

Die wertvollsten Marken der Welt!

Aktuelle Markenwertstudie 2020 von BrandZ. Acht deutsche Unternehmen zählen zu den 100 wertvollsten Marken der Welt. Spitzenplätze belegen Marken aus den USA und China.



Gottfried Urban
Geschäftsführer
Dipl. Bankbetriebswirt

Die wertvollsten Marken der Welt (Top 10)

Rang 2020	Marke	Kategorie	Markenwert 2020 (Mrd. USD)	Veränderung Markenwert	Rang 2019
1	Amazon	Einzelhandel	415,9	32%	1
2	Apple	Technologie	352,2	14%	2
3	Microsoft	Technologie	326,5	30%	4
4	Google	Technologie	323,6	5%	3
5	Visa	Finanzdienstleistung	186,8	5%	5
6	Alibaba	Einzelhandel	152,5	16%	7
7	Tencent	Technologie	151,0	15%	8
8	Facebook	Technologie	147,2	-7%	6
9	McDonald's	Fast Food	129,3	-1%	9
10	MasterCard	Finanzdienstleistung	108,1	18%	12

Die wertvollsten deutschen Marken 2020

Rang 2020	Marke	Kategorie	Markenwert 2019 (Mrd. USD)	Veränderung Markenwert	Rang 2019
17	SAP	Technologie	57,6	0%	16
32	Deutsche Telekom	Telekommunikation	37,3	-16%	25
56	Mercedes-Benz	Automobil	21,4	-9%	54
61	BMW	Automobil	20,5	-12%	55
84	ALDI	Einzelhandel	15,9	+8%	96
92	Adidas	Bekleidung	14,8	+11%	100
93	DHL	Transport / Logistik	14,5	-13%	88
94	Siemens	Technologie	14,0	-9%	92

Das **Chartbild der Woche** zeigt die Rangliste der wertvollsten Marken der Welt und wie sich deren Markenwert zu 2019 verändert hat. Lesebeispiel: Die wertvollste Marke der Welt war in 2020 **Amazon**, der Markenwert ist im Vergleich zu 2019 um 32 % gestiegen. Starke Markenunternehmen haben Vorteile. Sie können i.d.R. beim Verbraucher höhere Preise durchsetzen. Quelle: Die wertvollsten Marken der Welt (Quelle: Kantar/WPP) von "Brand Z", 30.06.2020.

Kurzanalyse der Markenstudie:

- Acht der Top 10 Marken kommen aus den USA
- Sieben Tech-Marken bzw. Onlinehändler befinden sich unter den Top 10.
- Ein Viertel der Top 100 Marken stammt aus Asien: Alibaba (China) ist die wertvollste asiatische Marke, gefolgt vom Internetgiganten Tencent (China)
- Bester Top 100 Neueinsteiger kommt aus China. Das Videoportal und soziale Netzwerk Tik Tok steigt auf Platz 79 ein – mit einem Markenwert von 16,9 Milliarden US-Dollar
- Deutschland: SAP konnte Rang 17 halten, nur ALDI & Adidas schafften eine Verbesserung

Die aktivsten Marken in der Corona-Pandemie bei Youtube: Red Bull und Adidas. Während der Hochphase der Corona-Pandemie (März bis April) hat der Energydrinkhersteller rund 30 Videos auf Youtube veröffentlicht. Hinter Red Bull liegt Adidas auf Platz zwei mit 23 Videos. Dazu gehört eine Videoserie in der bekannte Profisportler zeigen, wie sie während der Quarantäne fit bleiben.

Wenn börsennotierte Aktienunternehmen genannt werden, sind dies keine Empfehlungen, sondern nur allgemeine Informationen.



Glossar:

BrandZ: Das "Brand Z"-Ranking der 100 wertvollsten Marken der Welt wurde von Kantar entwickelt und in diesem Jahr zum 15. Mal durchgeführt. Dabei wurde der Wert von mehr als 166.000 Marken aus über 50 Märkten auf Basis einer Markt- und Verbraucherbefragung, kombiniert mit Finanzdaten von "Bloomberg" und dem sogenannten "Kantar Worldpanel", analysiert und berechnet. Für die Studie wurden weltweit über 3,8 Millionen Verbraucher befragt.

Wichtige Hinweise:

Bei diesen Informationen handelt es sich um Werbung der Urban & Kollegen GmbH (UK) allgemeiner Art und beinhaltet u. U. keine vollständige Darstellung von Wertpapieren oder Märkten. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen genügen nicht allen gesetzlichen Anforderungen zur Gewährleistung der Unvoreingenommenheit von Anlageempfehlungen und Anlagestrategieempfehlungen.

Auch berücksichtigt die Darstellung von Marktentwicklungen u.U. keine Kosten, die beim Kauf oder Verkauf oder dem Halten von Wertpapieren entstehen. Die Wertentwicklung der Vergangenheit ist weder ein verlässlicher Indikator für die aktuelle oder zukünftige Wertentwicklung noch stellt sie eine Garantie für die Zukunft dar. Prognosen basieren auf Annahmen, Schätzungen, Ansichten und hypothetischen Modellen oder Analysen, die sich als nicht zutreffend oder nicht korrekt herausstellen können.

Mögliche wesentliche Risiken: Kursrisiken im Aktien-, Zins- und Währungsbereich sowie Bonitätsrisiken, die zu starken Kapitalverlusten führen können. Dieses Dokument enthält lediglich generelle Informationen. Diese stellen keine Anlageberatung bzw. Empfehlung dar. Keine Empfehlung oder Aufforderung zum Kauf von Finanzinstrumenten oder Anlagestrategien.

Diese Informationen können eine auf die persönlichen Kenntnisse und Erfahrungen, Anlageziele und finanziellen Verhältnisse des Anlegers zugeschnittene Aufklärung über die mit Wertpapieren und Anlagestrategien verbundenen Risiken nicht ersetzen. Es wird keine Haftung für Verluste übernommen, die durch den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren oder Anlagestrategien auf Grundlage dieses Werbedokumentes entstanden sind.

Über Kosten, Provisionen und Risiken informieren die offiziellen Anlegerinformationen, Vertragsunterlagen, Faktenblätter und Verkaufsprospekte. Für Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit des Inhalts übernehmen wir keine Haftung. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung der Urban & Kollegen wieder, die jederzeit ohne vorherige Ankündigung geändert werden kann.

Weitere Informationen finden Sie in unseren Kundenerstinformationen sowie im [Impressum](#) der Urban & Kollegen GmbH Vermögensmanagement (www.urban-kollegen.de).

Die Urban & Kollegen GmbH hat weder die Rechte noch die Lizenz zur Wiedergabe von evtl. dargestellten Handelsmarken, Logos oder Bildern erworben, die im Werbedokument dargestellt sind und dienen lediglich der Veranschaulichung.

Urban & Kollegen GmbH Vermögensmanagement

Josef-Neumeier-Str. 2
84503 Altötting

Tel.: +49 (0)8671 / 9690-0
Fax: +49 (0)8671 / 9690-11

info@urban-kollegen.de

www.urban-kollegen.de