
Nur zwei Automarken unter den Top Ten

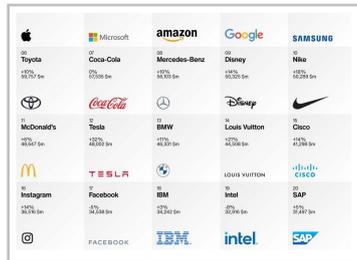
Jedes Jahr in den Unternehmen heiß erwartet: Der Bericht zu den wertvollsten 100 Marken der Welt von „Interbrand“, der renommiertesten internationalen Markenagentur. Deren Experten sehen die Marke als Zeichen der Relevanz eines Unternehmens in einem dynamischen Umfeld. So gesehen sprechen die Zuwachsraten für den Erfolg im Wettbewerb. Die Markenwert selbst gehen in die Bilanzen ein. Die bestbewertete deutsche Automarke Mercedes-Benz erreicht auf Platz 8 ein Plus von zehn Prozent und einen Wert von 56,1 Mrd US-Dollar.

Wenig verwunderlich, dass Apple mit einem Plus von 18 Prozent und einem Markenwert von mehr als 482 Mrd US-Dollar den ersten Platz belegt. Beste Automarke ist Toyota auf Platz 7 (plus 10 Prozent, 59,8 Mrd. US-Dollar). Es folgt Mercedes-Benz Platz 8, auf Platz 12 Tesla mit plus 33 Prozent und 48 Mrd US-Dollar, vor BMW auf Platz 13 mit einem Plus von 3 Prozent und 34,2 Mrd US-Dollar.

Dies sind die übrigen Automarken aus den Top 100 von Interbrand:

- 26. Honda: plus 7 %, 22,8 Mrd US-Dollar
 - 35. Hyundai: plus 14 %, 17,3 Mrd US-Dollar
 - 46. Audi: plus 11 %, 14,9 Mrd US-Dollar
 - 48. Volkswagen: plus 10 %, 14,8 Mrd US-Dollar
 - 50. Ford: plus 12 %, 14,4 Mrd US-Dollar
 - 61. Nissan: plus 10 %, 12,2 Mrd US-Dollar
 - 75. Ferrari: plus 31 %, 9,4 Mrd. US-Dollar
 - 87. Kia: +9 Prozent, 6,6 Mrd US-Dollar
 - 98. Land Rover: plus 10 %, 5,6 Mrd US-Dollar
 - 99. Mini: plus 2 %, 5,6 Mrd US-Dollar
- (aum)

Bilder zum Artikel



Die zwanzig wertvollsten Marken der Welt.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Interbrand
