

04.10.2018 – 06:30 Uhr

## Best Global Brands 2018 - Apple, Google und Amazon die drei wertvollsten Marken der Welt



01  +16% 214,480 \$m	02  +10% 185,000 \$m	03  +56% 100,764 \$m	04  +18% 82,710 \$m	05  -2% 66,241 \$m	06  +6% 58,890 \$m	07  +5% 52,454 \$m	08  -2% 48,801 \$m	09  -8% 45,168 \$m	10  +2% 42,417 \$m
11  +10% 43,280 \$m	12  -8% 42,972 \$m	13  -1% 41,069 \$m	14  -2% 38,214 \$m	15  +8% 34,375 \$m	16  -28% 32,737 \$m	17  +11% 30,120 \$m	18  +23% 28,152 \$m	19  -5% 26,133 \$m	20  +4% 23,882 \$m
21  +1% 22,288 \$m	22  -2% 20,788 \$m	23  New 20,000 \$m	24  +8% 19,739 \$m	25  -5% 17,712 \$m	26  +10% 15,987 \$m	27  -5% 15,458 \$m	28  -7% 14,864 \$m	29  -2% 14,849 \$m	30  -10% 14,828 \$m
31  +1% 14,817 \$m	32  +19% 14,372 \$m	33  +12% 11,827 \$m	34  +14% 14,214 \$m	35  -2% 13,998 \$m	36  +2% 13,838 \$m	37  +2% 13,083 \$m	38  -2% 13,017 \$m	39  +20% 12,842 \$m	40  +5% 12,212 \$m
41  +8% 12,201 \$m	42  +1% 12,167 \$m	43  +8% 12,154 \$m	44  +8% 11,789 \$m	45  -9% 11,377 \$m	46  +8% 11,208 \$m	47  0% 11,118 \$m	48  +4% 11,102 \$m	49  +8% 10,821 \$m	50  +17% 10,772 \$m
51  +10% 10,748 \$m	52  +1% 10,707 \$m	53  -3% 10,624 \$m	54  +8% 10,622 \$m	55  -8% 10,385 \$m	56  +1% 10,122 \$m	57  +10% 9,819 \$m	58  -2% 9,523 \$m	59  -10% 9,216 \$m	60  -3% 9,104 \$m
61  +10% 9,021 \$m	62  -2% 8,938 \$m	63  +1% 8,802 \$m	64  +4% 8,689 \$m	65  -9% 8,157 \$m	66  +40% 8,111 \$m	67  +1% 7,848 \$m	68  +14% 7,578 \$m	69  +10% 7,647 \$m	70  +18% 7,648 \$m
71  +4% 6,928 \$m	72  +10% 6,890 \$m	73  +22% 6,621 \$m	74  -7% 6,533 \$m	75  +2% 6,492 \$m	76  +9% 6,293 \$m	77  +3% 6,231 \$m	78  +2 6,221 \$m	79  +3% 6,045 \$m	80  +18% 6,760 \$m
81  +8% 5,730 \$m	82  +10% 5,720 \$m	83  +4 5,641 \$m	84  +1 5,641 \$m	85  +10% 5,317 \$m	86  -2% 5,281 \$m	87  +4% 5,293 \$m	88  +10% 5,171 \$m	89  -8% 5,216 \$m	90  +2% 5,214 \$m
91  +14% 5,222 \$m	92  New 5,176 \$m	93  -8% 5,161 \$m	94  -3% 4,969 \$m	95  +2% 4,812 \$m	96  -2% 4,722 \$m	97  +7% 4,721 \$m	98  New 4,722 \$m	99  New 4,699 \$m	100  New 4,214 \$m

#BGB2018

bestglobalbrands.com

City (ots) -

- Querverweis: Die komplette Aufstellung liegt in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/pm/38700/4078338> abrufbar -

- Apple knackt als erste Marke die zwei hundert Milliarden US-Dollar Grenze
- Ein Wertzuwachs von 56 Prozent katapultiert Amazon auf Rang 3
- Luxussektor mit 42 Prozent der prozentual am stärksten wachsende Sektor

- Spotify u. a. neu im Ranking, Chanel wieder dabei
- Insgesamt elf deutsche Marken im Ranking
- Mercedes-Benz als weiterhin wertvollste deutsche Marke in der Gruppe der Top Ten

Interbrand kürt im 19. Jahr der Best Global Brands erneut Apple zur wertvollsten Marke der Welt. Mit einem Markenwert von 214,48 Milliarden US-Dollar ist Apple die erste Marke in der Geschichte der Best Global Brands, die die zwei hundert Milliarden US-Dollar Grenze knackt. Die neue Nummer drei heißt Amazon. Der Onlinehändler steigert seinen Markenwert um 56 Prozent. Damit verzeichnet Amazon das größte Wachstum aller Best Global Brands in diesem Jahr sowie das einer einzelnen Marke seit Facebook im Jahr 2014. Das spektakuläre Wachstum dieser Marke gründet auf ihrem Erfolg in der Neudefinition der Gesetze des Handels. Amazon ist führend in Bezug auf Benutzer- und Verbrauchererlebnis sowie Innovation und Reaktionsfähigkeit.

"Amazon steht mit seinem Erfolg beispielhaft für das diesjährige Thema der Best Global Brands: Activating Brave", so Simon Thun, Chief Executive Officer von Interbrand Central & Eastern Europe. "Nachhaltiger Erfolg erfordert den Mut, nicht nur mit der allgemeinen Entwicklung zu gehen, sondern in neue Richtungen voranzuschreiten. In unserem Ranking wachsen vor allem diejenigen Marken überdurchschnittlich, die mutig Neues probieren und dann konsequent umsetzen und skalieren. Das größte Risiko für Marken in der heutigen Zeit besteht zunehmend darin, nicht den Mut für Veränderung aufzubringen."

Charles Treveil, Global Chief Executive Officer von Interbrand, sieht das genauso: "Ein Jahrzehnt nach der globalen Finanzkrise wachsen die Marken am schnellsten, die ihre Kunden instinktiv verstehen und mutig neue Wege beschreiten, die Anklang beim Verbraucher finden, weil sie überraschen."

#### Mercedes-Benz wertvollste deutsche Marke

Aus deutscher Sicht ist das Feld der Top 10 auch sehr erfreulich. Nicht nur, dass Mercedes-Benz seinen Platz unter den Top 10 verteidigt. Der Stuttgarter Autobauer verbessert sich und belegt mit einem Markenwert von 48,60 Milliarden US-Dollar Rang 8 (2017: Rang 9). Damit ist Mercedes-Benz auch in diesem Jahr erneut die wertvollste deutsche Marke.

Nahezu alle deutschen Marken steigerten ihren Markenwert. adidas ist in diesem Jahr mit einem Wachstum von 17 Prozent, die deutsche Marke mit dem größten Wertzuwachs und steigt von Rang 55 auf 50 (Markenwert: 10,77 Milliarden US-Dollar). Allianz verzeichnet mit plus acht Prozent das zweithöchste Wachstum in der Gruppe der deutschen Best Global Brands und belegt mit einem Markenwert von 10,82 Milliarden US-Dollar Rang 49. VW und Porsche steigern ihren Markenwert um je sechs Prozent, MINI und auch DHL um je drei Prozent. Audi, SAP und Siemens verbessern sich um je ein Prozent. Einzig BMW ist in diesem Jahr im Wert leicht rückläufig.

#### Gewinner, Verlierer und Neuzugänge

Neben Amazon als Top Growing Brand gehören auch Netflix, Gucci, Louis Vuitton und Salesforce.com zu der Gruppe der Top 5 Gewinner in diesem Jahr. Netflix ist zweitwachstumsstärkste Marke und klettert mit einem Plus von 45 Prozent 12 Plätze nach oben auf Rang 66 (Markenwert: 8,11 Milliarden US-Dollar). Den dritten Platz in der Gruppe der Aufsteiger belegt Gucci. Die Luxusmarke verzeichnet einen Wertzuwachs von 30 Prozent, macht damit ebenso 12 Plätze gut und schiebt sich auf Rang 39 vor (Markenwert: 12,94 Milliarden US-Dollar). Louis Vuitton ist die zweite Luxusmarke im Club der diesjährigen Gewinner und legt 23 Prozent an Wert zu. 2017 Neueinsteiger Salesforce.com gewinnt auch 23 Prozent und belegt mit einem Markenwert von 6,43 Milliarden US-Dollar Rang 75.

Zu den Verlierern in 2018 gehören GE (-26%), H&M (-18%), Harley-Davidson (-9%), Hewlett Packard Enterprise (-9%) und IBM (-8%). Nach fünf Jahren als Top Growing Brand muss Facebook 2018 erstmals ein Minus hinnehmen, von sechs Prozent.

Im Jahr 2018 debütieren zwei Marken: Spotify steigt mit einem Markenwert von 5,18 Milliarden US-Dollar auf Platz 92 ein. Und auch Subaru schafft mit einem Markenwert von 4,21 Milliarden US-Dollar den Sprung unter die Top 100 (Rang 100).

Chanel, 2009 zum letzten Mal im Ranking, steigt mit einem Markenwert von 20,01 Milliarden US-Dollar auf Platz 23 wieder ein. Und auch Hennessy (Rang 98), 2009 zum letzten Mal dabei, sowie Nintendo (Rang 99), 2014 zum letzten Mal in den Best Global Brands, können sich über den Wiedereinstieg freuen.

Luxus und Einzelhandel die prozentual am stärksten wachsenden Branchen Mehr als die Hälfte der Best Global Brands stammen aus vier Branchen: Automotive (16 Marken), Technologie (13 Marken), Finanzdienstleistungen (12 Marken), Luxus (9 Marken) und FMCG (9 Marken).

Der Luxussektor löst mit 42 Prozent in diesem Jahr den Einzelhandel als prozentual am stärksten wachsenden Sektor ab. Dennoch bleibt der Einzelhandel stark und wächst eindrucksvoll um 36 Prozent. Großes Wachstum verzeichnen auch die Elektronikbranche (20 Prozent), der Sportartikelsektor (13 Prozent) sowie die Finanzdienstleistungsbranche (10 Prozent).

Insgesamt wächst der Wert aller 100 gelisteten Marken gegenüber dem Vorjahr um 7,7 Prozent auf einen neuen Rekordwert von 2,02 Billionen US-Dollar.

Das vollständige Ranking, detaillierte Analysen, Trends sowie viele Hintergrundartikel und Interviews mit den Markenverantwortlichen der Best Global Brands finden Sie unter [www.bestglobalbrands.com](http://www.bestglobalbrands.com)

Markenbewertungsansatz von Interbrand Die Markenbewertung von Interbrand erfolgt entlang von drei Aspekten:

- die finanzielle Performance der Produkte oder Dienstleistungen der Marke

- die Rolle der Marke im Kaufentscheidungsprozess
- der Stärke der Marke im Hinblick auf die Sicherung zukünftiger Erträge des Unternehmens.

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

Auch in diesem Jahr hat Interbrand bei den Social Media Analysen im Rahmen der Ermittlung der Best Global Brands erneut mit Infegy als Partner zusammengearbeitet.

Kontakt:

Isabel Ossenberg  
 isabel.ossenberg@interbrand.com  
 T. +49 174 57 34 269

Medieninhalte



*Best Global Brands 2018 - Die 100 wertvollsten Marken der Welt. 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/100015960/100820628> abgerufen werden.