

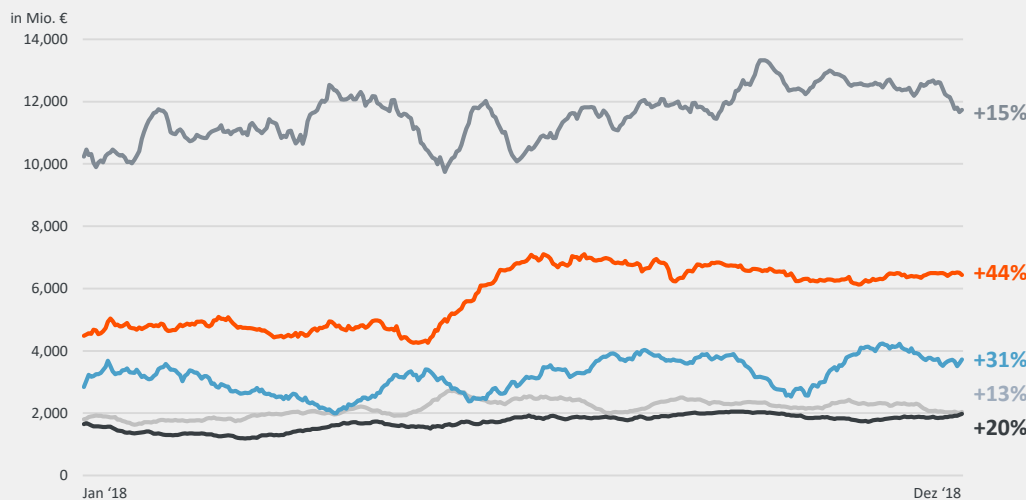
Die wertvollsten deutschen Marken.



SAP – der deutsche Klassenprimus

Nach BrandTicker ist SAP die wertvollste deutsche Marke und ist fast doppelt so viel wert wie der zweitplatzierte Adidas. Obwohl Mercedes-Benz 2018 etwa 45% des Markenwertes einbüßen musste, schafft es die Marke noch auf Platz 4, knapp vor der Deutschen Telekom.

Die dynamischsten Marken ...



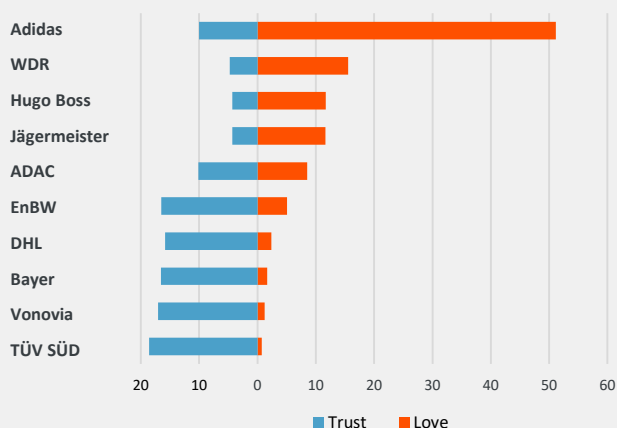
Trotz klarer Gewinner insgesamt verhaltener Markenwert-Anstieg

Obwohl Siemens Healthineers auch dank des erfolgreichen Börsenganges einen Zuwachs im Markenwert von 44% verzeichnen konnte, zeigt sich allgemein ein eher verhaltenes Bild. Insgesamt gab es im vergangenen Jahr nur acht deutsche Marken, die ihren Markenwert steigern konnten. Dazu gehört auch die Marke Adidas, die gleichzeitig das Duell gegen Puma für sich entscheiden konnte. Immerhin zwei deutsche Gewinner der Fußball-Weltmeisterschaft.

... und ihre Werttreiber.

Marke	Werttreiber
adidas	„Attraction“
SIEMENS Healthineers	„Innovation“
THE LINDE GROUP	„Responsibility“
PUMA	„Quality“
innogy	„Competitiveness“

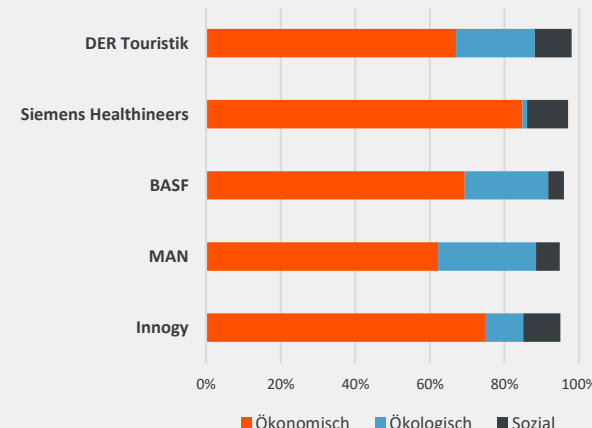
Welchen Marken wird vertraut und welche werden geliebt?



„Lovebrand“ Adidas

Betrachtet man die Ergebnisse der Top 5 Love- oder Trustbrands, fällt auf, dass die Lovebrands von Lifestyle-Marken dominiert werden, während die Trustbrands eher Dienstleister sind. Interessant ist hier nicht nur der deutliche Vorsprung von Adidas, sondern auch die sehr ausgeglichene Wahrnehmung beim ADAC. Die Marke TÜV hingegen steht noch immer stark für „Trust“.

Welche Marken werden als nachhaltig wahrgenommen?



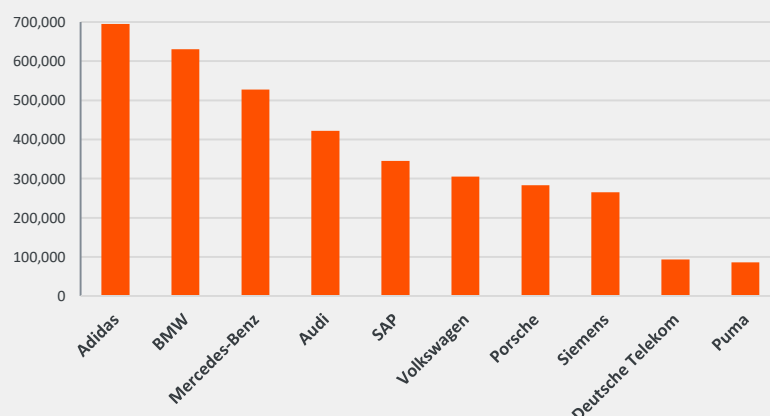
DER Touristik führt

DER Touristik war im vergangenen Jahr die am nachhaltigsten wahrgenommene deutsche Marke im Vergleich. BrandTicker misst dabei drei verschiedene Dimensionen: ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Bei den Top 5 des letzten Jahres dominiert deutlich die ökonomische Dimension, während die soziale Nachhaltigkeit nur eine sehr untergeordnete Rolle spielt.

Welche Marken wurden am meisten besprochen?

Das Jahr der Automarken

Adidas ist die Marke, über die 2018 am meisten gesprochen wurde. Doch insgesamt dominieren die Automarken – gleich fünf Stück haben es in die Top 10 geschafft. Kein Wunder nach all den negativen Berichten, nicht nur des letzten Jahres. Die Anzahl der Statements zu den Marken ist die Grundlage aller Auswertungen.



i Methode

Der BrandTicker von Adwired ist ein BigData-Instrument, das Aussagen über Marken in den Medien täglich analysiert und mit finanziellen und anderen relevanten Informationen kombiniert. Dadurch wird sichtbar, wie eine Marke und ihre Reputation zum wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens beiträgt. Damit kann die Steuerung der Marke erheblich verbessert werden. Die tägliche Informations- und Analysebasis sind über 3 Millionen Informationsquellen in 7 Sprachen. Spirit for Brands ist ein auf strategische Markenführung spezialisiertes Beratungsunternehmen und Repräsentant von BrandTicker in Deutschland.