

Kia steigert Markenwert

Kia hat seinen Markenwert im vergangenen Jahr weiter erhöht. Laut der Studie „Best Global Brands“, welche die Markenberatungsagentur Interbrand jedes Jahr durchführt, ist die Automobilmarke jetzt 6,68 Milliarden US-Dollar wert, sechs Prozent mehr als 2016. In den vergangenen zehn Jahren hat Kia seinen Markenwert damit um insgesamt 645 Prozent gesteigert.

Wie im Vorjahr belegt der koreanische Automobilhersteller in dem Ranking der weltweit wertvollsten 100 Marken Platz 69. Damit liegt Kia auf Platz 11 der wertvollsten Automobilmarken – vor vielen anderen Volumen-, Premium- oder Luxusfahrzeugherstellern. Die Konzernschwester Hyundai bleibt fester Bestandteil der Top 10 der weltweit wertvollsten Automobilmarken. Wie auch im Vorjahr platzierte sich das Unternehmen auf Platz sechs, der Markenwert stieg um 5,1 Prozent auf 13,2 Milliarden US Dollar.

Im Jahr 2005 noch mit 3,5 Milliarden US Dollar bewertet hat Hyundai seinen Markenwert in der Interbrand Erhebung bis heute vervierfacht und belegt im Gesamtranking der Marken wie im Jahr 2016 den Platz 35.

Den ersten Platz bei den „Best Global Brands“ erreichte Apple, gefolgt von Google und Microsoft. Wertvollste Automarke ist Toyota mit 50,3 Milliarden Dollar (-6,0 %) auf Platz sieben. Mercedes-Benz belegt im Gesamtranking Rang neun mit 47,8 Milliarden Dollar (+10,0 %). (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Kia-Logo.

Foto: Kia



Foto: