Markenwert: Mercedes-Benz auf Pole Position

Von Hans-Robert Richarz

Mercedes-Benz nimmt zur Zeit unter den Automobilmarken der Welt wertmäßig den ersten Platz ein. Das zeigt eine neue Studie von Brand Finance in London, einer der weltweit führenden Agenturen für Markenbewertung und Strategieberatung mit Niederlassungen an 20, über den Globus verstreuten Standorten. Damit verweisen die Schwaben jetzt Toyota und den Rivalen BMW auf die nachfolgenden Plätze auf dieser Liste. Der Markenwert entspricht dem wirtschaftlichen Nettogewinn, der durch den Verkauf der Marke erzielt würde. Die Markenstärke weist aus, welcher Anteil des Umsatzes eines Konzerns von seiner Marke getragen wird.

Die Sparte Mercedes-Benz Cars bei Daimler umfasst die Marken Mercedes-Benz mit den Submarken Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und Mercedes me sowie die Marke Smart und die neue Marke EQ für Elektromobilität. 2017 hat dieses Geschäftsfeld seinen Wachstumskurs fortgesetzt. Der Absatz stieg um acht Prozent auf den Höchststand von 2 373 500 Fahrzeugen und der Umsatz um sechs Prozent auf 94,7 Milliarden Euro. In nahezu allen Regionen konnte Mercedes-Benz Cars die Marktposition verbessern.

Brand Finance-Boss David Haigh lobte: "Mercedes-Benz hat das Automobil erfunden und führt nun die Branche mit einer Markenstrategie an, die darauf ausgerichtet ist, die Mobilität neu zu erfinden." Mercedes habe seinen Markenwert gegenüber dem Vorjahr um beeindruckende 24 Prozent auf 43,9 Milliarden US-Dollar steigern können. Toyota dagegen fiel um sechs Prozent und liegt nun bei 43,7 Milliarden Dollar. Grund dafür sei die vergleichsweise schwache Position des japanischen Autoherstellers in China. Die chinesische Kundschaft habe sich nur langsam für seine Autos erwärmen können. Ganz im Gegensatz zu Luxusmarken wie Mercedes-Benz.

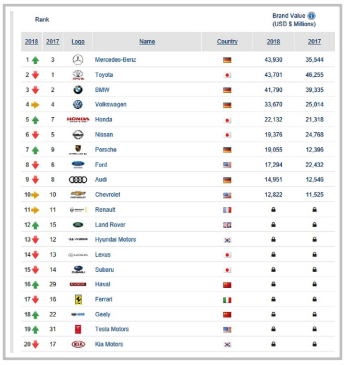
Was den chinesischen Markt angeht, so tauchen auf der Liste eine Reihe von Unternehmen auf, die in China bedeutend, auf vielen globalen Märkten aber unbekannt sind. Dazu gehören zum Beispiel Haval und Geely. Geely legte sich jetzt eine fast zehnprozentige Beteiligung an Mercedes-Benz zu, was seinen Rang in der Markenbewertung weiter ankurbeln dürfte.

Noch wertvoller als Mercedes-Benz schneidet der Volkswagenkonzern mit seinen zahlreichen verschiedenen Marken ab. Das gesamte Portfolio kommt auf einen Wert von zusammen 75,8 Milliarden.

Als der prozentual größte Gewinner des letzten Jahres schneidet Aston Martin ab. Der britische Autohersteller stieg gegenüber 2016 um 268 Prozent und hat jetzt einen Markenwert von 3,6 Milliarden Dollar. Als bester amerikanischen Autohersteller kam Ford auf den achten Platz. Die Marke fiel von Platz sechs im Jahr 2016 auf Platz acht und musste einen Wertverlust von 5,2 Milliarden auf 17,2 Milliarden Dollar hinnehmen.

Die insgesamt wertvollsten Unternehmen der Welt liegen freilich um Längen vor der Automobilindustrie. Es sind Amazon (150,8 Milliarden Dollar), Apple (146,3 Milliarden Dollar) und Google (120,9 Milliarden Dollar). (ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Rank					Brand Value (USD $ Millions)	
2018	2017	Logo	Name	Country	2018	2017
1	3		Mercedes-Benz		43,930	35,544
2	1		Toyota		43,701	48,255
3	2		BMW		41,790	39,335
4	4		Volkswagen		33,679	25,814
5	7		Honda		22,132	21,318
6	5		Nissan		19,376	24,768
7	9		Porsche		19,055	12,396
8	6		Ford		17,294	22,432
9	8		Audi		14,951	12,546
10	10		Chevrolet		12,822	11,525
11	11		Renault			
12	15		Land Rover			
13	12		Hyundai Motors			
14	13		Lexus			
15	14		Subaru			
16	29		Haval			
17	16		Ferrari			
18	22		Geely			
19	31		Tesla Motors			
20	17		Kia Motors			

Foto: Auto-Medienportal.Net/Brand Finance