

18.01.2023 – 15:51 Uhr

## Abschwung im Technologiesektor führt zur Abwertung weltweit führender Marken in Milliardenhöhe

London (ots/PRNewswire) -

- Amazon ist die wertvollste Marke der Welt, trotz eines Wertverlustes von 51 Milliarden US-Dollar
- Technologiemarken fallen im Wert, Apple verliert seine Top-Platzierung mit einem Minus von 57,6 Milliarden US-Dollar
- Tesla und BYD gehören zu den am schnellsten wachsenden Marken der Welt, da Marken mit Fokus auf Nachhaltigkeit stark zulegen
- Neuer Sustainability Perceptions Index misst den Wert der Markenreputation für Nachhaltigkeit

Der vollständige Bericht „Brand Finance Global 500“ steht auf <https://brandirectory.com/global> zur Verfügung.

Amazon hat sich den Spitzenplatz als die wertvollste Marke der Welt zurückerobert, obwohl sein Markenwert laut einem neuen Bericht des führenden Beratungsunternehmens für Markenbewertung, Brand Finance, um 15 %, von 350,3 Milliarden auf 299,3 Milliarden US-Dollar, gesunken ist.

Jedes Jahr stellt Brand Finance die weltweit größten Marken auf den Prüfstand und bewertet Marken aus allen Sektoren und Ländern. Die 500 wertvollsten und stärksten Marken sind in der jährlich veröffentlichten Rangliste „Brand Finance Global 500“ enthalten.

Der Markenwert von Amazon ist in diesem Jahr um mehr als 50 Milliarden US-Dollar gesunken, wobei Verbraucher die Markenstärke statt AAA+ nur noch mit AAA bewerten, da sie das Unternehmen in der Welt nach der Pandemie kritischer einschätzen. Die Forschungsergebnisse von Brand Finance haben ergeben, dass die Kundenwahrnehmung für den Service bei Amazon schlechter geworden ist – während die Lieferzeiten länger geworden sind – und dass Verbraucher Amazon mit geringerer Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen würden. Gleichzeitig kehren einige Menschen zum Einkauf im stationären Handel zurück, wodurch der Bedarf für Online-Einkäufe zurückgeht.

David Haigh, CEO von Brand Finance, kommentierte:

*„Technologiemarken auf der ganzen Welt haben als Reaktion auf sich verändernde Nachfragemuster erheblich an Wert verloren. Da die Verbrauchergewohnheiten teilweise zu Mustern wie vor der Pandemie zurückkehren, ist die Nachfrage nach den Dienstleistungen von Technologiemarken besonders hart getroffen worden. Darüber hinaus haben gestörte Lieferketten, Arbeitskräftemangel und größere Finanzierungshindernisse ihre Spuren hinterlassen.“*

### Technologiemarken fallen im Wert, Apple verliert seine Top-Platzierung mit einem Minus von 57,6 Milliarden US-Dollar

**Apple** (dessen Markenwert um 16 % auf 297,5 Mrd. USD gefallen ist) ist nur noch die zweitwertvollste Marke der Welt. Der diesjährige Rückgang des Markenwerts hängt mit einem Rückgang der prognostizierten Einnahmen zusammen, da eine gestörte Warenlieferkette und ein eingeschränkter Arbeitsmarkt die Lieferfähigkeit seiner renommierten Hardwareprodukte begrenzen dürften.

Es gab insgesamt 48 Technologiemarken, die in der Rangliste vertreten waren, zwei weniger als die 50 im Jahr 2022, nachdem **Snapchat** und **Twitter** aus der Rangliste herausgefallen waren. Zu den anderen technologieorientierten Marken, die an Markenwert verloren haben, gehören **Samsung Group** (7 % auf 99,7 Mrd. USD), **Alibaba.com** (56 % auf 10,0 Mrd. USD), **Facebook** (42 % auf 59,0 Mrd. USD) und **WeChat** (19 % auf 50,2 Mrd. USD).

Positiv steht zu Buche, dass **Instagram** (plus 42 % auf 47,4 Mrd. US-Dollar) und **LinkedIn** (plus 49 % auf 15,5 Mrd. US-Dollar) im Technologiesektor gewachsen sind, wobei der Markenwert jeder einzelnen Marke aufgrund einer gut ausgelegten Strategie zur Kommerzialisierung ihrer Dienstleistungen gestiegen ist.

### Tesla und BYD gehören zu den am schnellsten wachsenden Marken der Welt, da Marken mit Fokus auf Nachhaltigkeit stark zulegen

Zu den großen Gewinnern beim Markenwert gehören unter anderem die Hersteller von Elektrofahrzeugen **Tesla** (mit einem Anstieg von 44 % beim Markenwert auf 66,2 Mrd. USD) und **BYD** (plus 57 % auf 10,1 Mrd. USD), da die Nachfrage nach Elektroautos im Rahmen eines umfassenderen Übergangs zu einer CO<sub>2</sub>-armen Wirtschaft wächst.

### Neuer Sustainability Perceptions Index misst den Wert der Markenreputation für Nachhaltigkeit

Zusätzlich zur Rangliste der Global 500 der wertvollsten Marken im Jahr 2023 führt Brand Finance in Zusammenarbeit mit der International Advertising Association in Davos außerdem den Sustainability Perceptions Index ein, einen Index für die Wahrnehmung der Nachhaltigkeit von Unternehmen. Dieser Bericht offenbart, dass große globale Marken wie Amazon, Tesla, Apple und Google über ein Kontingent in Milliardenhöhe verfügen, um ihren Ruf im Hinblick auf ihr Engagement sorgfältig

managen zu können.

Der vollständige Bericht zum Sustainability Perceptions Index ist verfügbar auf <https://brandirectory.com/sustainability>

Der vollständige Bericht „Global 500“ steht auf <https://brandirectory.com/global> zur Verfügung.

[m.josem@brandfinance.com](mailto:m.josem@brandfinance.com)

Kontakt:

Michael Josem

+447624488557

[m.josem@brandfinance.com](mailto:m.josem@brandfinance.com)Foto – [https://mma.prnewswire.com/media/1985245/World\\_top\\_10\\_brands\\_2023.jpg](https://mma.prnewswire.com/media/1985245/World_top_10_brands_2023.jpg)

View original content:<https://www.prnewswire.com/news-releases/abschwung-im-technologiesektor-fuhrt-zur-abwertung-weltweit-fuhrender-marken-in-milliardenhohe-301724837.html>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051621/100901389> abgerufen werden.