

05.10.2016 – 07:00 Uhr

**Interbrands Best Global Brands 2016. Die 100 wertvollsten Marken 2016 / Mercedes zurück in Top 10 / Tesla und Dior neu im Ranking / Hohes Wachstum der deutschen Marken**



-----  
 Detaillierter Report  
<http://ots.de/YTuyt>  
 -----

Köln/New York (ots) -

- Querverweis: Die ausführliche Pressemitteilung mit der Tabelle zu den Interbrand's Best Global Brands 2016 liegt in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/pm/38700/3447418> abrufbar -

Im 17. Jahr von Interbrands Best Global Brands schafft Mercedes-Benz erneut den Sprung in die Top 10. Unangefochten auf den Rängen eins bis drei bleiben Apple, Google und Coca-Cola. Apples Markenwert steigt zwar weniger rasant an als in den Jahren zuvor, aber mit 178,12 Milliarden US-Dollar ist der Technologieriese nach wie vor mit großem Abstand die wertvollste Marke der Welt.

Besonders erfreulich ist das deutliche Wachstum der deutschen Marken, fast alle können sich über zweistellige Wertzuwächse freuen. Mercedes-Benz und Porsche sind mit starken 18 Prozent Wachstum die Sieger unter den deutschen Marken. adidas verzeichnet mit plus 16 Prozent das zweithöchste Wachstum.

Audi und SAP legen um 14 bzw. 13 Prozent zu, BMW und die Allianz um je 12 Prozent und Siemens und DHL um 10 bzw. 6 Prozent. Der BMW Konzern kann jedoch nicht nur mit der Marke BMW einen Erfolg verbuchen, denn auch Mini kann mit einem satten Wachstum von 18 Prozent seine Position um zehn Plätze im Ranking verbessern. Bei den deutschen Marken muss lediglich Volkswagen Verluste von minus 9 Prozent verkraften. Insgesamt wächst der Wert aller 100 gelisteten Marken gegenüber dem Vorjahr um 4,8 Prozent auf einen neuen Rekordwert von rund 1,8 Billionen US-Dollar.

Über den Neueinstieg ins Ranking freut sich Dior, neben Louis Vuitton und Moët & Chandon die dritte Marke unter den Best Global Brands aus dem Portfolio von LVMH. Auch Tesla gehört nun zu den 100 wertvollsten der Welt. Elon Musk's kompromisloser Revolutionswille, die zukunftsweisende Technik und das ästhetische Design der Fahrzeuge haben eine beeindruckende Marke geschaffen.

Die Marke mit dem höchsten Wachstum ist in diesem Jahr Facebook. Mit einer enormen Steigerung des Markenwertes von 48 Prozent prescht das Unternehmen auf Rang 15 vor. Mark Zuckerbergs Social Media Marke ist damit die Top Growing Brand des Best Global Brands Rankings 2016. Zweitwachstumsstärkste Marke ist Amazon. Mit einem Plus von 33 Prozent und einem Markenwert von 50,34 Milliarden US-Dollar rückt der Online-Dienstleister auf Rang acht vor.

Der diesjährige Best Global Brands Report zeigt laut Interbrand "The Anatomy of Growth": Die 100 wertvollsten Marken im Ranking von 2016 zeigen deutlicher denn je, dass ein großes Wachstum der Marke auch für ein großes Wachstum bei den Unternehmen sorgt.

"Marken helfen Unternehmen dabei, zu wachsen", sagt Nina Oswald, Managing Director Interbrand Germany. "Erfolgreiche Marken blicken nach innen und nach außen, expandieren in neue Märkte und schaffen bessere Markenerlebnisse - sie haben die 'Anatomie des Wachstums' verstanden. Diese ist komplex, nuanciert und vor allem sehr individuell. Denn für jede Marke bedeutet Wachstum etwas anderes, jede Marke und die damit verbundene Geschichte sind einzigartig. Die weltweit erfolgreichsten Marken, die es in Interbrands Best Global Brands Ranking schaffen, reagieren nicht nur auf Wandel, sie treiben ihn voran."

#### Wachstumsbranche Automotive

Die Automobilindustrie ist weltweit nach wie vor ungebrochen auf Wachstumskurs. Außer Volkswagen und Honda, die Verluste von minus neun bzw. minus vier Prozent hinnehmen müssen, können die restlichen der insgesamt 15 Marken aus dem Automobilsektor eine Steigerung in ihrem Markenwert verzeichnen. Toyota bleibt insgesamt die wertvollste Automobilmarke im Ranking und rückt sogar unter die Top fünf auf. Mercedes-Benz wächst um 18 Prozent und ist mit einem Wert von 43,49 Milliarden US-Dollar in diesem Jahr wertvollste deutsche Marke. BMW rangiert mit 41,55 Milliarden US-Dollar dicht dahinter.

Nissan gehört erneut zu den Top Wachstumsmarken in diesem Jahr und schiebt sich mit einem Wertzuwachs von 22 Prozent auf Platz 43. Doch auch Porsche und Mini mit je 18 Prozent Steigerung zeigen sich überaus erfolgreich. Ein gutes Umsatzwachstum und verbesserte Margen bescheren Audi ein Wachstum von 14 Prozent. Der Neueinsteiger Tesla platziert sich mit einem Markenwert von vier Milliarden US-Dollar auf Platz 100.

"Die Autobauer stellen sich den neuen Wettbewerbern wie Google und Co. und beschäftigen sich mit E-Mobility, selbstfahrenden Autos und ganzheitlichen Mobilitätslösungen", meint Nina Oswald. "Die Herausforderung liegt jedoch darin, die Balance zwischen Tradition und Zukunftsvision, Innovation und der Erwartungshaltung des Konsumenten zu finden."

#### Heterogenes Wachstum im Technologie- und Elektroniksektor

Die Technologie-Marken dominieren mit ihrem kumulierten Markenwert das Ranking nach wie vor deutlich, das Wachstum ist jedoch sehr ungleich verteilt. Facebook verzeichnet den höchsten Zuwachs im gesamten diesjährigen Ranking mit plus 48 Prozent. Adobe und Huawei wachsen mit 21 und 18 Prozent, SAP und Google mit 13 bzw. 11 Prozent. Samsung erreicht ein Plus von 14 Prozent und wächst damit in diesem Jahr deutlich stärker als Konkurrent Apple mit nur fünf Prozent, besetzt aber unverändert Rang sieben. Microsoft, Intel und Cisco wachsen im direkten Vergleich etwas langsamer, mit 8 bzw. je vier Prozent.

Die Elektronikbranche hingegen stagniert leicht, allein Philips und Sony weisen ein Wachstum von vier bzw. acht Prozent auf.

#### Schweizer Marken

Die wertvollste Schweizer Marke ist auch 2016 Nescafé. Das Wachstum der Marke hat sich jedoch mit plus zwei Prozent deutlich verlangsamt, Rang 36 können die Schweizer dennoch verteidigen. Nestlé kann zwar noch ein Wachstum von einem Prozent verzeichnen, rutscht dennoch von Rang 52 auf 56, aufgrund des deutlich stärkeren Wachstums der weiteren Marken.

#### Methodik

Interbrands 17. Best Global Brands Report untersucht wie Marken dabei helfen, zum gesamten Unternehmenswachstum beizutragen - von der Erfüllung der Konsumentenerwartungen, bis hin zu ihrem Beitrag zum Wachstum des ökonomischen Wertes.

Diese Methodik ist die erste erfolgreich nach ISO 10668:2010 zertifizierte Methodik. Eine internationale Norm, welche die Grundanforderungen an die Verfahren und Methoden zur Bestimmung des monetären Wertes einer Marke festlegt.

Die Analyse erfolgt aufgrund von drei prinzipiellen Aspekten:

- der finanziellen Performance der gebrandeten Produkte oder Dienstleistungen
- der Rolle welche die Marke im Kaufentscheidungsprozess spielt
- sowie der Stärke der Marke, die ein Preis-Premium ermöglicht und die zukünftig zu erwartenden Erträge für das Unternehmen sichert.

## Best global Brands Website

Auf [www.bestglobalbrands.com](http://www.bestglobalbrands.com) finden Sie detaillierte Analysen und Artikel zu den Top 100 Marken und den vollständigen "Anatomy of Growth"-Report 2016.

## Über Interbrand

Interbrand ist eine weltweit tätige Markenberatung mit 29 Büros in 22 Ländern. Durch die besondere Verbindung von Strategiekompetenz, Technologie-Know-How und kreativer Exzellenz unterstützt Interbrand seine Kunden dabei, einzigartige Markenerlebnisse für nachhaltiges Wachstum zu entwickeln, getreu dem Motto: "We grow brands and businesses". Interbrand veröffentlicht jährlich die allgemein anerkannte Studie Best Global Brands und ist Herausgeber des Webby Award-prämierten "brandchannel". Interbrand ist Teil des Omnicom Group Inc. Agenturnetzwerkes (NYSE:OMC). Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf [Interbrand.com](http://Interbrand.com) oder folgen Sie uns auf Twitter, und Facebook.

## Kontakt:

Sandra Rau, Manager Corporate Communications  
T +49 221 95 172 159,  
M +49 179 49 73 956,  
[sandra.rau@interbrand.com](mailto:sandra.rau@interbrand.com)

## Medieninhalte



Top 10 Interbrands Best Global Brands. Die 100 wertvollsten Marken 2016 / Mercedes zurück in Top 10 / Tesla und Dior neu im Ranking / Hohes Wachstum der deutschen Marken. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/38700](http://www.presseportal.de/nr/38700) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Interbrand"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015960/100793821> abgerufen werden.