

# Ein Jahr in vier Grafiken

Wie haben sich die Markenwerte bei den zehn wertvollsten Automarken, ihr Net Promoter Score und Nachhaltigkeits-Image sowie ihre Wahrnehmung bei der Elektromobilität zwischen März 2020 und März 2021 verändert? Die Antworten dazu liefert der Brand Ticker. Hinter dem Tool stehen Adwired in Zürich und die Markenstrategieberatung Spirit for Brands mit Sitz in Köln. Ihre Analyse eines Jahres passt in vier Grafiken

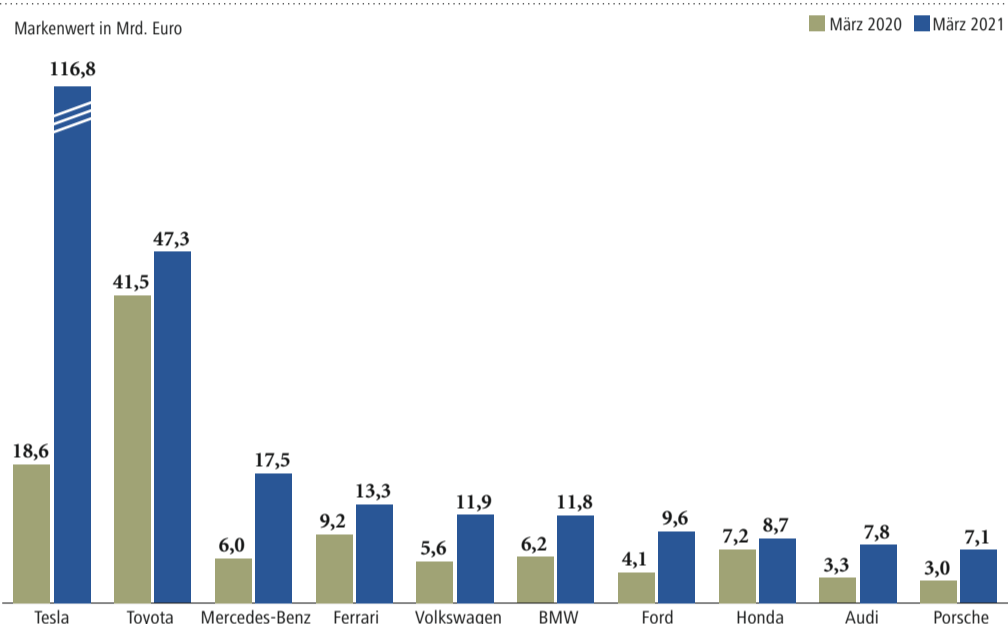
Von Michael Reidel

## Brand Ticker

Der Brand Ticker ist ein Big-Data-Instrument, das Aussagen über Marken in den Medien (Social, Online, Print) 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 450 Millionen Informationsquellen in sieben Sprachen.

### Tesla mit gewaltigem Sprung an die Spitze

Die wertvollsten Automobil-Marken 2020/21



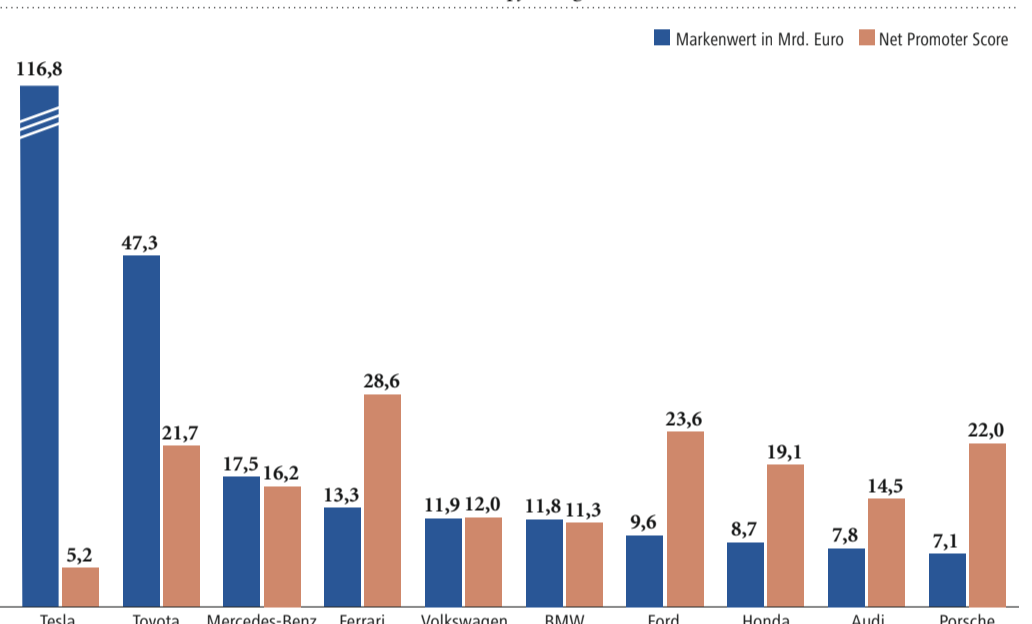
Quelle: Spirit for Brands

HORIZONT 21/2021

Der Blick auf den **Markenwert** liefert zwei Überraschungen. Trotz einem Jahr Pandemie haben die zehn wertvollsten Automarken der Welt im Brand Ticker alle ihren Markenwert gesteigert. Besonders stark performt Tesla. Die Marke hat ihren Wert mehr als versechsfacht und steht aktuell mit 116,8 Milliarden Euro an der Spitze des Rankings. „Allerdings sagt der Tesla-Wert nichts über die Substanz der Marke aus“, sagt Walter Brecht, Geschäftsführer von Spirit for Brands. Die enormen Steigerungen von Tesla hängen auch mit den vielfältigen Aktivitäten von Firmenchef Elon Musk zusammen, der es immer wieder versteht, positive Schlagzeilen zu produzieren und Börsenkurse zu treiben oder auf Talfahrt zu schicken. Daher sind die Entwicklungen von Toyota und Mercedes vergleichsweise deutlich mehr mit strategischen Inhalten – Ausbau der E-Flotte, Innovationen beispielsweise – gefüllt.

### Wertvoll heißt nicht gleich empfehlenswert

Die wertvollsten Automobil-Marken 2020/21 und ihre Empfehlungsrate



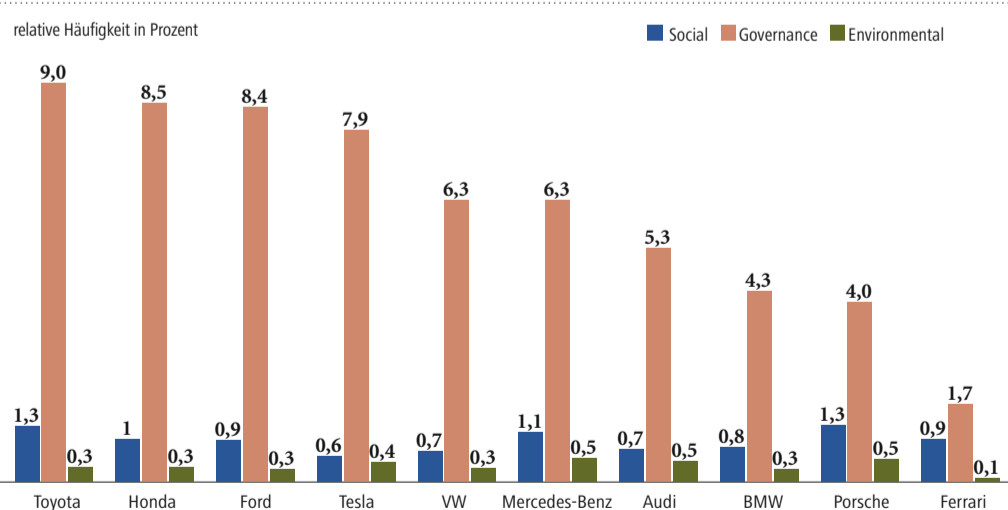
Quelle: Spirit for Brands

HORIZONT 21/2021

Ein hoher monetärer Markenwert bedeutet nicht unbedingt, dass die Zielgruppen diese Marke weiterempfehlen. Das zeigt ein Blick auf die Entwicklung des **Net Promoter Scores**. Hier rangiert Tesla unter den zehn wertvollsten Marken auf dem letzten Platz. „Tesla ist noch bei Investoren beliebter als bei Kunden“, erklärt Walter Brecht. Ganz anders ist die Situation bei Ferrari. Die Sportwagenmarke steht mit einem NPS von 28,6 auf der Pole-Position. Ferrari-Fahrer sind von ihrer Marke vor allem eines: überzeugt. Und auch Ford und Porsche kommen auf gute Werte. Beim Kölner Volumenhersteller dürfte das Preis-Leistungs-Verhältnis eine Rolle spielen sowie die zunehmende Emotionalisierung der Marke. Bei Porsche hingegen schätzen die Fans der Marke die Dynamik, Qualität, Verlässlichkeit und Innovationskraft. Man nennt es landläufig auch schwärmen.

### Unternehmensführung steht im Vordergrund

Die wertvollsten Automobil-Marken 2020/21 und Nachhaltigkeit



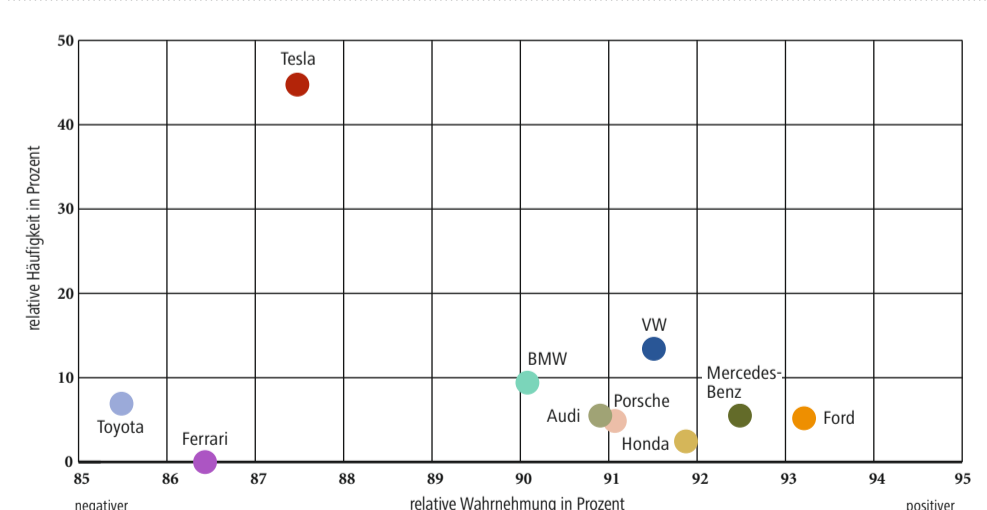
Quelle: Spirit for Brands

HORIZONT 21/2021

Inhaltlich versuchen die Autobauer, sich vor allem über die Elektromobilität zu inszenieren. Doch das scheint, nach den Zahlen des Brand Tickers, bei den Konsumentinnen und Konsumenten, Stakeholdern sowie Investoren nicht so zu verfangen. „Die Marken werden beim Thema **Nachhaltigkeit** vor allem mit der nachhaltigen Unternehmensführung in Verbindung gebracht“, sagt Walter Brecht. Dazu zählen die langfristige Performance, Verankerung des Nachhaltigkeitsmanagements im Vorstand. Selbst bei sozialen Kriterien wie der Einhaltung von Arbeitsrechten punkten die Marken stärker. Die ökologische Nachhaltigkeitsdimension dagegen wird am schwächsten wahrgenommen. Selbst Tesla kommt hier auf schlechtere Werte als Mercedes, Audi und Porsche.

### Tesla dominiert die Präsenz, doch in der Wahrnehmung punkten andere

Die wertvollsten Automobil-Marken 2020/21 und E-Mobilität



Quelle: Spirit for Brands

HORIZONT 21/2021

**Elektromobilität** verbinden die Menschen bei den zehn wertvollsten Automarken vor allem mit Tesla. „Die Marke übertönt alles“, sagt Brecht. Allerdings wird Tesla in diesem Zusammenhang nicht so positiv wahrgenommen wie andere. Hier holen die etablierten Hersteller auf. VW etwa. Der konsequente Kurs der wichtigsten Marke des VW-Konzerns in Richtung E-Mobilität und der Launch der Modelle ID.3 und ID.4 zahlen sich aus. Auch Mercedes, Audi und Porsche laden die Wahrnehmung mit ihren E-Modellen positiv auf. Die Benchmark ist allerdings Ford. Zwar verbinden die Menschen die Marke nicht so sehr mit E-Mobilität, aber wenn sie es tun, dann positiv. Und das dürfte viel mit dem Mustang Mach E zu tun haben: Ein Kultauto wird elektrisch.