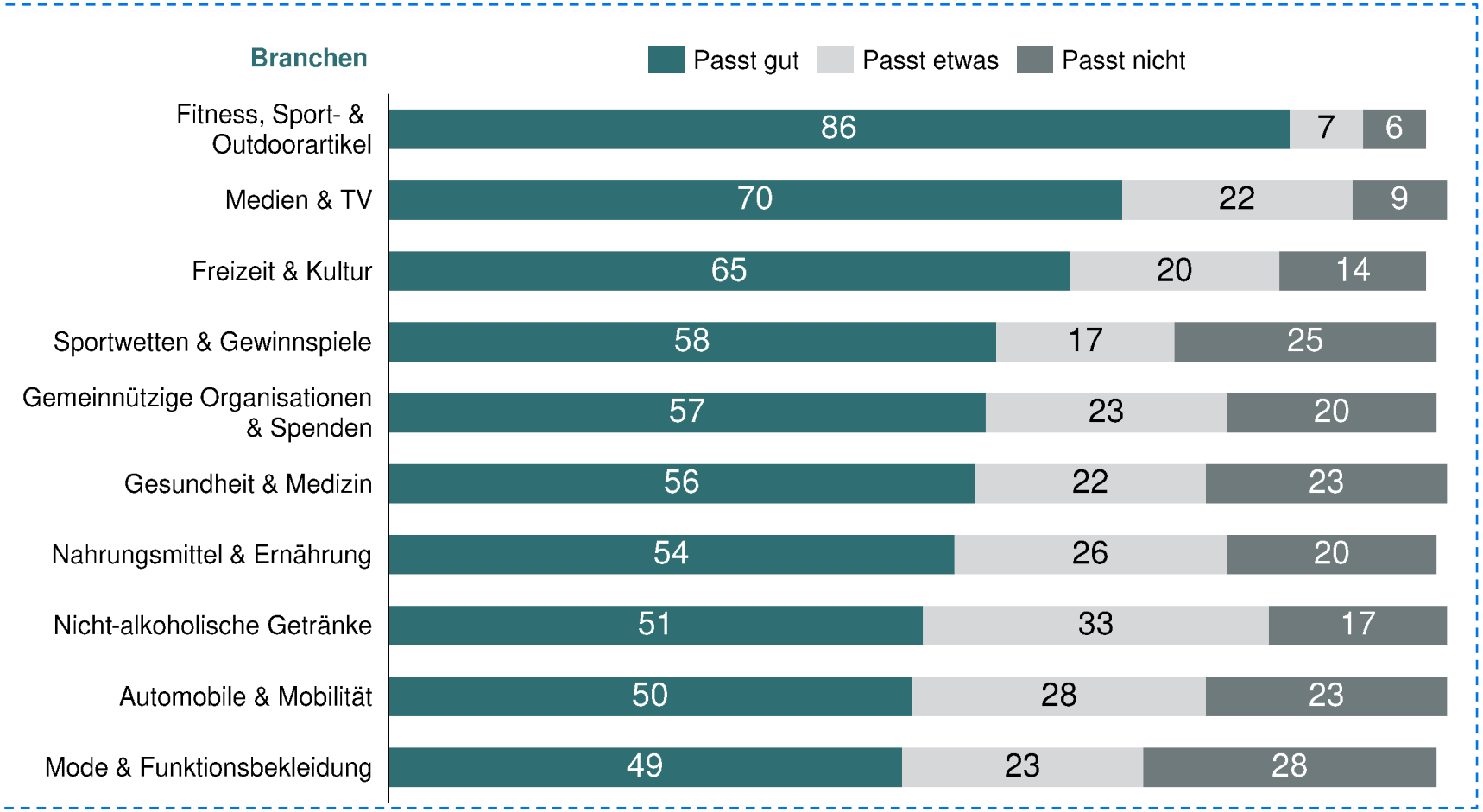
Branchenpassung

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



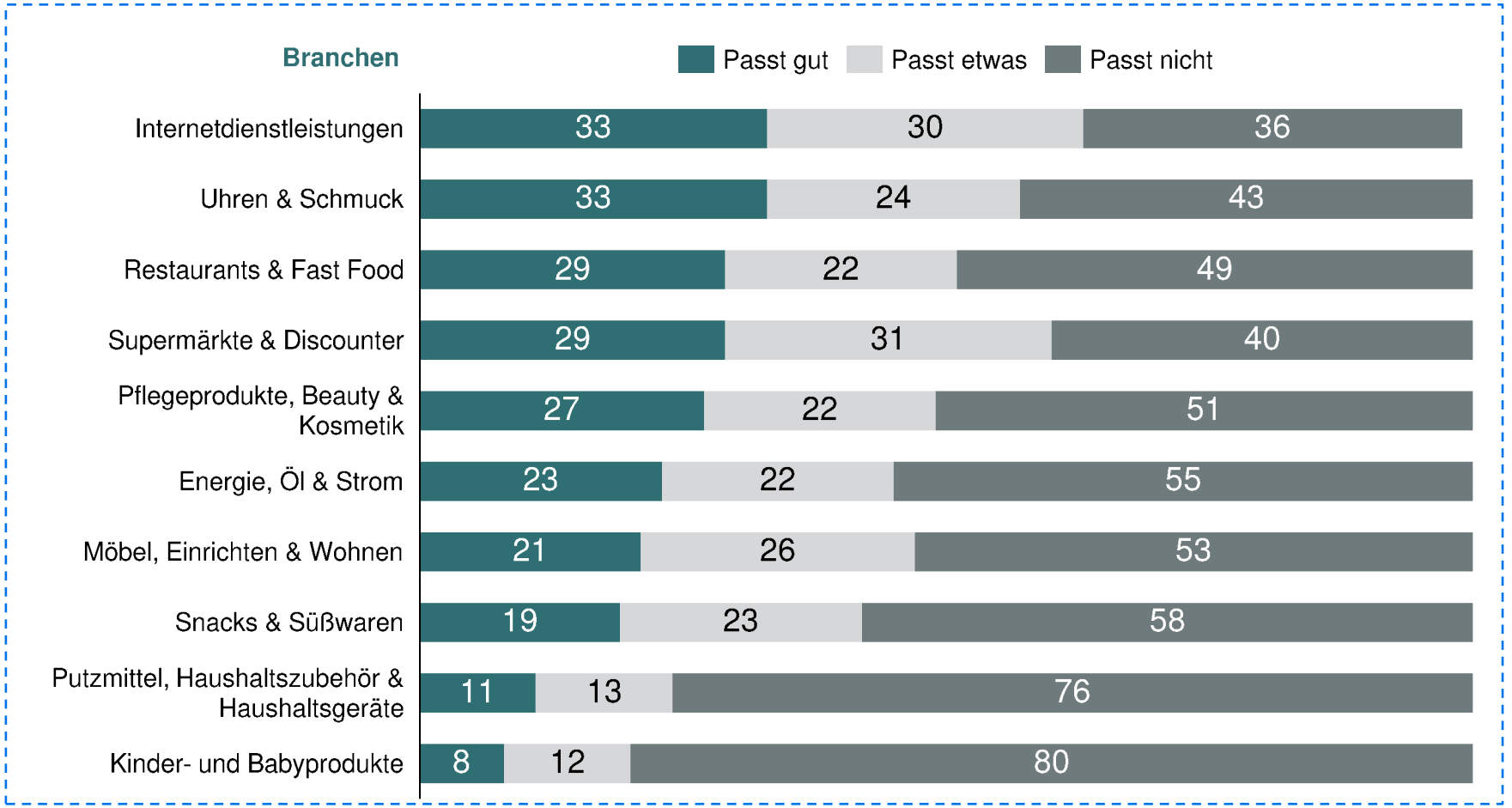
Kenner von Jürgen Klopp: n=217

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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



Kenner von Jürgen Klopp: n=217

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

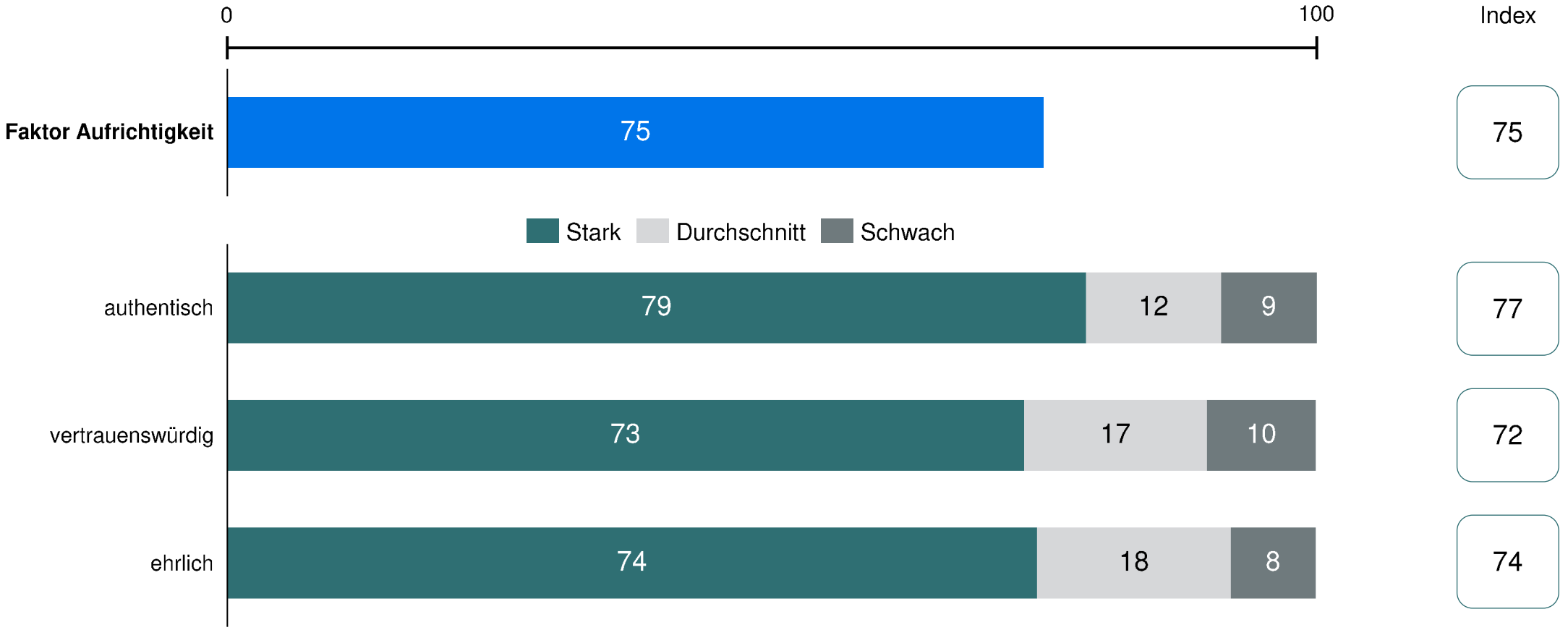
Negative Eigenschaften

Unseriös
Altmodisch

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

PERSÖNLICHKEITSFAKTOR: AUFRICHTIGKEIT



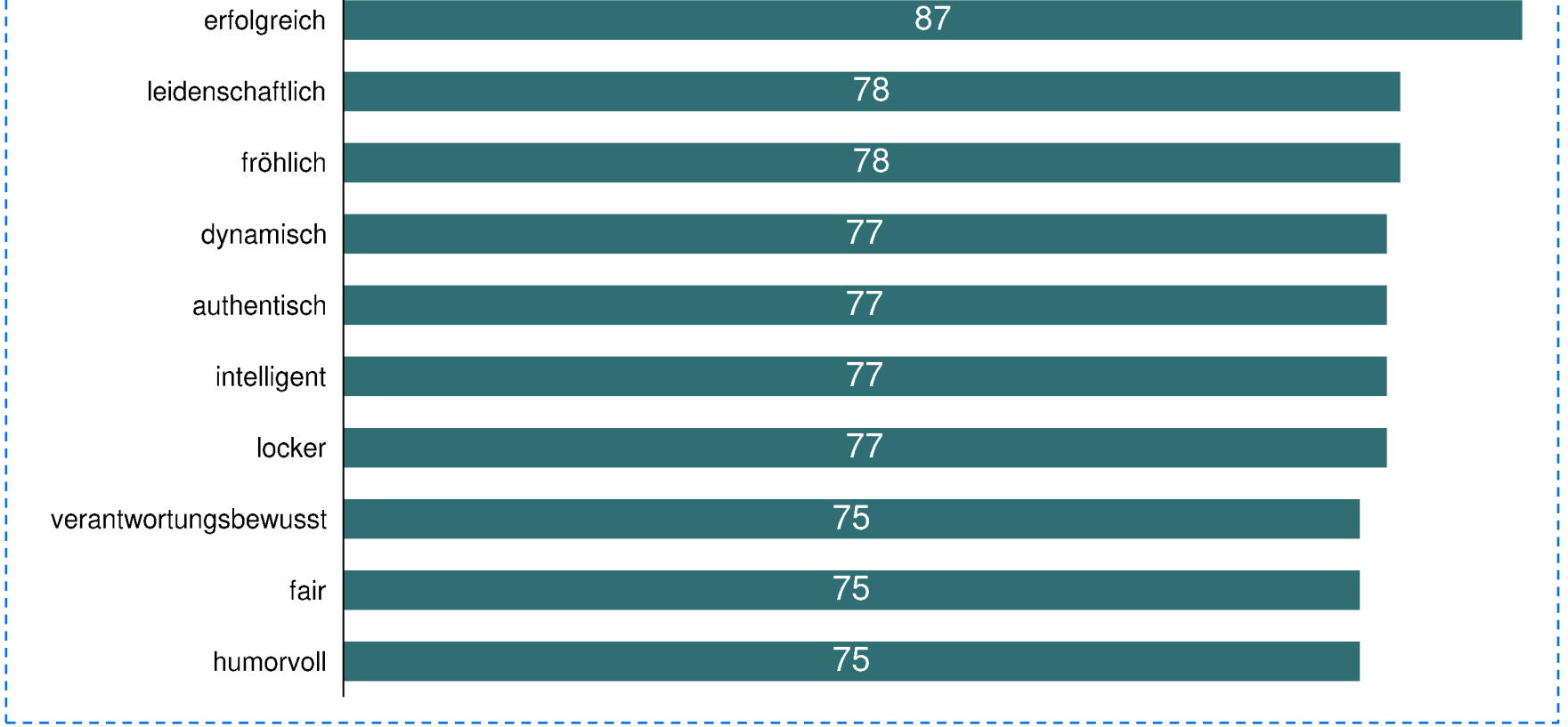
Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

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)

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

TOP 10 EIGENSCHAFTEN



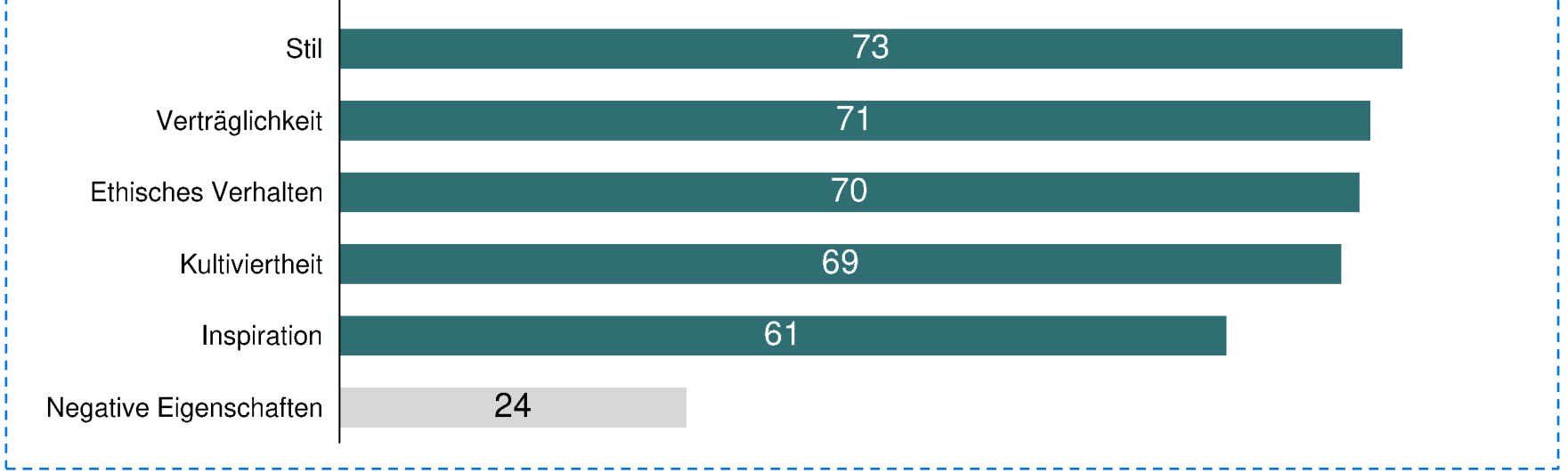
Quelle: HBI Brand Match, Februar 2026, N=1.000

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)

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

IMAGE-FAKTOREN VON JÜRGEN KLOPP



Kenner von Jürgen Klopp: n=217

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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

Kurzprofil

Bekanntheit

Beliebtheit

Human Brand Index

Branchenpassung

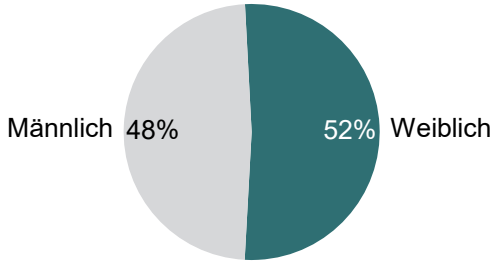
Detailliertes Image

Demografie

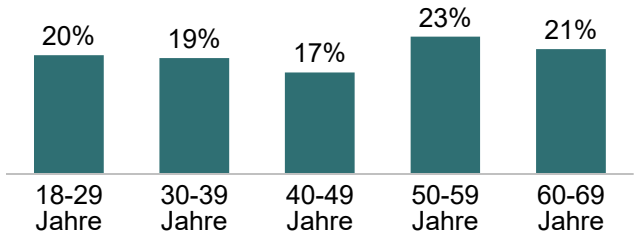
Soziodemografie

SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN

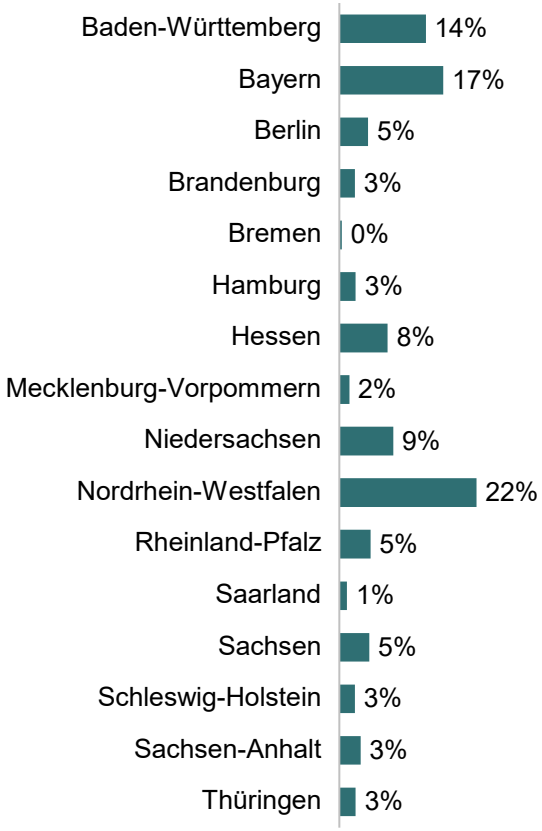
Geschlecht



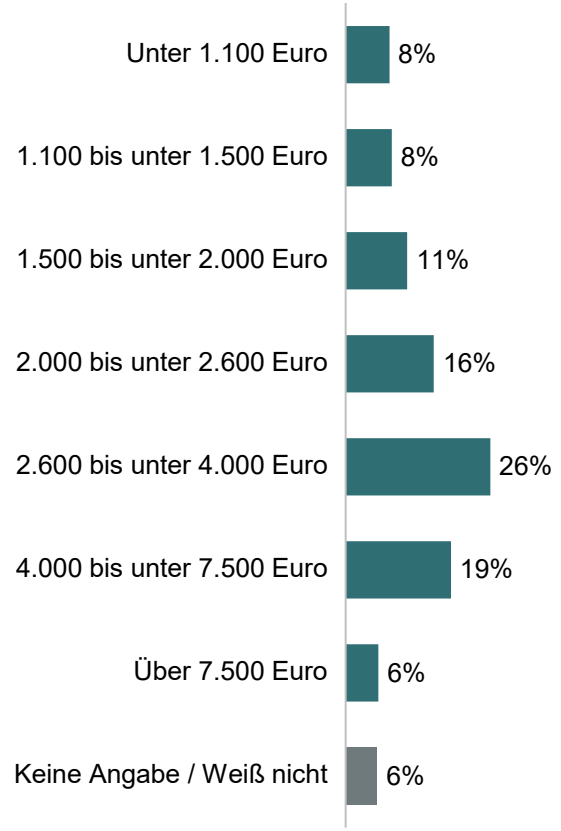
Alter



Bundesland



Einkommen



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

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

SPLENDID RESEARCH AUF EINEN BLICK

Splendid Research

- Mehr als 10 Jahre Erfahrung in Testimonial-Insights
- Bewährte Standardlösungen und individuelle Ansätze
- Über 1.000 Kunden
- Aktiv gepflegtes Panel mit über 2,5 Mio. Teilnehmern
- Marktforschungsprozesse komplett aus einer Hand
- Internationale Marktforschung in 74 Ländern
- Seit 2008 mit Sitz in Hamburg

© 2026 SPLENDID RESEARCH GmbH

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

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.