

03.11.2022 - 06:05 Uhr

Microsoft überholt Amazon in Interbrand's 2022 Best Global Brands Report



01 +18% 482,215 \$m	02 +32% 279,289 \$m	03 +19% 274,219 \$m	04 +28% 251,711 \$m	05 +17% 217,689 \$m	06 +19% 191,717 \$m	07 0% 171,333 \$m	08 +19% 161,939 \$m	09 +14% 150,333 \$m	10 +18% 146,239 \$m
11 +6% 141,647 \$m	12 +32% 141,029 \$m	13 +17% 141,321 \$m	14 +27% 141,309 \$m	15 +14% 141,269 \$m	16 +14% 138,919 \$m	17 -3% 134,338 \$m	18 +3% 134,242 \$m	19 -8% 131,916 \$m	20 +5% 131,437 \$m
21 +23% 120,669 \$m	22 +32% 120,239 \$m	23 +27% 121,399 \$m	24 +14% 124,339 \$m	25 +18% 124,269 \$m	26 +7% 123,837 \$m	27 +16% 123,117 \$m	28 +9% 121,829 \$m	29 +9% 121,164 \$m	30 +23% 120,417 \$m
31 +19% 120,412 \$m	32 +1% 119,822 \$m	33 +4% 119,599 \$m	34 +23% 119,416 \$m	35 +14% 117,214 \$m	36 +17% 117,211 \$m	37 +17% 117,258 \$m	38 +19% 117,058 \$m	39 +18% 116,989 \$m	40 +9% 116,219 \$m
41 +23% 116,125 \$m	42 +19% 115,747 \$m	43 +17% 115,747 \$m	44 +3% 115,447 \$m	45 +4% 115,041 \$m	46 +19% 114,919 \$m	47 +19% 114,369 \$m	48 +19% 114,319 \$m	49 +16% 114,326 \$m	50 +12% 114,211 \$m
51 +8% 114,009 \$m	52 -1% 113,822 \$m	53 +19% 113,504 \$m	54 New 113,416 \$m	55 +21% 113,259 \$m	56 -8% 112,969 \$m	57 +4% 112,961 \$m	58 +3% 112,919 \$m	59 +6% 112,821 \$m	60 +4% 112,767 \$m
61 +19% 112,719 \$m	62 +13% 112,684 \$m	63 +30% 112,649 \$m	64 New 112,417 \$m	65 +9% 111,347 \$m	66 +18% 111,009 \$m	67 +3% 110,921 \$m	68 +18% 110,919 \$m	69 +5% 110,599 \$m	70 +6% 110,324 \$m
71 -4% 110,211 \$m	72 +5% 110,129 \$m	73 -3% 110,029 \$m	74 +17% 110,021 \$m	75 +21% 110,009 \$m	76 +19% 110,019 \$m	77 +27% 110,019 \$m	78 +1% 109,747 \$m	79 +8% 109,749 \$m	80 +12% 109,764 \$m
81 +19% 109,599 \$m	82 +11% 109,519 \$m	83 +14% 109,297 \$m	84 New 109,209 \$m	85 +19% 109,171 \$m	86 -7% 109,034 \$m	87 +9% 109,019 \$m	88 +19% 109,009 \$m	89 +21% 109,009 \$m	90 -3% 109,009 \$m
91 +9% 109,009 \$m	92 +3% 109,009 \$m	93 +15% 109,009 \$m	94 +12% 109,009 \$m	95 +9% 109,009 \$m	96 +14% 109,009 \$m	97 +19% 109,009 \$m	98 +19% 109,009 \$m	99 +7% 109,009 \$m	100 +19% 109,009 \$m

The Interbrand Best Global Brands is published by Interbrand for informational purposes only, and is based on proprietary data. Interbrand does not warrant, represent or guarantee the accuracy, completeness or timeliness of the information. Interbrand is not responsible for any errors or omissions in this report. Interbrand is not liable for any damages or losses resulting from the use of this report. Interbrand is not a financial institution or advisor. Please see the full terms and conditions at www.interbrand.com/best-global-brands.

Köln, Berlin, New York (ots) -

Tech-Marken geben weiter den Ton an; Tesla überholt BMW; Nike erstmalig in den Top10

- Microsoft (#2) erstmals seit 2017 wieder mehr wert als Amazon (#3); Apple unangefochten auf Nummer 1
- Microsoft (#2), Tesla (#12) und Chanel (#22) mit +32% Wachstum die Top-Gewinner des Jahres
- Allianz (#34, +23%) und Siemens (#55, +21%) ebenfalls unter den Top-Gewinnern des Jahres
- Tesla (#12) jetzt wertvoller als BMW (#13)
- Mercedes-Benz (#8) weiterhin als einzige europäische Marke unter den Top 10; Nike (#10) verdrängt McDonalds (#11)

- *Airbnb (#54), Red Bull (#64) und Xiaomi (#84) erstmalig im Ranking*

Interbrand veröffentlicht heute die diesjährige Ausgabe der renommierten "Best Global Brands"-Studie im Rahmen des WebSummit in Lissabon, Portugal. Es ist bereits die 23. Ausgabe der jährlich erscheinenden Studie der globalen Markenberatung.

Das Jahr 2022 ist geprägt von Unsicherheit und stetigem Wandel. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, bedarf es der Fähigkeit sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Die Ergebnisse des Rankings der 100 wertvollsten globalen Marken verdeutlichen dies: Das Markenverständnis der erfolgreichsten Marken hat eine neue Ebene erreicht. Die wertvollsten Marken positionieren sich durch Branchen- und Sektoren-übergreifende Erlebnisse und übernehmen umfassendere Verantwortung innerhalb der Gesellschaft. Genau das drückt auch der Titel des diesjährigen Reports aus: "Brands as Acts of Leadership".

Die wichtigsten Entwicklungen in den Top100

Apple bleibt im zehnten Jahr in Folge auf Position 1, während Microsoft sich den 2. Platz gesichert und damit Amazon (#3) überholt hat.

Die Marken Microsoft, Tesla und Chanel können mit jeweils +32% das größte Wachstum im Vergleich zum letzten Jahr verzeichnen. Zwar kann Tesla nicht direkt an den kometenhaften Aufstieg in 2021 anknüpfen, durch das weiterhin starke Wachstum aber an BMW (#13) vorbeiziehen. Lego punktet zudem mit einer stolzen Wachstumsrate von +30% (#63).

Zu den Verlierern zählen in diesem Jahr unter anderem Canon (-15%) und H&M (-8%). Insgesamt verlieren dieses Jahr allerdings nur 7 Marken an Wert. 2021 waren es noch 15 Marken.

Besonders stark wachsen dieses Jahr die Luxus-Marken Dior, Chanel, Hermès, Gucci, Louis Vuitton und Prada mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 22%.

Insgesamt entsprechen die Top100 Best Global Brands 2022 einem Gesamtwert von 3'088'930 Milliarden US-Dollar, eine Steigerung von 16% und damit erstmalig über der 3 Billionen US-Dollar-Grenze. Diese Steigerungsrate ist das größte Gesamtwachstum der Top100 seit der ersten Veröffentlichung der Best Global Brands im Jahr 2000.

Airbnb (#54), Red Bull (#64) und die chinesische Tech-Marke Xiaomi (#84) sind 2022 erstmals im Ranking vertreten. Uber, Zoom und John Deer fallen aus den Top100.

Die Top10

Die Technologie-Marken Apple, Microsoft, Amazon, Google und Samsung bilden geschlossen die Top5 und führen unangefochten die Spitze an.

Apple (#1; Markenwert: 482'215 Millionen US-Dollar; +18%) verteidigt weiterhin die Spitzenposition und kann den Vorsprung zu Microsoft (#2; 278'288 Millionen US-Dollar; +32%) und Amazon (#3, 274'819 Millionen US-Dollar; +10%) weiter ausbauen, die im Vergleich zum letzten Jahr die Positionen getauscht haben. Google (Markenwert 251'751 Millionen US-Dollar; +28%) ist wie im letzten Jahr auf Platz 4 zu finden.

Die Plätze 5-10 im Detail: Samsung (#5; 87'689 Millionen US-Dollar), Toyota (#6; 59'757 Millionen US-Dollar), Coca-Cola (#7; 57'535 Millionen US-Dollar), Mercedes-Benz (#8; 56'103 Millionen US-Dollar) und Disney (#9; 50'325 Millionen US-Dollar). Zudem steigt Nike (#10; 50'289 Millionen US-Dollar; +18%) zum ersten Mal in die Top10 auf und erntet damit den Erfolg der starken Markenführung der letzten Jahre. Seit 2016 konnte die Sportartikelmarke ihren Wert mehr als verdoppeln.

Diese "Super-League" der Top10 Marken steht für ein exponentielles Wachstum und außergewöhnlichen Erfolg. Insgesamt sind diese 10 Marken in diesem Jahr mit einem Markenwert von 1'648'770 Milliarden US-Dollar mehr wert als die anderen 90 Marken zusammen (1'440'160 Milliarden US-Dollar). Dabei teilen sich die Top3 Marken insgesamt 53% dieses Gesamtwerts.

Die deutschen Marken

Die 11 deutschen Marken im Ranking zeigen 2022 ein durchweg positives Bild. Alle Marken können ein klares Wachstum verzeichnen. Die Marken Allianz (+23%, #34), Adidas (+19%, #42) und Siemens (+21%, #55) glänzen mit den größten Wachstumsraten auf dem deutschen Markt. SAP wächst um 5% (#20).

Die deutschen Automobilhersteller zeigen ebenso stabile Ergebnisse. Bis auf Mini (#99; +7%) können alle Marken zweistellige Zuwächse verbuchen: Porsche verzeichnet ein Plus von 15% (#53), gefolgt von BMW (+11%, #13) und Audi (+11%, #46) sowie Mercedes-Benz (+10%, #8) und Volkswagen (+10%, #48).

Im internationalen Wettbewerbsumfeld stehen die deutschen Automarken damit stabil da. Toyota (#6; +10%) schafft den Sprung vorbei an Coca-Cola (#7; 0%). Die anderen internationalen Automarken zeigen ebenso alle eine positive Wachstumsrate und befinden sich im Ranking auf folgenden Plätzen: Honda (+7%, #26), Hyundai (+14%, #35), Ford (+12%, #50), Nissan (+10%, #61), Ferrari (+31%, #75), Kia (+9%, #87) und Land Rover (+10%, #98).

Die wichtigsten Erkenntnisse

Hinter dem außergewöhnlichen Erfolg von Marken wie Apple, Microsoft oder Nike steht, dass diese Marken Möglichkeiten für exponentielles Wachstum erschlossen haben. Im Kern dieses besonders starken Wachstums steht eine weiterentwickelte Rolle der Marke. Apple & Co verstehen ihre Marke als zentrales Element für mehr Kundennähe und Türöffner neuer Geschäftsfelder. Durch in sich logische und kohärente Erlebnisse, die über Branchengrenzen hinweg an der Marke ausgerichtet werden, schaffen es diese Marken enge Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und das Vertrauen ihrer Kunden auch auf neue Produkte zu übertragen.

Darüber hinaus haben diese Marken verstanden, dass Vertrauen und Loyalität 2022 auch bedeutet, dass Marken Führungsrollen und starke, gesellschaftsrelevante Positionen übernehmen müssen. Die erfolgreichsten Marken 2022 verstehen ihre Marke nicht länger nur als Identifizierungsmerkmal, sondern als "Acts of Leadership" und etablieren in der Beziehung zu ihren Kunden somit eine neue Dimension von Markenvertrauen.

Chris Capossela, Executive Vice President und Chief Marketing Officer von Microsoft, sagt: "Wir bei Microsoft glauben, dass Technologie jeden Menschen und jedes Unternehmen auf der Welt in die Lage versetzen kann, mehr zu erreichen. Während wir unsere Kunden weiterhin bei der digitalen Transformation unterstützen und unsere Technologie nutzen, um mit weniger Aufwand mehr zu erreichen, freuen wir uns darauf, mit unseren Zielgruppen über die Grenzen der Marke hinaus zu wachsen und ein wirklich wertvoller Teil ihres Lebens zu sein."

Gonzalo Brujó, Global CEO von Interbrand, kommentiert: "Die Top10 Marken stechen besonders hervor und beeindruckten mit ihrem exponentiellen Wachstum. Sie sind besonders gut darin, starke Bindungen und somit viel Vertrauen zu ihren Kunden aufzubauen. Dieses Vertrauen erlaubt es ihnen, ihre Produktportfolios um ihre Marken herum auszubauen und dabei über ihre eigentlichen Kernindustrien hinaus zu denken."

Simon Thun, CEO von Interbrand in Central & Eastern Europe, ergänzt: "In unsicheren Zeiten wie diesen, die gerade in Europa von dem Ukraine-Krieg und den Sorgen vor einer Rezession geprägt sind, können wir deutlich beobachten, dass die erfolgreichsten Marken eine starke Entwicklung zur Übernahme von mehr gesellschaftlicher Verantwortung und 'Acts of Leadership' gemacht haben. Die durch die Bank hinweg positiven Ergebnisse der deutschen Marken zeigen, dass auch sie diesen Weg erkannt haben und betonen, wie wichtig es ist, stetig in engem Kontakt mit den Kunden zu sein."

Das vollständige Ranking sowie tiefergehende Analysen zu ausgewählten Branchen und Trends finden Sie unter: www.bestglobalbrands.com.

Report und Methode

Der 23. jährliche Bericht von Interbrand, mit dem Titel "Brands as Acts of Leadership", untersucht, wie die führenden Marken der Welt auf die drastischen Veränderungen der vergangenen 12 Monate reagieren.

Als Pioniere der Markenbewertung verfügt Interbrand über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Berechnung des monetären Werts der weltweit führenden Marken. Interbrand war das erste Unternehmen, dessen Markenbewertungsmethode nach ISO 10668 zertifiziert wurde, der internationalen Norm der Anforderungen für die monetäre Markenbewertung und spielte eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung des Standards für Markenbewertungen.

Die Bewertungsmethodik von Interbrand basiert auf drei Schlüsselanalysen:

- Die finanzielle Leistung der Produkte oder Dienstleistungen
- Die Rolle der Marke bei Kaufentscheidungen
- Die Wettbewerbsstärke der Marke und ihre Fähigkeit, Loyalität und damit nachhaltige Nachfrage und Gewinn in der Zukunft zu schaffen

In dieser "Decade of Possibility" müssen Marken eine echte Führungsrolle anstreben. Sie müssen ihren Kunden nicht nur außergewöhnliche Erlebnisse bieten, sondern es wird auch zunehmend erwartet, dass sie mit Integrität handeln und das Richtige für die Menschen und den Planeten tun. Aus diesem Grund hat Interbrand die Rolle und die Auswirkungen der Aktivitäten einer Marke in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung weiter in seine Methodik zur Messung des Markenwertes integriert.

Die Auswertung der "Best Global Brands 2022" umfasst den Untersuchungszeitraum vom 1. Juni 2021 bis zum 30. Mai 2022, während die Analysen von Juni 2022 bis September 2022 stattgefunden haben. Interbrand behält sich das Recht vor, das Ranking bei weitreichenden tagesaktuellen Ereignissen außerhalb dieses Zeitraums anzupassen.

Über Interbrand

Interbrand ist eine weltweit tätige Markenberatung mit 11 Standorten in 10 Ländern. Durch die besondere Verbindung von Human Truths, Experiences und Brand Economics schafft Interbrand für Unternehmen auf der ganzen Welt die Voraussetzungen für Iconic Moves. Interbrand veröffentlicht jährlich die international renommierte Studie Best Global Brands. Interbrand ist Teil des OmnicomGroup Inc. Agenturnetzwerkes (NYSE:OMC). Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf interbrand.com oder folgen Sie uns auf bei [Facebook](https://www.facebook.com/interbrand), [Twitter](https://twitter.com/interbrand), [Instagram](https://www.instagram.com/interbrand) oder [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/interbrand).

Pressekontakt:

Interbrand
Thomas Brandl
Manager Marketing & Communications
thomas.brandl@interbrand.com
+49 173 549 71 42

Medieninhalte



Das offizielle Ranking der Top100 "Best Global Brands 2022" von Interbrand / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/38700 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015960/100897734> abgerufen werden.