

19.03.2012 - 01:04 Uhr

Verbraucher lassen sich von der Rezession die Lust auf Luxusmarken nicht nehmen

London (ots/PRNewswire) -

Brand Finances letzte Global-500-Studie über die Top-Marken der Welt kommt zu dem Schluss, dass Verbraucher trotz der düsteren Wirtschaftslage keineswegs den Gürtel enger schnallen, sondern eher herkömmliche Haushaltsmarken und Billigprodukte links liegen lassen, um sich stattdessen einem luxuriösen Lebensstil und Edelmarken zuzuwenden.

Die Studie Brand Finance(R) Global 500 zeigt, wie der weltweite Abschwung eine neue Art von rezessionsfesten und auf sozialen Aufstieg bedachten "Alphamarken" hervorgebracht hat, an welche wir uns ungeachtet der Wirtschaftslage auf der Suche nach Qualität wenden können. Unsere Ergebnisse stellen den Trend auf den Kopf, dass Verbraucher sich in wirtschaftlich unsicheren Zeiten Billigprodukten zuwenden, und belegen, dass sie vielmehr in hochwertigem und topaktuellem Design und Couture schwelgen. Einige der führenden Modemarken weltweit haben reissenden Absatz gefunden - so konnten zum Beispiel Louis Vuitton (4,9 Mrd. USD), Hermès (3,4 Mrd. USD) und Polo Ralph Lauren (3,3 Mrd. USD) ihren Markenwert deutlich steigern.

2012 konnten auch edle Modehäuser wie Prada und Coach ein Comeback feiern, während Christian Dior und Burberry neu in die Global-500-Rangliste eingestiegen sind. Erstmals hat auch die Luxus-Schmuckmarke Tiffany & Co es in die Global 500 geschafft (2,9 Mrd. USD), während der Schweizer Massuhrenhersteller Cartier mit einem Wert von 3,1 Mrd. USD unter die Top-Marken kam.

Da Verbraucher es sich auch während des Abschwungs gutgehen lassen, konnten solche Marken wie Rolls Royce einen Markenwert-Zuwachs von 17 % auf 3,1 Mrd. USD verzeichnen, während Daimler und BMW von der erneuten Nachfrage nach Luxusautomobilen mit einem Markenwert-Zuwachs von 20 % bzw. 5 % profitierten.

Einen weiteren Beweis für die Lust der Verbraucher auf Luxus bildet der Wertverlust von Kaufhausketten wie Sainsbury's (jetzt 5,8 Mrd. USD), ASDA (9,4 Mrd. USD) oder selbst Marks and Spencer's (4,5 Mrd. USD), welche alle ein schwieriges Jahr hinter sich haben.

Auch die neusten technischen Gerätschaften scheinen für den Verbraucher von heute ein Muss zu sein. Technik-Lifestyle-Marken sind auf der Liste ebenfalls tonangebend und waren im Vergleich zum Vorjahr um 79 % stärker vertreten. Dieses Jahr tauchen in der Global 500 ganze 49 Technik-Lifestyle-Marken auf, was die Branche mit einigem Abstand zur wertvollsten macht. Die Technik-Lifestyle-Marke Apple hat Google als wertvollste Marke der Welt eingeholt und weist mit beeindruckenden 70,6 Mrd. USD die höchste Bewertung auf, die je von Brand Finance errechnet wurde.

David Haigh, CEO von Brand Finance, erklärte mit Hinblick auf die Rangliste: "Der Bedeutungszuwachs von Luxus- und Lifestyle-Marken in der diesjährigen Studie ist ziemlich beeindruckend. Während die Welt nach wie vor in der wirtschaftlichen Misere steckt, geben die Menschen ihr hartverdientes Geld für Marken aus, bei denen sie das Gefühl haben, sich darauf verlassen zu können, dass sie hochwertige, langlebige Produkte herstellen. Es ist ausserdem ein ermutigendes Signal für die Wirtschaft zu sehen, dass der Gesamtwert der Global 500 sich seit letztem Jahr um 3,3 % auf 3.415 Mrd. USD vergrössert hat."

Brand Finance Top 15 Luxusmarken 2012

Globaler		Globaler		Markenwert	
Rang	Rang	Marke	Branche	Herkunftsland	2012
1	8	Apple	Technologie	USA	70,6 Mrd. USD
22	23	BMW	Automobil	Deutschland	21,2 Mrd. USD
32	46	American Express	Finanzdienste	USA	18,2 Mrd. USD
201	259	Louis Vuitton	Mode	Frankreich	4,9 Mrd. USD
258		Daimler	Automobil	Deutschland	4 Mrd. USD
320	339	Hermes	Mode	Frankreich	3,4 Mrd. USD
325	337	Polo Ralph Lauren	Mode	USA	3,3 Mrd. USD
357		Cartier	Mode	Schweiz	3,1 Mrd. USD
329		Prada	Mode	Italien	3,3 Mrd. USD
359	405	Rolls-Royce	Automobil	Grossbritannien	3,1 Mrd. USD
360		Coach	Bekleidung	USA	3,1 Mrd. USD
371		Burberry	Mode	Grossbritannien	3 Mrd. USD
384		Tiffany & Co	Einzelhandel	USA	2,9 Mrd. USD
420	498	Gucci	Mode	Frankreich	2,7 Mrd. USD
464		Christian Dior	Mode	Frankreich	2,5 Mrd. USD

Liste Fortsetzung

Globaler	Globaler	Marken-	Prozentualer
Rang	Rang	Rating	Zuwachs an

2012	2011	Marke	2012	Markenwert
1	8	Apple	AAA+	139 %
22	23	BMW	AAA-	5 %
32	46	American Express	AAA-	17 %
201	259	Louis Vuitton	AAA	24 %
258		Daimler	AA-	neu
320	339	Hermes	AA+	9 %
325	337	Polo Ralph Lauren	AA-	6 %
357		Cartier	AAA-	neu
329		Prada	AA+	neu
359	405	Rolls-Royce	AA+	17 %
360		Coach	AA	neu
371		Burberry	AA+	neu
384		Tiffany & Co	AAA-	neu
420	498	Gucci	AA	21 %
464		Christian Dior	AAA-	neu

Brand Finances Top 10 Wertvollste Marken weltweit 2012

Rang		Marke		Branche		Markenwert		Rating	
2012	2011					Herkunftsland	2012	2012	2012
1	8	Apple	Technologie	USA	70,6 Mrd. USD	USA	70,6 Mrd. USD	AAA+	AAA+
2	1	Google	Technologie	USA	47,5 Mrd. USD	USA	47,5 Mrd. USD	AAA+	AAA+
3	2	Microsoft	Technologie	USA	45,8 Mrd. USD	USA	45,8 Mrd. USD	AAA+	AAA+
4	4	IBM	Technologie	USA	39,1 Mrd. USD	USA	39,1 Mrd. USD	AA+	AA+
5	3	Walmart	Einzelhandel	USA	38,3 Mrd. USD	USA	38,3 Mrd. USD	AA	AA
6	18	Samsung	Produktion	Südkorea	38,2 Mrd. USD	Südkorea	38,2 Mrd. USD	AAA-	AAA-
7	7	General Electric	Produktion	USA	33,2 Mrd. USD	USA	33,2 Mrd. USD	AA+	AA+
8	16	Coca Cola	Getränke	USA	31,1 Mrd. USD	USA	31,1 Mrd. USD	AAA+	AAA+
9	5	Vodafone	Telekom	Grossbritannien	30,0 Mrd. USD	Grossbritannien	30,0 Mrd. USD	AAA+	AAA+
10	32	Amazon	Technologie	USA	28,7 Mrd. USD	USA	28,7 Mrd. USD	AA+	AA+

Für die komplette Global 500 und den Bericht zur Global 500 besuchen Sie bitte:

<http://www.brandfinance.com>

Presseinformation: Brand Finance plc James Baker Head of Communications Tel.: +44(0)20-7389-0400 j.baker@brandfinance.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051621/100715066> abgerufen werden.