

21.10.2021 – 07:55 Uhr

Tesla mit raketenhaftem Aufstieg in Interbrand's Best Global Brands Report 2021 / Sephora steigt in die Top100-Marken auf; die Tech-Marken dominieren weiter die Spitze



01 +26% 408,251 \$m	02 +24% 249,249 \$m	03 +27% 210,191 \$m	04 +19% 196,811 \$m	05 +20% 74,635 \$m	06 +1% 57,488 \$m	07 +5% 54,107 \$m	08 +3% 50,866 \$m	09 +7% 45,865 \$m	10 +8% 44,183 \$m
11 +24% 42,538 \$m	12 +5% 41,631 \$m	13 +16% 36,766 \$m	14 +184% 36,270 \$m	15 +3% 36,248 \$m	16 +6% 36,228 \$m	17 -3% 35,761 \$m	18 -5% 33,257 \$m	19 +23% 32,007 \$m	20 +7% 30,090 \$m
21 +36% 24,832 \$m	22 +4% 22,109 \$m	23 +20% 21,600 \$m	24 +6% 21,401 \$m	25 -2% 21,315 \$m	26 +21% 20,905 \$m	27 +6% 20,034 \$m	28 +4% 19,431 \$m	29 +1% 19,377 \$m	30 -2% 19,075 \$m
31 +3% 18,420 \$m	32 +7% 17,758 \$m	33 +6% 14,133 \$m	34 +17% 13,174 \$m	35 +6% 15,168 \$m	36 +19% 15,036 \$m	37 -4% 15,022 \$m	38 +37% 14,770 \$m	39 +19% 14,741 \$m	40 +4% 14,466 \$m
41 +20% 14,445 \$m	42 +36% 14,322 \$m	43 +1% 14,133 \$m	44 -8% 13,912 \$m	45 -9% 13,503 \$m	46 +8% 13,474 \$m	47 +9% 13,423 \$m	48 +10% 13,408 \$m	49 +11% 13,381 \$m	50 +18% 13,065 \$m
51 +16% 13,010 \$m	52 +2% 12,861 \$m	53 0% 12,501 \$m	54 +5% 12,501 \$m	55 +3% 12,491 \$m	56 0% 12,285 \$m	57 +4% 12,088 \$m	58 +4% 11,739 \$m	59 +5% 11,131 \$m	60 +5% 11,047 \$m
61 -8% 10,657 \$m	62 +4% 10,646 \$m	63 +8% 10,481 \$m	64 +2% 10,317 \$m	65 -5% 9,846 \$m	66 +16% 9,762 \$m	67 +3% 9,702 \$m	68 +3% 9,629 \$m	69 +6% 9,380 \$m	70 +26% 9,197 \$m
71 +21% 9,082 \$m	72 -9% 8,642 \$m	73 +9% 8,161 \$m	74 +8% 8,100 \$m	75 +2% 7,548 \$m	76 +12% 7,160 \$m	77 +17% 7,024 \$m	78 +6% 6,952 \$m	79 -14% 6,897 \$m	80 +7% 6,747 \$m
81 +4% 6,537 \$m	82 +11% 6,503 \$m	83 +22% 6,368 \$m	84 -5% 6,313 \$m	85 -2% 6,196 \$m	86 +4% 6,087 \$m	87 +3% 5,937 \$m	88 0% 5,832 \$m	89 +4% 5,720 \$m	90 +5% 5,616 \$m
91 +24% 5,536 \$m	92 +10% 5,484 \$m	93 +6% 5,428 \$m	94 +20% 5,416 \$m	95 +3% 5,299 \$m	96 +5% 5,231 \$m	97 +8% 5,195 \$m	98 0% 5,088 \$m	99 -4% 4,726 \$m	100 New 4,628 \$m

The Interbrand Best Global Brands ranking is based on the Interbrand Best Global Brands methodology, which is based on the Interbrand Best Global Brands methodology. For more information, please visit www.interbrand.com.

New York, Köln, Berlin (ots) -

- Tesla erzielt mit 184% einen einmaligen Wachstumsrekord und springt auf Platz #14
- Sephora's Neueinstieg auf Platz #100 macht die LVMH-Gruppe mit 5 Marken zur größten Marken-Gruppe im Ranking
- Die Top 3 Marken bleiben Apple (#1), Amazon (#2) und Microsoft (#3)
- Mercedes-Benz verteidigt Platz #8 als einzige europäische Marke in den Top10

Interbrand veröffentlicht heute die diesjährige Ausgabe ihrer renommierten Markenbewertung: Die "Best Global Brands 2021".

Im Vergleich zum letzten deutlich Pandemie-geprägten Jahr steht 2021 im Zeichen der Erholung. Der Großteil der Top100-Marken kann ein kräftiges Wachstum verbuchen, während die Technologie-Marken weiter unangefochten die Spitze dominieren. Unter den Top10 gibt es im Vergleich zum letzten Jahr keine Veränderung.

Insgesamt verzeichnen die Top100-Marken einen Markenwert von 2'67 Billionen US-Dollar, eine Steigerung von 15% gegenüber dem Vorjahr und die größte Wachstumsrate seit der ersten Veröffentlichung der Best Global Brands im Jahr 2000.

Nach dem Wiedereinstieg in die Top100 in 2020 schafft Tesla 2021 mit einem Plus von 184% ein rasantes Wachstum und steigt 26 Plätze auf (2020: #40; 2021: #14). Damit erreicht die E-Mobility Marke von Elon Musk eine in der Geschichte der Best Global Brands einmalige Verbesserung und lässt die anderen "Top-Grower" Salesforce (+37%, #38), Adobe (+36%, #21) und Paypal (+36%, #42) hinter sich.

Einziger Neueinsteiger ist dieses Jahr Sephora. Damit wird die LVMH-Gruppe mit 5 Consumer-Marken zum größten Verbund innerhalb der Best Global Brands. Vertreten sind: Louis Vuitton (#13), Dior (#77), Tiffany & Co (#92), Hennessy (#95) und Sephora (#100).

Insgesamt verlieren 2021 nur 15 Marken im Ranking an Wert (zum Vergleich: 2020 waren es noch 54 Marken), darunter Canon mit einem Minus von -14%, Kellogg's mit einem Minus von -9% und Zara mit einem Minus von ebenso -9%.

Die Top 10

Apple (#1; Markenwert: 408'251 Millionen US-Dollar) verteidigt weiterhin die Spitzenposition und kann den Vorsprung zu Amazon (#2; 249'249 Millionen US-Dollar) ausbauen. Auch Microsoft behauptet sich auf Platz #3 (210'191 Millionen US-Dollar), nachdem der Tech-Gigant von Bill Gates im letzten Jahr Google überholt hatte. Der Markenwert dieser 3 Unternehmen macht zusammen ein Drittel (33%) des gesamten Rankingwerts aus.

Auf den Plätzen 4-10 finden sich unverändert: Google (#4; Markenwert 196'811 Millionen US-Dollar), Samsung (#5; 74'635 Millionen US-Dollar), Coca-Cola (#6; 57'488 Millionen US-Dollar), Toyota (#7; 54'107 Millionen US-Dollar), Mercedes-Benz (#8; 50'866 Millionen US-Dollar), McDonalds (#9; 45'865 Millionen US-Dollar) und Disney (#10; 44'183 Millionen US-Dollar).

Die deutschen Marken

Die 11 deutschen Marken im Ranking zeigen 2021 ein durchweg positives Bild. Alle Marken können ein klares Wachstum verzeichnen. Allianz und adidas glänzen als einzige deutsche Marken mit zweistelligem Wachstum (Allianz +17%, #34 und adidas +11%, #49). SAP (#20) und DHL (#80) wachsen um je 7% und Siemens kann eine Steigerung um 5% (#60) aufführen.

Die Ergebnisse der deutschen Automobiler können sich ebenso sehen lassen. Gewinner ist hier Volkswagen mit einem Plus von 9% (#47), dicht gefolgt von Audi (+8%, #46). BMW (#12) und Mini (#96) wachsen beide um 5%, Porsche (#58) um 4% und Mercedes-Benz um 3% (#8). Mit dem Blick auf den internationalen Wettbewerb haben die deutschen Automarken eine gute Ausgangsposition für die Zukunft geschaffen. Zwar setzt Tesla's Wachstum ein unmissverständliches Statement zum Thema E-Mobility, doch die Entwicklung zeigt, dass auch die deutlich größeren deutschen Automobilkonzerne diesen langwierigen Veränderungsprozess erfolgreich aufgesetzt haben. Die anderen internationalen Automarken platzieren sich wie folgt: Toyota (+5%, #7) Honda (-2%, #25), Hyundai (#6%, #35), Ford (+2%, #52) und Nissan (+5%, #59).

Die wichtigsten Erkenntnisse

Aus der Analyse der Best Global Brands 2021 lassen sich drei Markenstärkefaktoren identifizieren, die besonders zum Erfolg der Marken beitragen:

- 'Direction': Diese Marken geben ein klares Markenversprechen, eine unmissverständlich formulierte Ambition sowie einen konkreten Plan für die ganzheitliche Umsetzung der Markenstrategie vor.
- 'Agility': Diese Marken sind in der Lage, bei aufkommenden Chancen und Herausforderungen schnell Anpassungen vorzunehmen und so den Kundenerwartungen gerecht zu werden.
- 'Participation': Diese Marken treten aktiv mit ihren Kunden in den Dialog und geben Raum, das Markenerlebnis aktiv mitzugestalten.

"'Direction', 'Agility' und 'Participation' sind die drei Schlüsselfaktoren für Erfolg im letzten Jahr. Hier lohnt es sich, das Wachstum von Tesla erneut hervorzuheben: Ein dreistelliger Anstieg des Markenwerts ist beispiellos in der Geschichte der Best Global Brands. Tesla zeigt eindrucksvoll, was möglich ist, wenn die Markenführung die Bedeutung dieser drei Faktoren erkennt", so Charles Trevail, Global CEO von Interbrand.

"Wir befinden uns weiterhin in einer 'Decade of Possibility', die den Marken eine Bandbreite an Chancen und Möglichkeiten eröffnet", führt Gonzalo Brujó, Global President von Interbrand weiter fort. "Viele der Best Global Brands nutzen diese Chance, indem sie entscheidende Innovationen vorantreiben, effizientere Geschäftsmodelle entwickeln und klare Positionen einnehmen und können somit stark aus der Krise hervorgehen."

"Wir sehen eine deutlich schnellere Erholung als zunächst angenommen", ordnet Simon Thun, CEO von Interbrand in Central & Eastern Europe, die Ergebnisse abschließend ein. "Der Großteil der Top100-Marken ist in einer Position, in der sie mit Selbstvertrauen die Herausforderungen dieser Zeit angehen und ihren Einfluss auf ihre Kunden und die Gesellschaft als Ganzes geltend machen können."

