

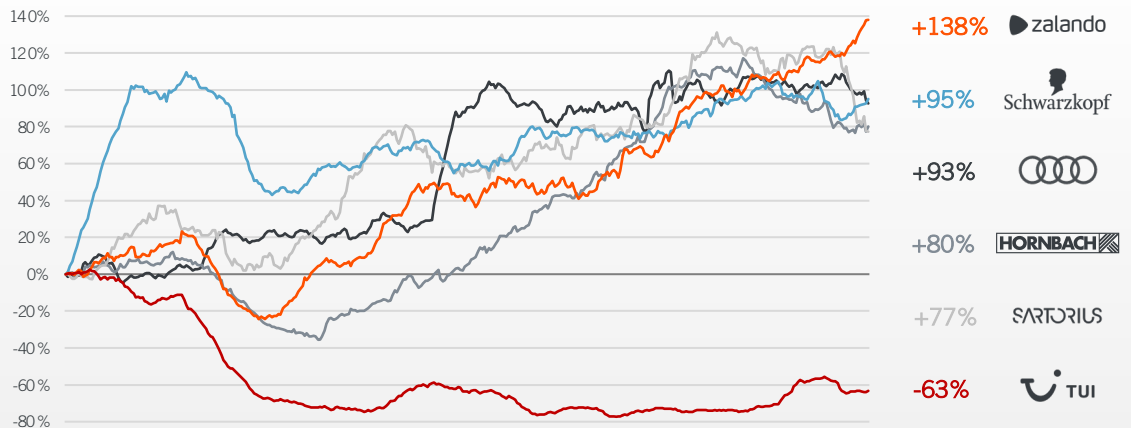
Das Markenjahr 2020

powered by  Adwired

Die dynamischsten Marken.

In Krisen gibt es auch Gewinner

Das Jahr 2020 war für alle ein hartes Jahr. Viele Marken haben unter den Auswirkungen von Covid-19 gelitten. Dennoch gibt es auch Erfolgsgeschichten in dieser Zeit. Zalando ist ein deutlicher Gewinner der Pandemie – das zeigt sich auch im Markenwert. Mit einem Wachstum um 138% steht die Marke jetzt bei einem Wert jenseits der 8 Milliarden Euro. Damit lässt man Markengrößen wie z.B. Volkswagen hinter sich. Nicht ganz unerwartet ist TUI der große Verlierer des letzten Jahres.

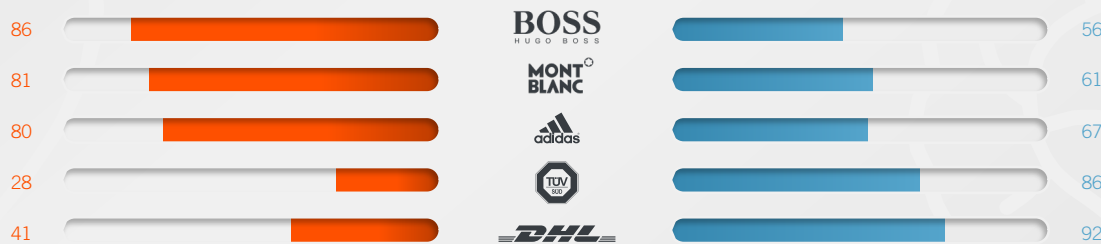


Die wertvollsten Marken.

Stabilität in rauen Zeiten

SAP ist und bleibt die wertvollste deutsche Marke. Doch wie bei vielen anderen Marken hat der auch Wert von SAP in 2020 stark gelitten. Um 20% gegenüber dem Vorjahr ist dieser gefallen. Audi ist es hingegen gelungen, seinen Markenwert fast zu verdoppeln und hat so den Sprung in die Top 3 geschafft.

Die beliebtesten und die vertrauenswürdigsten Marken.



Herz und Hirn

Neben dem finanziellen Wert sind in turbulenten Zeiten die emotionalen und vertrauensseitigen Guthaben von Marken von großer Bedeutung. Montblanc und Adidas schaffen es, die Emotionen und die rationale Vertrauensbasis der Zielgruppen gleichermaßen stark anzusprechen. Die eindeutige Lovebrand ist Hugo Boss, während DHL das stärkste Trust-Profil entwickeln konnte.

Die meistempfohlenen Marken.

Sehr zu empfehlen

In Zeiten großer Unsicherheit wie diesen ist es erfolgskritisch, loyale Kunden zu haben. Noch besser ist es, wenn diese die Marke auch noch weiterempfehlen. Hier konnte Leica 2020 am besten performen. Dicht dahinter folgen Sennheiser und Montblanc.

 SENNHEISER



1.
(81 Punkte)

MONTBLANC

3.

(79 Punkte)

2.
(80 Punkte)